LA DOLOROSA LIBERTAD DE PRENSA

En busca de la ética perdida

RICARDO E. TROTTI

Edición Digital Unificada — 2026

DETALLE EDITORIAL Y CRÉDITOS

DISEÑO ORIGINAL	Claudia Bertucelli
NOTA DEL EDITOR	Los conceptos y expresiones contenidos en este libro son de la exclusiva responsabilidad del autor, y por lo tanto el texto original ha sido respetado íntegramente.
COPYRIGHT	© Ricardo Elvio Trotti, 1993 / © Editorial Atlántida, 1993. Derechos reservados.
PRIMERA EDICIÓN	Editorial Atlántida S.A.; Azopardo 579, Buenos Aires, Argentina. Hecho el depósito que marca la ley 11.723. Impreso en Argentina.
TALLERES GRÁFICOS	Esta edición se terminó de imprimir en el mes de agosto de 1993 en los talleres gráficos de Indugraf S.A., Buenos Aires, Argentina.
I.S.B.N.	950-08-1130-8
NOTA DE RESTAURACIÓN	Edición digital restaurada, libre de errores tipográficos y de reconocimiento óptico de caracteres (OCR) para una óptima lectura y descarga. 1993-2026. Todos los derechos reservados.

ÍNDICE GENERAL

Esta edición digital unificada reúne la totalidad de los capítulos corregidos, ordenados de forma correlativa para su descarga y lectura:

• Prefacio a la Edición Digital 2026

• Presentación (por Julio César Castiglione)

• Prólogo

• Introducción: La lucha por la libertad y la búsqueda de la ética

• Capítulo I: Libertad, censura, leyes y fuentes inaccesibles

• Capítulo II: Misión del periodismo ante la corrupción y la defensa de la intimidad

• Capítulo III: "Delincuentes, desestabilizadores, orquestadores..."

• Capítulo IV: Violencia física y psicológica contra los periodistas

• Capítulo V: La tentación de halagar a las muchedumbres

• Capítulo VI: Autocrítica: La necesidad de reconocer errores

• Capítulo VII: Ética: Entre la verdad y la mentira

• Capítulo VIII: Desinformación, manipulación, omisión y discreción

• Capítulo IX: Secreto periodístico, fuentes anónimas y efectos del rumor

• Capítulo X: Objetividad intencionada, mensaje periodístico y discurso político

• Capítulo XI: El espejismo de la buena imagen, la credibilidad y la investigación

• Capítulo XII: Sensacionalismo, el éxito cuantitativo

• Capítulo XIII: Publicidad, propaganda y demagogia informativa

• Capítulo XIV: La libertad de prensa seducida

• Capítulo XV: Espías, oficialistas, ataques e indiscreciones

• Capítulo XVI: El desequilibrado orden informativo

• Capítulo XVII: La actitud crítica frente a los medios de comunicación

• Capítulo XVIII: La necesidad de contar con un código de ética

• Bibliografía

PREFACIO A LA EDICIÓN DIGITAL 2026

La dolorosa libertad de prensa en la era de la aldea digital

Por Ricardo E. Trotti

Treinta y tres años separan la primera edición de esta obra de la compleja y desafiante realidad que hoy nos toca vivir. En 1993, cuando estas páginas salieron de la imprenta, el debate sobre la libertad de prensa giraba en torno a la censura judicial previa, los monopolios estatales y las agresiones directas del poder físico y político. Hablábamos entonces de un sensacionalismo cuantitativo impulsado por la tiranía del rating o del tiraje. Hoy, la libertad de prensa sigue siendo dolorosa y está notablemente peor que hace tres décadas, acechada por amenazas que entonces resultaban inimaginables.

Y hay razones fundadas para temer que el deterioro continúe. En las ciencias sociales se conoce una dinámica denominada ratchet effect (efecto trinquete o acumulativo), según la cual cada crisis deja un nuevo piso de restricción, un peldaño de asfixia irreversible, desde el cual comienza la siguiente. Esta tesis fue formulada por el historiador y economista estadounidense Robert Higgs en su obra clásica Crisis and Leviathan (1987), en la que demostró cómo el poder del Estado se expande de forma irreversible durante las épocas de emergencia y, una vez superada la crisis, jamás retrocede a su nivel original.

En América Latina, esta hostilidad no se ha moderado con los cambios de signo ideológico. Líderes de izquierda como Hugo Chávez en Venezuela, Rafael Correa en Ecuador y los Kirchner en la Argentina convirtieron el ataque verbal a la prensa en una práctica sistemática de gestión. Hoy, mandatarios ubicados en el espectro de la derecha, como Donald Trump en los Estados Unidos, Nayib Bukele en El Salvador y Javier Milei en la Argentina, repiten exactamente la misma actitud hostil, demostrando que el acoso al periodismo es transversal y no conoce de ideologías. El problema persiste de manera idéntica incluso en un mismo país que transita de un gobierno de izquierda a uno de derecha, como ha ocurrido en Colombia con el paso de la administración de Gustavo Petro a la de Abelardo de la Espriella.

Hace más de tres décadas, hubiese sido impensable imaginar que países considerados faros de la región perderían posiciones con tanta rapidez en los índices internacionales de libertad de prensa. Estados Unidos, históricamente una referencia global, ha caído al undécimo lugar entre 23 países en el Índice Chapultepec 2026 de la Sociedad Interamericana de Prensa, un retroceso que coincide con la retórica agresiva y las acciones judiciales de Donald Trump contra los medios de comunicación. De igual forma, la organización Reporteros Sin Fronteras confirma esta tendencia: Estados Unidos retrocedió del puesto 42 en 2022 al 64 en 2026; mientras que Costa Rica, tradicionalmente el faro de la libertad de prensa en América Latina, descendió drásticamente al puesto 38 a nivel mundial tras haber ocupado el octavo lugar durante largo tiempo.

La violencia física, que en 1993 asociábamos casi exclusivamente al narcotráfico en Colombia, se ha ramificado de forma alarmante por México, Ecuador y gran parte del continente. México se ha consolidado como uno de los lugares más peligrosos del planeta para ejercer el oficio periodístico: se estima que 150 periodistas han sido asesinados y 28 permanecen desaparecidos desde 2000.

A este panorama de violencia física se le ha sumado un perverso instrumento legal que en los noventa no estaba en nuestro radar: las demandas SLAPP (demandas estratégicas contra la participación pública). Estos litigios, promovidos desde el poder económico o político, no buscan la justicia, sino el silenciamiento del periodista mediante el desgaste financiero y emocional que implican los procesos judiciales. Al enfrentarse a demandas desproporcionadas con reclamos de indemnizaciones millonarias, muchos medios y periodistas independientes —ante la imposibilidad de afrontar los costos de una defensa legal prolongada— se ven forzados a recurrir a la autocensura antes de que se dicte una sentencia, logrando así el chilling effect (efecto de enfriamiento o desaliento) que realmente buscan: silenciar la verdad sin necesidad de recurrir a la censura previa tradicional.

Tampoco podíamos prever en 1993 el doble castigo que hoy representan las plataformas digitales y la irrupción de la inteligencia artificial generativa. Por un lado, estas herramientas utilizan e indexan contenidos periodísticos sin pagar un solo centavo para alimentar y entrenar sus modelos de lenguaje. Por otro lado, resumen la información de manera automatizada, impidiendo que el usuario final haga clic y sea redirigido a los sitios web de los medios de comunicación que invirtieron recursos y esfuerzo humano para investigar y producir esa noticia.

Este ecosistema parasitario degrada drásticamente las audiencias de la prensa escrita y drena sus ingresos publicitarios, un recurso vital sin el cual la independencia editorial se corroe irremediablemente. Las cifras del Reuters Institute son devastadoras: el tráfico procedente de búsquedas en Google Search ha caído un 33 % a nivel global, y los directivos de medios prevén un desplome adicional del 43 % en los próximos tres años. ¿No es esto, acaso, una nueva y asfixiante vuelta del ratchet effect tecnológico sobre el periodismo?

No obstante, como remarqué a lo largo de este libro, el periodismo también arrastra sus propias cuentas pendientes. Recuperar la confianza y la credibilidad del público exige una independencia editorial real y un comportamiento profesional ético que todavía no se han cumplido en su totalidad. Frente al acoso y la polarización promovidos por el poder político, la prensa ha caído con frecuencia en la tentación de sumarse al juego de las trincheras ideológicas, en lugar de refugiarse en lo que mejor sabe hacer: el periodismo riguroso e independiente. El resultado de esta polarización es el debilitamiento de la prensa como baluarte indispensable de la salud republicana.

Para hacer frente a este problema de la prensa, sigo creyendo, como hace décadas, que este proceso no debe ser impuesto desde fuera sino inducido por los propios periodistas. Los gobiernos no deben imponer códigos de ética ni estatutos a los periodistas para decidir quién puede o no ejercer la profesión. La introspección y la autocrítica deben ser siempre las herramientas del periodismo para autogestionarse. Como bien lo establece la Declaración de Chapultepec, en su noveno principio, para mí el más importante:

Treinta y tres años después, los ataques contra la prensa persisten, pero provienen de más frentes y adoptan formas que entonces resultaban inimaginables. Para poder defender la libertad de prensa desde la prevención y el diseño de estrategias de contención, y no solo desde la reacción espasmódica ante el atropello consumado, es imperativo que analicemos este efecto acumulativo y anticipemos el escenario que nos espera para el 2030 y el 2040. La libertad de prensa es una lucha constante, persistente e inacabada, tan elusiva como la propia democracia perfecta.

Al poner a disposición del público esta edición digital para su libre lectura y descarga, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a César Coll, director jurídico del diario ABC Color de Paraguay. Fue él quien, con un enorme sentido de preservación histórica, me envió esta obra digitalizada. Es un honor y un aliciente saber que hoy en día utiliza La Dolorosa Libertad de Prensa como texto de estudio obligatorio en su cátedra universitaria de Derecho a la Información.

PRESENTACIÓN

Vivimos épocas de corrupción. En muchos países de Europa se denuncian o descubren todos los días nuevos casos de sobornos, peculados, y negociados que asombran y entristecen a la opinión pública. En este contexto, ¿tiene sentido que alguien diga o escriba algo sobre la ética perdida, sea de los periodistas o de cualquier otra profesión? ¿No es acaso una utopía pretender regenerar a los hombres explicándoles cómo deben proceder?

Con todo el respeto que merecen quienes así piensen, no comparto esta opinión. Creo que no sólo es conveniente, sino más aún necesario, que se señalen los errores de conducta y las pautas que en estos tiempos de crisis y confusión se deben seguir. Es que la ortopraxis supone la ortodoxia; si no se sabe lo que es correcto no se lo puede hacer. El querer sigue al conocer.

Por eso es bienvenido este libro. Porque persigue mostrarnos los obstáculos y dificultades que encuentra la libertad de prensa, las que no sólo resultan de fuerzas externas interesadas, sino también, y quizás principalmente, de los controles internos de los periodistas, como con acierto lo señala W. Williamson Jr. No deja de ser reconfortante —pese a la inmoralidad reinante en todos los estratos sociales, y que se extiende como una gota de aceite en un papel, o quizás por eso— que alguien se preocupe de la ética perdida. Como sostienen muchos investigadores sociales, un factor importante del desarrollo de los pueblos lo constituye la rectitud y honestidad de sus costumbres. Y no cabe duda que un elemento imprescindible en esta faena es el conocimiento y difusión de la ética, y en particular de la ética periodística, la que por su naturaleza está unida a la libertad de prensa.

Una prensa inmoral no es libre, como no es libre si está coaccionada o presionada externamente. Una prensa verdaderamente libre, que sin temor ni componendas denuncie la depravación de las costumbres y los errores oficiales o privados, es un recurso fundamental para un país, y signo de su vitalidad y vigencia democrática.

Tuve la suerte de conocer al autor de este trabajo, más aún la dicha de ser su amigo. Por eso puedo afirmar con absoluta seguridad que difícilmente puede haber alguien más indicado para escribir sobre la libertad de prensa y la ética periodística. Pese a su juventud, dispone de una sólida experiencia, de un ingenio agudo y de una cordura y sensatez sorprendentes.

Este, su primer libro, tiene entre otros, el mérito de la claridad expositiva, la profundidad de sus análisis y la amenidad narrativa, porque no se mueve en el cielo de las abstracciones difícilmente comprensibles, sino que baja al mundo vivo de lo concreto, de lo real. No es frecuente disponer del talento y la sensibilidad para unir los principios generales con sus aplicaciones particulares.

Werner Goldschmidt, quien fuera brillante maestro del Derecho y un distinguido iusfilósofo, enseñaba la necesidad de estudiar los problemas éticos, no sólo en las normas generales, sino, sobre todo, en sus aplicaciones concretas. Es que una cosa es el saber de los grandes principios, que fácilmente se intuyen, y otra es determinar cómo se solucionan las situaciones reales. En materia ética, rara vez se dan los enunciados universales o incondicionados. No es infrecuente que el estudioso quede perplejo por la complejidad de lo real. Se puede decir sin temor a equivocarse que la ética es situacional, en el sentido de que la aplicación de sus normas depende en gran medida de la situación investigada. Por eso no

basta el conocimiento de las normas generales para saber lo que es bueno o malo. Es menester seguirlas en su despliegue singular, donde pueden ser desplazadas por otras más adecuadas a la peculiaridad del caso.

Pero si la ética exige el estudio de lo concreto, ello mismo la vuelve fascinante. Reflexionar sobre la libertad de prensa puede parecer cosa de poca monta para el lego, y aburrida e indigesta si además se adentra en disquisiciones éticas. Este libro de Ricardo Trotti demuestra palmariamente que no es así.

Siempre es arriesgado aconsejar. Sin embargo, en este caso me animo con gusto a correr este riesgo y sugiero a quien tenga la posibilidad de poder leer este libro que lo haga sin temor. Estoy seguro que no se arrepentirá.

Julio César Castiglione

Director Ejecutivo del Diario “El Liberal”, de Santiago del Estero. Profesor de Ética Profesional y Filosofía del Derecho en la Universidad Católica de Santiago del Estero.

PRÓLOGO

Todo comenzó en una reunión de periodistas, en Iguazú, a fines de 1989. Estaban representados muchos medios de comunicación de lugares muy diferentes de la Argentina. El tema fue la “ética de los periodistas argentinos”. La tarea, introspección. El objetivo, descubrir virtudes y confesar pecados.

Fue el primer encuentro de este tipo. Para mi sorpresa el único y desgraciadamente el último. Había periodistas con mucha experiencia laboral y otros con poca. En algunos, la riqueza profesional no conjugaba con la humana. Varios tenían muchos años de práctica, pero no vocación. Otros demostraban ser buenas personas, pero no se destacaban como comunicadores. Muchos se desvivían por la profesión. Otros simplemente vivían de la profesión. Algunos eran famosos. Otros ignorados. Era un grupo heterogéneo; bueno.

Yo no sé a qué grupo pertenecía en aquel momento. Pero la reunión despertó en mí el deseo y el desafío de adentrarme en la profesión, para descubrir las reacciones y el comportamiento del periodista, en las diversas situaciones. Me di cuenta de que los periodistas pueden informar, u opinar, sobre lo que ven, pero les resulta difícil comunicar, o expresar, lo que sienten y viven. Me pareció interesante la observación y me propuse llenar ese vacío. Así comencé a escribir algunas observaciones, las que dieron origen a este libro.

Siempre fui reflexivo y perfeccionista sobre mi comportamiento aunque soy un mortal peor que cualquiera. Nunca me destaqué, ni en la primaria, por tener buena redacción. Esos dos hechos: ser reflexivo y no tan buen comunicador, me excusaron para que, después de aquella reunión, me interesara más por saber cómo eran los periodistas y cómo se comportaba la sociedad con ellos, que perfeccionarme en la técnica de informar.

Este libro tiene un poco ese espíritu. Usted, como lector, no encontrará aquí un tratado sociológico sobre el periodismo. Recuerde que soy simplemente un periodista que intenta relatar experiencias ajenas, desde un punto de vista equilibrado, y con la sana intención de aportar ciertos valores que considero necesarios para la profesión. También aspiro a crear conciencia, aunque no sean suficientes las letras impresas, para condenar y acabar con la mala práctica de aquellos agentes externos, que mediante legislaciones perversas y atentados dinamiteros violentan e intimidan a los periodistas. No me preocupa tanto la violencia contra la profesión, pero aborrezco el hecho de que esa agresión cercene el inalienable derecho del público a obtener la información.

No escribí este libro en un par de noches ni de meses. Es un relato de lo que fui observando, escuchando y debatiendo entre los colegas. Es el sentir de muchos de ellos, desde una perspectiva propia, a veces objetiva y, muchas veces, subjetiva. Contiene datos que fui recopilando durante algunos años y volcando en una columna especial que tuve el privilegio de escribir mientras dirigía la sala de Redacción del diario “El Liberal” de Santiago del Estero. Los datos son recientes; sin embargo, las observaciones tienen origen en experiencias humanas de toda mi vida.

En los primeros capítulos, trato de analizar la violencia externa contra la profesión, ya sea física o psicológica, y cómo ésta perjudica la libertad de expresión. En los posteriores, observo cómo tal libertad se deteriora con la mala práctica de la profesión. En los últimos, doy mi punto de vista sobre lo

que debería hacerse para mejorar dicha práctica tanto en el sentido interno como externo. En todas las páginas, aunque algunas resulten frías y aburridas, creo haber señalado el espíritu y la finalidad de esta profesión: la constante búsqueda de la verdad y el respeto por el público.

Nada de lo que digo es nuevo. Pero he descubierto algunos conceptos que a mí me satisfacen y he querido comunicarlos. Para mejorar la profesión, y para mejorar uno en ella, se necesita no claudicar en el perfeccionamiento como persona humana. La técnica periodística (investigar, escribir y hablar) es muy importante, pero, si no está regada con valores cristianos, puede resultar muy vacía, convirtiendo a los periodistas en objetos inanimados y egoístas, interesados sólo en su subsistencia. El periodismo no es cualquier trabajo; es una misión.

Honestidad e independencia para buscar y decir la verdad; prudencia para ser justos en los juicios; caridad para no condenar sino para orientar y solidaridad para no destruir sino para educar, son algunos de los valores que fui descubriendo y que juzgo necesarios para que guíen los pasos de los periodistas. Creo que el reto es ese. Cualquiera puede ser periodista. Pero la única forma de ser “buen periodista” es tratando de ser mejor persona.

Internalizar estos conceptos fue el mejor aprendizaje que tuve al escribir este libro. Mirar hacia el interior, aunque duela, es necesario. Y valió la pena. Los periodistas deberíamos reunirnos más a menudo, para reflexionar sobre nuestra profesión. Es la única forma de mejorar. Es nuestro gran desafío.

Ricardo E. Trotti

INTRODUCCIÓN: LA LUCHA POR LA LIBERTAD Y LA BÚSQUEDA DE LA ÉTICA

Con el caso de censura previa ejercida por la jueza María Servini de Cubría contra el programa de Mauricio Borensztein Tato de América, de “Canal 13”, del 10 de mayo de 1992, la sociedad toda reaccionó en defensa de la libertad de expresión. La jueza federal adujo que el programa televisivo menoscabó su intimidad y desprestigió su imagen y la de la justicia. Así tuvo eco favorable en la Sala II de la Cámara de Apelaciones en lo Civil y Correccional Federal, para que aplique la medida de censura, fundamentándola en que se priorizó a la persona humana por sobre la amplia libertad de prensa que rige en una época en que desde distintos medios “se vulnera el derecho a la intimidad, incurriéndose a veces en ilícitos vinculados a las personas”.

Más allá de la casi masiva reacción en contra que tuvo la censura previa, el caso sirvió para que muchos informadores y ciudadanos reflexionen sobre el papel que le cabe al periodismo en esta etapa de plena libertad. De todas maneras este conflicto judicial-periodístico ayudó, aunque tibiamente, para que nuevamente despierte un esperanzado debate sobre la ética profesional, en este momento en que periodistas y medios se “guerrean”, denuncian y acusan de ser mentirosos, intencionados y de buscar su propio interés antes que el bien general. El público se siente excluido en los canales de comunicación y ve pasar ante sus ojos el abuso de privilegio de los periodistas que utilizan sus medios de comunicación social para asuntos personales. Y en esta guerra de medios entre canales oficiales y privados, radios oficialistas y opositoras y diarios obsecuentes e independientes, se observa la preocupación de muchos periodistas por buscar su propia cuota de poder, en vez de dilucidar los problemas que realmente preocupan a la opinión pública.

La mayor cuota de libertad hace que el periodismo viva en una especie de destape acusatorio, de la misma forma que antes, con la llegada de la democracia, se experimentó el destape sexual. Seguramente después de este revuelo llegará la hora de la introspección y las aguas se calmarán. Para que ello suceda será necesario pasar del libertinaje a la libertad responsable, y a ésta se llega mediante la prudencia, uno de los principios básicos que enseña la ética profesional.

Gustavo Béliz (“La Nación”, 20-05-92) decía que los medios no están eximidos del ejercicio de una libertad responsable. Todo lo contrario: a medida que su influencia sobre la sociedad se extiende y generaliza, su compromiso es mayor. No pueden ser ni profetas iluminados ni verdugos vocacionales. Si bien el abuso y la falta de límites de la libertad de expresión son el precio a pagar por vivir en democracia, ella no implica que no se busquen los métodos necesarios para corregir los errores.

Autocrítica

Si bien es bueno que los medios y los periodistas se critiquen y denuncien entre sí para que se observe que también son de carne y hueso y susceptibles de cometer errores, es posible que esas críticas, que muchas veces tienen fines ideológicos o económicos, terminen desprestigiándolos y haciéndoles perder la confianza pública; a pesar de que las encuestas (marzo de 1992) Mora y Araujo Noguera y Asociados lo posicionen como uno de los grupos de mayor prestigio; con un margen del 83 %, junto a los productores agropecuarios, 89 % y mejor que los industriales, 78 %; comerciantes, 74 %; jueces, 70 %;

banqueros, 65 %; obispos y sacerdotes, 64 %; partidos políticos, 60 %; militares, 42 % y sindicalistas, 27 %. Para que se gane mayor prestigio es necesario que los periodistas dejen de lapidarse unos a otros, y se encaminen hacia la autocrítica como un modo de reconocer los propios pecados y mejorar desde la propia casa.

Béliz dijo que los medios podrían proceder a su propia autocrítica y reflexionar sobre su papel en la democracia futura. Esta revisión no significa que negocien sus líneas editoriales ni que resignen la condición crítica de su función ni que ejerzan la genuflexión hacia el poder ni que silencien las defecciones de los funcionarios. “Esa actitud de mirarse sinceramente al espejo podría servir para preguntarse qué han hecho bien y qué han hecho mal, cuánto han aportado y cuánto han omitido para la realimentación de las libertades públicas, la fortaleza de la democracia y el mejoramiento espiritual de la cultura”, concluyó.

No tiene mucho valor que se hagan tremendos esfuerzos para solidificar la libertad de prensa ante la censura previa o directa, las confiscaciones, las intimidaciones o las presiones económicas y legales, si no existe el esfuerzo para aceptar los propios errores. Si sólo se entiende que la libertad de prensa es una defensa de los intereses del sector, en la que cada medio y asociación que los nuclea se defiende a sí mismo, estaremos frente a una defensa corporativa. En cambio, si esto va acompañado de una prolija introspección y autocrítica valiente y madura se estarán resguardando los intereses de toda la sociedad y con ello ganará el público, propietario de la información y del sistema democrático. Sin esta introspección, la soberbia puede adueñarse del periodismo, como decía Edgard Mainhard (de “Ámbito Financiero”) y correr un riesgo severo: “asumirse como infalible”.

Horacio Daniel Pelman del diario “El Popular” (“El Liberal”, 23-05-92), al explicar los resultados de una encuesta sobre 53.932 personas realizada por la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires sobre la credibilidad del periodista, veía que el riesgo dramático es que el periodismo ocupe un lugar que no le corresponde, porque “debería haber más credibilidad en las instituciones”. Además, Pelman explicó que si bien la prensa argentina está signada por la evolución tecnológica y el boom de la investigación, para que el periodismo no caiga en la perversidad de la infalibilidad se deben buscar mayores alternativas para su capacitación.

Formación, investigación y tecnología

Así como hay una ética externa de los medios que busca prever los efectos perversos que la información puede acarrear a los distintos sectores de la opinión pública, también existe una ética interna, por medio de la cual los periodistas no sólo tienen deberes para con su grupo de trabajo (lealtad entre colegas y para con su fuente de trabajo, cláusulas de conciencia, etc.) sino también la obligación moral del perfeccionamiento profesional tanto en el campo técnico como en el ético. El deber moral del perfeccionamiento corresponde a los empresarios periodísticos, a los dirigentes gremiales, pero, sobre todo, a cada periodista en forma individual. Cada informador, como individuo, tiene la responsabilidad moral de educarse sobre su propia disciplina.

Así como un médico se diferencia de un curandero porque posee los conocimientos científicos para poder operar, un periodista se diferencia del improvisado cuando tiene el conocimiento técnico y moral de su disciplina. Tanto el médico como el periodista tienen la obligación moral de perfeccionarse, porque le deben respeto al público y a su profesión. Con el perfeccionamiento profesional, el periodista

podrá disponer de mejores conocimientos para acceder a la verdad y sabrá cuáles son los límites de la independencia y de la libertad. En el aspecto técnico deberá esforzarse, en el campo de la investigación periodística, para acceder a la verdad en forma más completa. Conocer sus características y metodología y planificar el trabajo investigativo, ayudarán al periodismo para que la investigación haga emerger a la luz todos aquellos pedazos de verdad que alguien quisiera mantener ocultos.

Además, en este país en el que no existe una cultura investigativa, las escuelas y facultades profesionales son las que tienen la mayor responsabilidad de formar integralmente a los periodistas. Son éstas, alejadas de la locura acelerada de los medios y la constante competencia en busca del éxito cuantitativo (mayor rating o tiraje) en detrimento del éxito cualitativo (periodismo de investigación, ética periodística), las que tienen el deber de capacitar los recursos humanos, pero no tanto como utilitarios de tecnología, sino especialmente sobre el campo ético de la profesión.

Hay actualmente una clara brecha entre el campo tecnológico y el humano en el periodismo. Mientras crece el número de periodistas técnicos, manipuladores de computadoras, decrece la cantidad de los que ven mal cobrar una información o deshonrar e injuriar a una persona. Tal brecha entre el recurso humano y el tecnológico se observa con nitidez en los miles de nuevos medios que se han abierto últimamente en el país. Un poco de tecnología permitió abrir radios y canales, pero todavía se nota que el recurso humano no está preparado profesionalmente ni es el suficiente.

La económica y accesible carrera tecnológica hace que muchos tengan la posibilidad de abrir nuevos medios, lo que implica un gran avance social, siempre y cuando sus propietarios también destinen fondos para capacitar al recurso humano. Un claro equilibrio entre la tecnología y el recurso humano se observó en mayo de 1992, cuando los astronautas Pierre Thuot, Richard Hieb y Thomas Akers, lograron asir al satélite Intelsat VI (Organización Internacional de Telecomunicaciones Satelitarias — consorcio formado por 122 países) en una operación de rescate de la NASA. Si bien el satélite de comunicaciones demandó una inversión de 150 millones de dólares para ser reencauzado en su órbita para que pudiera utilizarse en la transmisión de los juegos olímpicos de Barcelona, la NASA destinó decenas de millones para la preparación de los astronautas, tanto en la fase utilitaria como en la capacidad para convivir humanamente con esa experiencia.

Es entonces un deber ético buscar en el periodismo un equilibrio entre la técnica y la capacidad humana, porque si bien con lo primero se pueden propalar los mensajes, con lo segundo se podrá incluir en ese mensaje el justo compromiso con la verdad, la independencia y la libertad.

Ética y códigos deontológicos

Cuando tiempo atrás la jueza Ardoy dijo que cobrar en un programa no configuraba un delito, pero que sí merecía un “reproche ético” (ante la denuncia del senador De Armas en contra de ejecutivos del programa Almorzando con Mirtha Legrand que le habrían querido cobrar 3.500 dólares por su asistencia) la jueza sentenció que la libertad, para que sea responsable, no puede estar alejada de la ética. Ese simple reproche no pudo concretarse en aquella oportunidad, porque en el país no existe un mecanismo o un órgano que aplique ciertas normas de ética, ni tampoco un código de deontología profesional. Ahora bien, ¿es conveniente que se apliquen normas o sanciones a los periodistas? ¿Que haya códigos? Y ante esto, ¿quiénes se encargarán de aplicar esas normas? ¿Qué tipo de sanciones serían aplicadas? ¿No llevaría esto a la autocensura? ¿Aprovecharían los jueces para dictar leyes

positivas en contra de los periodistas, amparándose en esas normas del derecho natural?

Por otro lado, ¿es tan descabellado sujetarse a normas como los demás profesionales? ¿Acaso el periodista tiene menos responsabilidad social que un médico, un abogado, un maestro o un juez? Si bien ya ha comenzado a rondar, en los círculos periodísticos, la idea de crear tribunales y códigos de ética para la profesión, aunque el debate no se haya desatado a gran magnitud, las declaraciones del presidente del Senado, Eduardo Menem, del 15 de mayo de 1992 atrajeron la atención de los periodistas. En la oportunidad, consideró necesario reflexionar sobre el establecimiento de algún tipo de juzgamiento como defensa frente al periodismo que miente. Menem se refirió a dos clases de periodismo, “uno bien intencionado y otro que no lo es tanto, que persigue segundos propósitos” y como respuesta al periodismo que miente señaló que le parecía “bien lo que se sostenía acerca de la necesidad de establecer tribunales de conducta (para el periodismo) porque ahora la defensa que tiene el ciudadano es ir a la justicia”, lo que no consideró una buena defensa por la lentitud de las resoluciones. Explicó que la conducta de los profesionales de prensa debería ser juzgada por organismos integrados por sus pares, lo que sería “una forma de evitar ciertos abusos que se cometen” y “para ir separando lo bueno de lo malo”.

Indefectiblemente la introspección a la cual se invita al periodismo a reconocer sus pecados con la sociedad, trae aparejadas posiciones distintas por parte de encumbrados periodistas que arrastran a otros a pensar sobre la necesidad de que en el país se escriban códigos de ética y se formalicen tribunales que los hagan cumplir. En ese sentido, el debate es incipiente y deberá pasar mucho tiempo para que los periodistas acepten el tema. Al respecto, hay dos posturas visibles: unos buscan la creación de códigos y tribunales para penalizar a periodistas que transgredan principios elementales de la ética, como, por ejemplo, no respetar la intimidad de una persona, mientras otros sostienen la postura opuesta, ya que temen que estos tribunales y códigos se conviertan en un nuevo poder corporativo y sean integrados con colegas inescrupulosos, que sólo busquen aplicar sanciones y pierdan el objetivo de la libertad de expresión y el bien común.

Muchos periodistas ya se han pronunciado a favor o en contra de estas posturas, pero hasta ahora todavía no se puede hablar de un debate serio: sólo hay algunas opiniones esporádicas volcadas desordenadamente en los espacios de algunos medios y ni en los cursos y seminarios de periodistas ni en las escuelas y facultades de periodismo el tema es tratado con regularidad.

El influyente Bernardo Neustadt es uno de los periodistas a favor. Dijo (“Noticias”, 17-05-92) que “como creo que el periodismo tiene una influencia muy grande, creo también que tiene que haber un tribunal de ética para que mi raza periodística pueda seguir teniendo influencia, respeto y credibilidad”. Es que acá existen periodistas que han sido delincuentes y aparecen en las pantallas de ATC diciendo lo que se les canta o aparecen modelos haciendo lo mismo. Neustadt, al referirse a lo que algunos califican como guerra de medios y periodistas, dijo (“Gente”, 05-92) que con algunos colegas jóvenes “encontré un perfil de solución: crear un tribunal de Ética de los periodistas. En el país había privilegiados. Por ejemplo, los sindicalistas: mire cómo terminaron. Los políticos mire cómo están. Los diputados, mire cómo les va. La gente nos tiene fe: somos el segundo poder de la República. Le pesare a quien le pesare. Pero podemos terminar en el mismo rubro de los políticos y los sindicatos: desprestigiados. Si nos aprovechamos del poder que tenemos nos va a ir mal. Nosotros no tenemos límites. Yo no tengo

ganas de convivir con colegas que hacen cualquier cosa con tal de llegar a la gloria".

El sociólogo y semiólogo Heriberto Muraro ("Somos", 20-04-92, Los Límites de la Ética), al referirse al periodismo del vale todo practicado por Lucho Avilés, dijo que ya es hora de que los periodistas y la gente de televisión se junten y establezcan sus propios códigos éticos. Fundamentó su posición al decir que "en la televisión como en la selva, parece que está permitido lo que no está prohibido. La Argentina es una sociedad que ha agrandado, hasta grados insospechados, los límites de la ética y esto se da en todas las actividades".

El titular de la cátedra de Derecho Constitucional de la Universidad de Buenos Aires, Miguel M. Padilla, quien puso de ejemplo el Press Council o consejo de prensa de los periodistas británicos, opinó a favor de esta postura fundamentando que se trata de intentar un equilibrio entre las irrenunciables exigencias de una libertad de prensa exenta de previas trabas y aquellas otras impuestas por una ética profesional que, en definitiva, concluye por enaltecer a quienes la practican.

Sin embargo, a pesar de esos razonamientos, son más los periodistas que mantienen posturas contrarias a la formación de tribunales o códigos deontológicos. El secretario general de "Clarín", Roberto Pablo Guareschi se mantiene en esta segunda postura. Puso reparos ("Somos", 4-05-92) en la formación de tribunales de ética especialmente por el tema de quién los constituiría. "¿Cómo elegiríamos a esos periodistas? ¿Quién los elegiría? ¿De qué manera? ¿Estarían libres de cualquier objeción? ¿Y qué les pediríamos: que supieran evaluar absolutamente todo, omniscientemente, como si fueran dioses? Yo creo que no. Yo creo a rajatabla en la capacidad del público para juzgarnos".

Para Mainhard, crear tribunales que digan qué es ético y qué no lo es, quiénes deben ingresar a una lista negra y a una blanca, se prestaría a demasiadas confusiones. Su fundamentación se basa en que nadie está en condiciones de arrojar la primera piedra. Cree que esta discusión deriva de la falta de credibilidad en la justicia. "Pero sería más útil apostar a reformarla y creer en ella que regular el ejercicio de la prensa. ¿Cómo harían luego los integrantes de ese mentado tribunal para pedir al gobierno de turno una libertad de prensa? La autoridad les respondería: "pero si ustedes son los primeros en cercenarla". ¿Por qué no reformar los códigos Civil y Penal y sancionar más severamente lo que sea mentir, desinformar, injuriar, en vez de regular al periodismo?".

Tercera postura

Tampoco se trata de manejar sólo estas dos posiciones. Dicen los filósofos que la mejor decisión ética es la que emerge del centro de dos posiciones extremadamente distanciadas. Se trata entonces de que haya códigos deontológicos meramente declarativos y que no tengan ningún valor de aplicación. Que sean formadores de conciencias y que contribuyan al periodismo con recomendaciones sobre lo que no debería hacer, ya que muchos periodistas, debido a las diferentes escalas de valores personales que se manejan, no distinguen si está bien recibir una bonificación de una fuente, por ejemplo, o si es apropiado utilizar el nombre del medio en que trabajan para abrir algunas puertas.

No se trata de penalizar y castigar al periodista que comete errores, sino de educarlo y formarlo para que cada vez los tenga menos y cumpla mejor con su labor. Tampoco se trata de capacitarlo para su propia ventaja, sino más bien para el beneficio de la opinión pública, para que su mensaje llegue con la contundencia de la verdad, y con la sabiduría de la prudencia, la caridad y el amor al prójimo. Para que

sea un periodista orientador de conciencias hacia el bien común y a la paz de la comunidad y que sea capaz de dejar de lado su interés personal en toda acción comunicativa. Tal vez no se necesiten tribunales de aplicación, pero sí el dictado de ciertas normas o guías que sirvan al periodismo para tomar mejores decisiones en procura de servir mejor al público y no perjudicarlo. Ello podría lograrse, a nivel nacional, a través del consenso entre asociaciones empresarias, gremios y escuelas o universidades de periodismo.

Si no fuera así, al menos podrían redactarse recomendaciones, en forma individual, que sirvan al periodista en su lugar de trabajo, reunión o estudio. Un ejemplo de este tipo de recomendaciones individuales se observa en el diario “La Prensa”, el cual tiene un código de ética interno que data del 18 de octubre de 1925, cuando lo incluyó su director y editor, Ezequiel P. Paz, en el discurso ofrecido con motivo del 56° aniversario del diario. Las recomendaciones de dicho código se hicieron tan famosas, que la Sociedad Interamericana de Prensa, en su sexta asamblea general del 13 de octubre de 1950, las adoptó como su credo. De él se desprende la conocida frase del insigne periodista norteamericano Walter Williams: “nadie debe escribir como periodista lo que no pueda decir como caballero”. Debatir o inculcar la ética en el ejercicio práctico de la profesión, no es otra cosa que perseguir una mayor libertad, una libertad de expresión más responsable: Sin la ética, como principio primario, toda libertad es ficticia.

CAPÍTULO I: LIBERTAD, CENSURA, LEYES Y FUENTES INACCESIBLES

Censura previa: el peligro de la autocensura

Fue negativo que se haya utilizado la censura previa contra un medio de comunicación el 10 de mayo de 1992. En este caso, los integrantes de la Sala II de la Cámara de Apelaciones en lo Civil y Correccional Federal recogieron favorablemente un pedido efectuado por la jueza federal María Servini de Cubría, quien consideró que para que no se dañe su imagen ni la del Poder Judicial, se debieron censurar partes del programa cómico-político Tato de América, conducido por Mauricio Borensztein que emite los domingos Canal 13 de Buenos Aires, en el que obviamente se hacía referencia a la jueza en uno de los sketchs.

Sin embargo, mirando este caso en forma optimista, se podría concluir que los hechos han favorecido para que se advierta cuánto ha madurado la sociedad con respecto a los derechos y garantías que se deben respetar y resguardar. Como muy pocas otras veces, después de la censura previa al programa, muchísimos sectores (que involucran a políticos, periodistas, dirigentes de asociaciones intermedias y ciudadanos comunes) han repudiado el acto de violencia que representa la censura previa y respaldado el derecho de todas las personas a la libertad de expresión. Esto implica el grado de madurez democrática de la sociedad, de participación. Ya que no hace mucho tiempo atrás, la figura de la falta o no de libertad de expresión era una cuestión de discusión sólo entre periodistas y políticos. Ahora, según lo denotan las muestras de respaldo, pareciera que esa discusión se ha ampliado, posiblemente porque todos se han dado cuenta de la importancia de gozar del derecho a la libertad hasta que se lo pierde.

Censura previa

La prohibición judicial que no permitió que se hayan emitido partes del programa, configura una afrenta a la misma Constitución nacional, que en su artículo 14 establece y garantiza el derecho de todo ciudadano de “publicar sus ideas por la prensa sin censura previa”. No es la primera vez que se atenta contra los ciudadanos de este país apelando a la censura previa. A mediados de 1991, el juez Ventimiglia ejerció el poder de controlar a la prensa al secuestrar los suplementos del diario “Córdoba” en el que textualmente se transcribía un expediente con declaraciones de Tula sobre su relación sexual con María Soledad Morales. En aquel caso, Ventimiglia entendió que se había violado el secreto de sumario y, por lo tanto, los secuestró antes de que fueran puestos a disposición de los quiosqueros. Sin embargo, al aplicar la ley, se habría utilizado desproporcionadamente una facultad jurisdiccional para impedir la libre circulación del periódico, incurriéndose, acaso también, en una acción que podría considerarse comprendida dentro del delito legislado en el Código Penal, el cual en su artículo 161, castiga a quien “impidiere o estorbare la libre circulación de un libro o periódico”.

Otro antecedente de censura previa fue el registrado el 24 de mayo de 1987, cuando por orden del juez federal Martín Irurzún se ordenó a los diarios “Clarín”, “La Nación”, “La Prensa”, “Crónica” y “Ámbito Financiero”, no publicar, al día siguiente, una solicitada con 5.400 firmas en apoyo al ex-dictador Jorge Rafael Videla. En aquel caso, Irurzún había hecho lugar a la presentación efectuada

por el periodista Horacio Verbitsky para que se prohibiera la publicación, medida que luego, el 10 de noviembre de ese año, la Cámara Federal (con las firmas de León Carlos Arslanián y Ricardo Gil Lavedra) revocó en un fallo reivindicatorio de la libertad de prensa. Con aquel fallo se creyó que no ocurrirían excesos como el cometido por la jueza Servini de Cubría, ya que consideró a la censura previa violatoria de los derechos consagrados en la Constitución y rescató a la libertad de prensa como uno de los pilares de la democracia y de la República.

Si bien la jueza (y algunos jueces) interpretan que los medios muchas veces cometen abusos, deberían comprender que no existen delitos de prensa, sino delitos a través de la prensa. Pudo ser muy comprensible el fallo de seis carillas de la Cámara que explica —según el fiscal Roberto Rivas— "que se priorizó a la persona humana por sobre la amplia libertad de prensa que rige en una época en que de distintos medios se vulnera el derecho a la intimidad, incurriéndose a veces en ilícitos vinculados a las personas". Pero no se entiende por qué no se juzga a periodistas y editores con los mismos métodos judiciales que al resto de los ciudadanos. Si se interpreta que hay delitos de prensa, entonces es fácil advertir que la censura previa continuará ejerciéndose. No se trata de que los medios o los editores traten de evitar responsabilidades, sino de que la asuman después de haber cometido un ilícito, porque de lo contrario se estará combatiendo un delito con la fuerza de otro mayor: la censura previa.

Como en la dictadura

Esta medida de censura previa, adoptada contra Tato Bores, recuerda que en la Argentina se vivieron épocas muy oscuras con otros gobiernos, como advirtió la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA) al decir que en este caso "no está en juego la personal expresión de Tato Bores, sino la libertad de un pueblo que parecía haber dejado atrás décadas de frustración dictatorial". Robert Pierce en su libro Libertad de expresión en América Latina recuerda los diferentes episodios de censura directa y censura previa que les tocó vivir a los medios argentinos. En la historia del periodismo argentino quedó grabado cuando reapareció la censura al día siguiente de que tomaran el poder los militares en 1976. Se dejó que los directores —dice Pierce— interpretasen por sí mismos las regulaciones que les decían que evitasen el sensacionalismo, la obscenidad y la violencia. Según la orden habían de "inducir la restauración de los valores de orden, trabajo, entrega, sinceridad y responsabilidad en el contexto de la moral cristiana... y evitar la propagación de las opiniones de personas no cualificadas y que carecen de autoridad para expresarse sobre cuestiones de interés público".

También, refrescando la memoria, el presidente y el secretario de la comisión de medios de comunicación de la Cámara de Diputados bonaerense —Carlos Lemos y Pablo Luchessi— consideraron que es inadmisible que la Justicia, depositaria de la interpretación de los preceptos constitucionales, haya actuado en favor de la censura previa subrayando que Servini de Cubría y los miembros de la Cámara "mutilan las garantías constitucionales, pero lo que es peor, nos retrotraen a otras tristes épocas de clausura política de diarios y otros medios coercitivos, como la falta de entrega de papel y elementos diversos a empresas periodísticas que no comulgan con los postulados de acciones de gobierno".

Precisamente ese tipo de acciones se vivieron en el país en las presidencias de Perón. En periodismo se recuerda la deshonra de Perón cuando, en 1951, confiscó "La Prensa" y luego el Congreso dictó una ley

de expropiación, por la cual Alberto Gainza Paz tuvo que marchar al exilio y el periódico quedó, por muchos años, en manos de una federación sindical. En aquellas épocas también era usual que se expropiaran las reservas de papel para diarios y se redujera la asignación del mismo, a tal punto que los periódicos aparecieran con ediciones bien reducidas. En fin, hay numerosos métodos por medio de los cuales los gobiernos utilizaron la censura. Aunque muchas veces, con medidas económicas como las mencionadas, no se trataba de una censura directa, en la práctica los efectos eran iguales a los que hoy judicialmente se han logrado a través de la censura previa: reducir la capacidad de comunicarse en forma libre.

Peligro de autocensura

El peligro de estas medidas de censura directa y previa es que se logre el objetivo de que los periodistas se autocensuren. Cuando a un individuo se lo invita arbitrariamente a no escribir o hablar sobre un tema determinado, es muy probable que luego tenga miedo de expresar su pensamiento, a pesar de que la norma sea levantada. De la censura deviene casi siempre la autocensura, porque el periodista deja de defender el ejercicio responsable de la libertad de expresión, para defender un bien menor que se convierte automáticamente en el objetivo principal y bien mayor: el puesto de trabajo, la libertad personal o la supervivencia como medio de difusión.

Lo temible del fallo de censura previa es que ante otro hecho similar se instaure en la República la manía de reprimir cualquier otro intento de opinar. Obviamente, una conducta represiva de las opiniones echará por tierra todos los esfuerzos que hasta el momento se han logrado para solidificar la libertad de expresión. Tal vez, con ánimo optimista, valga recordar la actitud ejemplificadora del juez federal Néstor Blondi, quien el 12 de marzo de 1992 rechazó un pedido de la senadora justicialista por Catamarca, Alicia Saadi de Dentone, de impedir la proyección de la película norteamericana Águilas de Fuego que narra las aventuras de un comando antidrogas en un remoto desierto de Catamarca donde opera la organización de narcotraficantes, cártel Saadi. En ese caso, previendo que la prohibición de proyección de la película podría incurrir en el ejercicio de censura previa, el juez Blondi no hizo lugar a la pretensión de la senadora al sostener que “los hechos que en sí podrían llegar a constituir algún ilícito (calumnias o injurias) al momento no se han producido”.

Autogolpe y censura directa

Con el autogolpe institucional en el Perú, el 5 de abril de 1992, quedó nuevamente demostrado cuán atolondrado es el poder público en Latinoamérica. Y, como de costumbre, en estos arrebatos, los políticos aprovechan para recriminarle a los medios de comunicación un poder que realmente no poseen. Los políticos siempre están tentados de echarle la culpa a los medios de todos los problemas sociales y les atribuyen hasta el mérito o la culpa de orquestar campañas de desestabilización, derribar gobiernos, modificar conductas de los gobernantes o corromper los valores del sistema democrático. No hay dudas de que el presidente Fujimori piense también de esta forma, ya que lo primero que hizo al asestar el golpe fue enviar tropas militares a las redacciones de los medios, detener directivos y perseguir a periodistas. De esta forma, asemejándose a una monarquía, Fujimori apeló a la censura de la opinión pública como la mejor forma de manejar todo el poder a su favor.

Como lo hacen y lo hicieron todos los gobiernos totalitarios del continente, nacionales, provinciales o municipales (incluso los disfrazados de democráticos) el peruano justificó la censura escudándose en la seguridad nacional y en el orden ciudadano. De manera cíclica estas conductas del poder público se registran en Latinoamérica. Justo en el momento en que se respiraba una libertad envidiable en todo el continente, a excepción de Cuba y Haití, Fujimori, con sus leales militares, volvió a manchar el presente latinoamericano. Lamentablemente, año tras año, cuando en un país se logra la desestabilización de un gobierno dictatorial, en otro cae uno democrático. Por desgracia, con aquel autogolpe institucional, que no dejó de ser un simple y mortífero golpe de Estado, renació la intención de muchos gobernantes de retornar al pasado reciente y del que tanto costó desvincularse. Si bien el ciudadano común se cansa justificadamente del abuso de privilegios de un gran sector de los poderes del Estado —legisladores y jueces— como justifican los resultados de las encuestas efectuadas a la gente del Perú, ello no implica que esos poderes deban matarse para el mejor funcionamiento del sistema. Hay distintos resortes para mejorar la democracia, sistema que, si bien no es el óptimo, es el mejor del que se dispone y conoce.

Espacio en blanco

Con inusitada violencia, encarcelamiento y persecución de directores de medios de comunicación y periodistas, una de las primeras medidas del “autogolpe” fue la censura, previa y posterior. Si bien Fujimori justificó ante la prensa internacional que las fuerzas de seguridad fueron enviadas a las redacciones para “garantizar la seguridad de los medios”, se pudo advertir, de la misma forma que ocurrió meses antes en Venezuela con el fallido golpe de Estado, que el objetivo fue otro. Además de soldados pertrechados en clara muestra de intimidación, el gobierno envió varios censores que obligaron a los principales diarios de Lima y del país a retacear la información disidente. Todo a favor, nada en contra fue la consigna que debieron seguir los medios.

Ante esta violencia, los medios prefirieron salir con espacios en blanco, como lo hicieron los de Venezuela cuando fueron censurados; una manera de protestar y de que la gente se diera cuenta de los primeros efectos del autoritarismo. Algunos de ellos, en una actitud valiente, emitieron imágenes de la golpiza que los militares les propinaban a los parlamentarios luego de la clausura del congreso bicameral, como el caso de los canales “América Televisión” y “Frecuencia 2 Televisión”. Otros canales emitieron imágenes de medios extranjeros al propalar los informativos del exterior, vía satélite, especialmente de España, México y Chile. También por aquella famosa frase acuñada de “seguridad nacional” al que recurren las administraciones totalitarias, muchos periodistas fueron detenidos por tener información confidencial que, según dijo Fujimori, atentaba contra la salud de la nación. El caso más concreto fue el del corresponsal del diario español “El País”, quien fue detenido la noche del golpe junto a otras destacadas figuras del ambiente periodístico. Y si bien días después al autogolpe los militares se habían retirado de varias redacciones y no se controlaba tan estrictamente el material de los diarios, las medidas violentas del gobierno hicieron que muchos periodistas practicaran la autocensura, como una manera de estar alejados de las cárceles.

Una triste historia

En lo que respecta a medios de comunicación, Perú es acreedor de una triste historia. Si bien hubo muchos medios que coquetearon con el poder gubernamental, lo cierto es que siempre los diferentes gobiernos militares y democráticos encontraron leyes para amordazarlos y destruirlos con presiones económicas y políticas y los obligaron a ser obsecuentes. Robert Pierce dice que “inspirándose en Marx, los ideólogos peruanos no miran a los medios de comunicación como una institución separada, sino más bien como un instrumento para alcanzar las metas revolucionarias. De manera que el sitio donde empezar a comprender la política informativa peruana es en los conceptos básicos de la revolución en sí”.

Después del golpe de Estado de 1968, el manifiesto llamado Bases Ideológicas de la Revolución Peruana establecía, en clara alusión a los medios, que existía “el derecho a disentir... excepto cuando se ataque los fundamentos de la revolución”. Este manifiesto no era otra cosa que un decreto a través del cual a ningún medio se le permitía estar en la oposición. Después, y ya mucho más audaz que el manifiesto anterior, las medidas contra la prensa fueron más duras y efectivas. El presidente Juan Velasco reveló, en 1974, que con la revolución se había puesto en práctica el Plan Inca, que en el primer punto decía que “la libertad de expresión no se ha perdido allí donde nunca existió”. Este punto fue en clara alusión a que se endilgaba la propiedad de los medios a grupos de poder económico, a quienes les interesaban más sus intereses que los de la propia nación. Luego de estos manifiestos y con varios decretos ejecutorios, la mayoría de los medios peruanos debió adecuarse a las circunstancias y acceder a enrolarse detrás del poder de turno para poder sobrevivir.

Tan acostumbrados a tener que luchar contra el narcoterrorismo y el terrorismo ideológico de Sendero Luminoso, los periodistas peruanos tuvieron que abrir otro frente de lucha ante un gobierno que, a pesar de todo, se autotildó democrático. Los periodistas peruanos, de cualquier manera víctimas nuevamente, son una estadística más en una larga lista en la que figuran los atropellos a la libertad de informar. De esta forma se visualiza, con más fuerza que en algunos sectores del globo, que el periodismo, además de ser una profesión muy apasionante, es también una de las de mayor riesgo. Fujimori se ha valido de la violencia y de la censura para adueñarse de todos los poderes de su propio país. Justamente estos dos antivalores de la democracia, son los que el periodismo peruano debió y deberá sortear para no engrosar las filas de las negras estadísticas de los atropellos a la libertad de prensa.

Historias de autogolpes: periodismo amordazado

• 5 de abril de 1992 y 25 de mayo de 1993, Perú y Guatemala. Alberto Fujimori y Jorge Serrano Elías. ¿Coincidencia y similitud? Autogolpes. Constituciones eliminadas. Periodismo amordazado.

• 29 de diciembre de 1992 y 21 de mayo de 1993, Brasil y Venezuela. Fernando Collor de Mello y Carlos Andrés Pérez. ¿Coincidencia y similitud? Corrupción. Constituciones ensalzadas. Periodismo libre.

Estas situaciones permiten demostrar cuán íntimamente ligadas están la democracia y la libertad de prensa. Una sin la otra no pueden existir. La historia lo demuestra, y Latinoamérica es rica en ese tipo de historia. Siempre hubo presidentes, dictadores, de facto o autogolpistas, que creen que la libertad del pensamiento de los ciudadanos les pertenece. Creen que la “posesión” del Estado les da derecho a

comprar las conciencias... a apagar las voces. A tumbar las plumas. Se equivocan. Y esa equivocación demuestra el temor que tienen a enfrentar la realidad. Ni siquiera quieren escuchar las voces disidentes. Por eso censuran a la prensa. Le ponen armas en sus puertas. No quieren la pluralidad. No aceptan la democracia. No son dignos de haber sido elegidos. Engañaron al pueblo quitándoles aquellas garantías y derechos que juraron, sobre la misma Constitución, respetar y defender.

Los mismos métodos

En busca del éxito de sus autogolpes, tanto Fujimori como Serrano Elías utilizaron los mismos métodos en contra de la prensa. Intervinieron los medios de comunicación. Enviaron tropas a rodear los edificios de los diarios. Mandaron censores a las redacciones. Evitaron que las noticias se distribuyeran, incluso más allá de sus fronteras. Pusieron las radios a disposición de la cadena nacional para emitir sus "comunicados oficiales". Inundaron de música a través de los canales televisivos ya sometidos. Intimidaron a los periodistas. Encarcelaron a unos cuantos. Amenazaron a tantos otros. Persiguieron a muchos.

A diferencia del Perú, los periodistas en Guatemala ya conocían con anterioridad las represalias de Serrano Elías en carne propia. El presidente guatemalteco nunca fue muy amigo de quienes practicaban el disenso. Se cuentan por cientos los periodistas perseguidos. Se teme por su suerte y por la libertad del público de consumir información. Por esta razón es que la Sociedad Interamericana de Prensa envió misiones a Guatemala. El 13 de enero y el 25 de febrero miembros de la SIP se apersonaron ante Serrano Elías, para demandarle la pronta investigación de la ola de violencia desatada en contra de los periodistas, y promovida y ejecutada por sectores oficiales. En ambas oportunidades, Serrano Elías prometió a los funcionarios de la SIP respetar y garantizar la Ley Nacional de Libre Emisión del Pensamiento y otros acuerdos internacionales sobre libertad de expresión por él suscriptos, e investigar las causas de "esa injusta violencia".

A sólo tres meses de aquella promesa se justificaba la condena enérgica de la SIP. A pocas horas del autogolpe y alertados por denuncias espontáneas de periodistas guatemaltecos, la SIP le envió una carta al Presidente condenando su actitud totalitaria y exigiéndole la eliminación de todas las restricciones a la libertad de informar, como premisa básica para que se restituyan las garantías constitucionales del estado de derecho. La SIP hizo hincapié en la perfecta unión entre democracia y libertad de prensa. No puede haber otro sistema. No debe haber otro sistema. Pero Serrano Elías insistió. En los días que siguieron al autogolpe, el diario "Prensa Libre" se publicó con censura oficial. "Siglo XXI" no salió, en protesta, y lo hizo recién 3 días después, pero con censura. Las radios siguieron por muchos días "enganchadas" al son de la marimba nacional. Canal 11 fue clausurado. Los canales 7 y 3 emitieron, pero intervenidos y censurados. Las agencias nacionales tuvieron trabas para transmitir...

Dos sistemas para elegir

El periodista venezolano José Rangel destapó un hecho de corrupción en círculos oficiales de Venezuela. Su investigación terminó con el encausamiento del presidente Pérez. Asumió Octavio Lepage.

En Brasil fue la revista "Veja" la que inició las investigaciones sobre la corrupción. Las denuncias acabaron con el presidente Collor de Mello. Asumió Itamar Franco.

Es una buena lección de la democracia. La denuncia de la prensa libre acorta el camino de los corruptos, pero permite el recambio de hombres porque no es su potestad adueñarse del poder. Conclusión: democracia fortalecida.

Fujimori y Serrano eliminaron la Constitución y todo lo que ella garantiza. Se autoproclamaron presidentes e impusieron a dedo a sus colaboradores. Burlaron la votación ciudadana, se adueñaron de los medios de comunicación y los utilizaron censurados para esconder sus delitos. Conclusión: democracia sin validez.

Entre estos dos sistemas y estilos de vida tiene que escoger la ciudadanía. La comunidad internacional debe ayudar a que se imponga el mejor: periodismo libre y democracia, sin lugar a dudas.

Libertad de expresión “estatizada”

Casi no ha habido gobierno que no haya querido, de una u otra forma, reglamentar la tarea del periodista y manipular la libertad de expresión. La historia universal está plagada de casos de cercenamiento de esa libertad, por parte de gobiernos dictatoriales, democráticos, de izquierda o de derecha. Generalmente la reglamentación de la tarea periodística busca como objetivo final absorber a los medios de comunicación para que sirvan a su propia causa. Los izquierdistas los absorben para utilizarlos como meros instrumentos de propaganda del partido o gobierno, mientras que los derechistas los castigan o los extorsionan para conseguir su sumisión, evitar las críticas y, así, permitir a sus funcionarios trabajar a gusto y placer.

Para conseguir la sumisión, el poder público recurre a diferentes artimañas. En el campo legal, dicta decretos reglamentando lo que no se puede divulgar, envía censores, crea colegiaturas, reglamenta el derecho de réplica, etc.; mientras que en el campo económico, aumenta el precio del papel o su arancel de importación, no otorga licencias, impone nuevos impuestos, confisca publicaciones o directamente recurre a intimidar y perseguir a periodistas.

Los gobiernos siempre tratan de aparentar que esas políticas de comunicación son tomadas para sanear a los medios y para permitir una mejor comunicación entre los habitantes de esa sociedad. Sin embargo, nunca cumplen con sus objetivos explícitamente declarados, sino más bien utilizan esas excusas del nuevo orden de la comunicación en su propio beneficio. En esta búsqueda de politizar o estatizar las comunicaciones, las autoridades de las dictaduras atacan a los medios con disposiciones directas y enérgicas, mientras que en las democracias utilizan otros argumentos más sutiles, pero a veces igualmente contundentes.

De Perú a Río Negro

En el Perú, por ejemplo, después del autogolpe inconstitucional de Fujimori, las medidas contra la prensa fueron muy directas: censura, y transformación de medios constitucionales en fujimoristas. Mientras tanto, a principios de 1992, en la provincia de Río Negro la intención del gobierno fue más sutil: busca reglamentar al periodismo mediante un proyecto de ley de comunicación social, el que obtuvo media sanción por parte de la Legislatura, en noviembre de 1991, y a través de otro proyecto del Ejecutivo provincial para derogar la eximición del pago de impuestos sobre los ingresos brutos a la publicidad en los medios gráficos.

Aunque tanto en el Perú como en Río Negro las medidas aparentan ser muy diferentes, el fundamento es el mismo: la politización de las comunicaciones para obtener, indirectamente, un mayor control de los medios. El proyecto de comunicación social del gobierno rionegrino tiene numerosos y evidentes puntos por los que se trata de cercenar la libertad de prensa. Ya en su primer capítulo, bajo el título Finalidad y objeto de las comunicaciones sociales, establece en el primer artículo que el ejercicio de los derechos de libre expresión, emisión e información constituye una de las finalidades de dicha ley, lo que explícitamente implica un sorpresivo avance del Estado sobre el periodismo, algo que resulta contradictorio con los preceptos constitucionales que prohíben que se dicten normas contra la libertad de prensa.

Por otra parte, el artículo tercero establece que todos los habitantes de la provincia tienen el derecho de expresar libremente sus ideas y opiniones sin censura previa a través de los medios de comunicación, “siempre y cuando no afecten la intimidad ni los derechos de las personas y no incurran en delitos ni discriminaciones”. Con eso pareciera que se pretende hacer ver que hay delitos de prensa y se desconoce que existen delitos que se cometen a través de la prensa. Toda publicación, cuando incurre en algún delito, debe someterse a las leyes generales y en el caso del derecho a la intimidad este ya está reglado en el Código Civil.

En su artículo quinto, establece el derecho de todos los habitantes de la provincia a recibir “una información veraz y tener igualdad de oportunidades para la recepción y difusión de la información”, aunque no dice lo más importante: quién sería el responsable de distinguir lo que es verdadero de lo que no es verdadero. Si a algún funcionario se le encargara esa función, se estaría hablando de un censor, lo que obviamente es anticonstitucional. Además, con ello, a sabiendas de que existiría un control, el periodismo dejaría de servir a la verdad ya que automáticamente practicaría la autocensura por el temor a ser censurado.

Uno de los ejemplos más claros del ataque a la libertad de prensa lo configura el hecho de que la ley prevé un órgano de aplicación de seis miembros (uno sólo sería periodista) y que este órgano tendría plenos poderes “para orientar a los medios según la conveniencia del poder administrador”. Esto significa lisa y llanamente, como en cualquier régimen dictatorial, que el Estado se atribuye el poder de control de los medios.

Extorsión oficial

Asimismo, ese texto propone la creación del Consejo Provincial de Comunicación Social encomendándole la “planificación administrativa y financiera para la promoción de las diferentes áreas comunicacionales”, la misión de formular “recomendaciones que contribuyan a elevar la calidad en los contenidos de la programación de los servicios públicos de la comunicación” y de llevar un registro de los medios de la provincia. Como una de las demostraciones más de la politización que se buscó mediante esa ley se proponía la creación de una agencia de “información Patagónica, en coordinación con otras provincias de la región”, en cuya área habría algún tipo de reglamentación para la distribución de la publicidad del Estado.

Ese punto ya fue intolerable, porque se crearía una agencia similar a Télam, la que necesariamente no se distingue por defender la libertad de prensa cuando se trata de repartir la publicidad del gobierno y la

que no ha hecho nada por “promover la eficacia centralizando la distribución de los anuncios” ni “por transmitir a ultramar la imagen de una nación entregada a los valores espirituales y materiales”, como se habían propuesto los militares cuando la pusieron en marcha en 1969. Télam, como cualquier otra agencia oficial de noticias y publicidad, no ha servido en la historia para otra cosa que como un instrumento al servicio del Estado para intimidar y extorsionar a los medios o negociar para que se bajen los decibeles cuando de críticas al gobierno se trata.

Si bien un caso muy reciente lo sufrió “Página 12”, “La Prensa”, en su vasta trayectoria, no sólo tuvo que soportar que Télam le negara la publicidad que a otros medios les daba, sino también a gobiernos que intimidaban a los empresarios para que no anunciaran en sus páginas.

Garantizar la libertad

Lo que no se entiende del gobierno rionegrino es que trate de reglamentar o estatizar las comunicaciones, cuando en el país soplan mejores vientos que quieren terminar con el monopolio del Estado en varias áreas. A fines del año pasado, una muestra satisfactoria fue la que dio el Estado nacional al emitir el decreto 1771/91 anulando casi toda la reglamentación de la Ley de Radiodifusión aprobada durante el proceso. Esa desregulación que le quita poder al COMFER fue recibida con satisfacción y como un síntoma positivo para la próxima Ley de Radiodifusión, ahora en el debate nacional.

Entonces lo que resulta inconcebible es que haya una provincia que procure reglamentar las comunicaciones, mientras el Estado nacional trata de desregularlas. Las críticas a las autoridades rionegrinas se deben a que el periodismo libre e independiente no puede tolerar ningún pretexto por el que se trate de reglamentar las comunicaciones o amoldar las informaciones. Porque se sobreentiende que, en una democracia, a los poderes públicos les compete la responsabilidad no sólo de respetar la libertad plena que expresa la Constitución, sino también defender y garantizar esa libertad.

Legislaturas y la libertad de prensa

Día tras día es más rico e importante el debate en la Argentina sobre el rol trascendente que juega el periodismo en la solidificación de la vida democrática. Los medios otorgan cada vez mayor espacio a informaciones sobre libertad de prensa, especialmente, a la intromisión del poder público, tanto del ámbito ejecutivo como legislativo y judicial, que deliberada o inintencionalmente sanciona leyes o promueve acciones judiciales contra medios y periodistas, atropellando el derecho a la libre información de todo ciudadano.

Sin embargo, es justo reconocer que hay otro sector del poder público que no sólo se opone a que se dicten normas contra la libertad de expresión, sino que además promueve proyectos de ley a favor de este derecho humano y constitucional, ya sea para que se brinden garantías de trabajo para los periodistas (secreto profesional, accesibilidad a las fuentes, derecho de autor, etc.) o promoviendo que se deroguen o modifiquen normas como la figura de desacato del Código Penal. Este sector (minúsculo) del poder público y del periodismo lo que busca es que se entienda que la libertad de prensa no es una concesión graciosa que los tres poderes brindan al periodismo, pero que tampoco ésta es propiedad de los medios, sino de toda la sociedad.

Legislaturas diferentes

En Santiago del Estero, el 19 de mayo de 1992 la Legislatura provincial sancionó por unanimidad la Ley 5.883 (luego vetada por el Poder Ejecutivo y nuevamente sancionada por la Legislatura el 29-06-92) que regula el porcentaje de ganancia por la venta de diarios y revistas en la provincia en 50 % para la empresa y el resto para los canillitas, una despótica injerencia del poder político sobre la actividad privada y en un claro avasallamiento de la libertad de prensa y de comercio que estipula la misma Constitución.

A diferencia de esa Cámara de Diputados y en contrapartida a esa disposición que va en contra de la libertad de prensa, en Buenos Aires, el 4 de junio, la Legislatura bonaerense, si bien en otras épocas acogió proyectos contra la libertad de prensa, aprobó por unanimidad una ley mediante la cual se garantiza el libre flujo informativo del Estado hacia los medios.

El proyecto del legislador Enrique Honores (UCR) fue respaldado por sus pares en “absoluto rechazo al acto de censura a la libertad de prensa, derivado de una disposición por la cual se prohibió, en términos generales, brindar informaciones a los jefes de todas las delegaciones del Registro Provincial de las Personas”. Es por ello que resultó inadmisible que los legisladores santiagueños aprobaran esa ley, sobre la cual posteriormente no tuvieron argumentos para defenderla —según reconocieron públicamente algunos diputados como Eduardo Abalovich, presidente del bloque de la UCR— pero que igualmente sancionaron con la anuencia de los peronistas por lealtad partidaria y por lealtad a Perón, respectivamente.

Desgraciadamente en la primera sesión en que fue tratada, el 19 de mayo, algunos legisladores pedían la palabra ante los aplausos insistentes de una barra que clamaba por demagogia, y no tuvieron presente que “la ley, en su espíritu y letra, confronta con la Constitución nacional y los derechos que en ella se han reconocido, a la vez que se introduce en materia cuya legislación exclusiva corresponde al Congreso de la Nación” y que “afecta a la libertad de comercio, pues impone una regulación donde debe existir libertad” como muy bien indicó el veto del Poder Ejecutivo en el decreto “A” 1.281. Lo peor de todo esto no fue la sanción de la ley sino las consecuencias posteriores.

Luego del veto, el 4 de junio (el mismo día en que en Buenos Aires se aprobaba un proyecto a favor de la libertad de prensa) ningún legislador santiagueño se solidarizó con el personal de “El Liberal” ante la determinación del Sindicato de Vendedores de Diarios y Revistas de no vender los ejemplares, o, lo que es peor, de ejercer la violencia psíquica mediante la intimidación a sus mismos asociados incautando los diarios para que no puedan ser distribuidos por otras personas ajenas al sindicato. En esos días no se entendió cómo ningún diputado reaccionó en contra de este evidente acto de censura previa, ya que no se permitió la libre circulación del periódico, sumándose así a la censura previa ejercida por la jueza federal María Servini de Cubría.

Los funcionarios buscan castigar

Esta búsqueda del control de los medios a través del Estado, no es nueva en el país. El 16 de agosto de 1990, el Senado sancionó la reforma del artículo 229 del Código Penal, mediante el cual se pretendía desalentar la divulgación de información oficial por parte de funcionarios sin la previa autorización del gobierno, aunque la misma no sea reservada ni secreta. Esa estatización también se evidenció en septiembre de 1990 cuando un grupo de legisladores radicales en la Cámara de Senadores de Buenos Aires trató de implantar el delito de prensa por el que se buscaba ampliar, para los editores periodísticos, la sanción que está prevista en el Código Penal para los delitos de desacato, calumnias e injurias. Como así también pretendió crear un sistema de protección para los funcionarios contra las falsas denuncias.

La reforma del artículo 229, proyecto presentado por el legislador tucumano Arturo Jiménez Montilla (PJ) y con el veto comprometido del Presidente, contempla penas de prisión para quienes divulguen datos económicos, políticos, militares, financieros o industriales “que sin ser secretos o reservados, no estén destinados a su publicación o divulgación”. Las objeciones de esos días, especialmente de periodistas y políticos de la oposición, que versaban sobre la “grave restricción de la libertad de prensa”, estaban dirigidas a dos puntos: el castigo prometido para quien revelara información oficial y a la persona que la divulgara. Otras objeciones cuestionaban la legitimidad de quien tendría a cargo determinar cuáles datos podrían revelarse.

Mientras Eduardo Menem y Jiménez Montilla defendieron la reforma del artículo por cuanto “está destinado a castigar a los funcionarios que revelen informaciones vedadas a la difusión pública”, el radical Hipólito Solari Yrigoyen, calificó el artículo como “doblemente restrictivo” ya que “amenaza a quien facilite la información como a quien la divulgue”. Mientras tanto, el Presidente aseguró que “cualquier imposición en la República Argentina que importe un atentado contra la prensa la voy a vetar”.

Una voz de alerta cundió en todos los medios y asociaciones periodísticas del país, cuando se dio a conocer la iniciativa del Poder Ejecutivo Nacional de elaborar un proyecto de reformas al Código Penal, que contemple una mayor protección a los funcionarios públicos, ante posibles injurias y ofensas al honor derivadas de su gestión. Fue el ex-secretario Legal y Técnico de la Presidencia, Raúl Granillo Ocampo, quien anunció, en junio de 1990, (luego no prosperó) el proyecto de ley mediante el cual se “castigará las falsas denuncias hechas con la intención de perjudicar a terceros”.

Las severas críticas que recibió oportunamente Granillo Ocampo por parte de periodistas de todo el país no pretendieron de ninguna manera reivindicar la ilícita conducta que entraña el hecho de proferir injurias o calumnias contra personas, atacando su decoro, dignidad o prestigio. Sólo trataron de dar un marco adecuado a la facultad legítima de informar a la comunidad, aun cuando existieren expresiones inexactas en el contenido de alguna publicación que, en rigor de verdad, no conlleven el animus que requiere la configuración de los delitos apuntados, sino que hagan al derecho social de conocer el acontecer público, dentro del que —obviamente— se encuentran contenidos los funcionarios gubernamentales.

Aquellas críticas se basaron en numerosas decisiones judiciales de los Estados Unidos de Norteamérica (apoyadas en la Primera Enmienda de su Constitución) en las que se resolvió la “innecesariedad de la

verificación” de hechos informados concreta y objetivamente. Ese fundamento también ha sido acogido expresamente en nuestro país, por la sala “A” de la Cámara de Apelaciones en lo Civil de la Capital Federal. De haber prosperado esa intención de Granillo Ocampo se le habría quitado a la prensa su función, delegada como responsabilidad social, de ejercer un control activo sobre los detentadores del poder.

Vélez Sársfield, en la convención de la provincia de Buenos Aires de 1860, ya advertía que:

Por su parte, la Comisión Empresaria de Medios de Comunicación Independientes (CEMCI) expresó en un comunicado (24-06-90) que la doctrina sostenida tradicionalmente por sus miembros y avalada por la Corte Suprema de Justicia de la Nación, “señala que el ciudadano que opta por la vida política y/o la función pública, debe aceptar como un elemento constitutivo de esa tarea, por la cual libremente ha optado, que el ámbito de su privacidad se vea reducido o recortado como consecuencia de su mayor exposición pública”.

Pocos meses antes de la difusión del proyecto, en un fallo sobre libertad de expresión, la sala “A” de la Cámara Civil de Capital Federal declaró que, en materia de artículos periodísticos, no existe responsabilidad cuando se difunden noticias de interés público aunque no se tenga la exacta seguridad de lo que se describe. El fallo, basado en el voto de la camarista Ana María Luaces, con adhesión de Jorge Escuti Pizarro y Hugo Molteni, rechazó la demanda por daño moral iniciada por Jorge Vago (editor de “Prensa Confidencial”) por una nota periodística (de Horacio Verbitsky de “El Periodista de Buenos Aires”) en la que se lo mencionó como uno de los artífices de los sucesos que en octubre de 1985 derivaron en el estado de sitio.

Verificación

Sobre la prensa, es fundamental el caso que citó reiteradamente la Dra. Luaces en su voto (fallo dictado por la Suprema Corte de EE.UU. en 1964 en el caso “New York Times” contra Sullivan); pues allí se estableció que los medios periodísticos no están obligados a verificar la veracidad de las fuentes y que sólo son sancionables cuando se demuestra que conocían la falsedad antes de basarse en ella. “La Nación” (19-06-90) cita que “esa sentencia avanzó sobre el concepto de que el funcionario público no puede querellar al periodista que hace críticas de su actuación, pues estableció que está en el mismo nivel de lo que se llama figura pública; es decir, la persona que es suficientemente conocida como para que la ciudadanía tenga derecho a saber de su actuación”.

“La Prensa” (26-06-90) especifica que “aquí se ha partido de la distinción que un célebre fallo en EE.UU. ha formulado entre los derechos que tienden a preservar la intimidad de los hombres públicos y los ciudadanos comunes, destacando que aquéllos deben estar expuestos, por la propia actividad que realizan, a una crítica y control de sus actos más estrictos que los últimos. Asimismo, la Dra. Luaces dijo sobre el caso, que tampoco el demandante puede considerar que se violó la privacidad, pues es una figura pública —en el sentido de que goza de notoriedad— y fue su conducta pública la que se analizaba en ese artículo”.

El CEMCI hizo conocer al Poder Ejecutivo Nacional su preocupación en el sentido de que cualquier proyecto que implique un aumento de la protección del funcionario público frente al ciudadano común, no necesariamente hará a la mejora de la gestión pública, sino que, por el contrario, puede comportar un

serio riesgo a la vigencia democrática del control de los funcionarios por su mandante. En definitiva, de haberse consagrado el proyecto, o más precisamente la intención política que originara su impulso, se habría otorgado una suerte de “bill” de impunidad a todo funcionario que en adelante no deberá ya cuidarse del eco que pudieren tener sus actuaciones fallidas, ya que la prensa argentina estaría debidamente amordazada.

Injusticia: fuentes inaccesibles

Los periodistas tienen dificultades para acceder a las fuentes oficiales de información. Continuamente los informadores llegan a sus medios con las manos vacías de noticias, ya que algún funcionario público (de los tres poderes) no brindó información o se resistió a hacerlo por alguna intimidatoria “regla mordaza”, explícita o tácita.

A principios de junio de 1992, el Juzgado Federal de Santiago del Estero no quiso brindar información sobre los ciudadanos nacionalizados argentinos en esa ciudad o, lo que es peor, se requirió una nota por escrito, cuando el periodismo sólo trataba de ver si en esa provincia sería factible que se nacionalicen automáticamente ciudadanos, como ocurrió con el caso Al Kassar. Pero este cierre informativo, excusa muy burocrática, no es sólo propiedad de cierto sector del Poder Judicial, ya que también en otras reparticiones públicas gubernamentales se requiere la misma medida. Esta burocracia informativa se manifestó el 3 de junio de 1992 cuando la jueza santiagueña Sylvia Lines distribuyó un parte de prensa a los periodistas sobre el tema de la clandestinidad de maquinitas tragamonedas, recién después de que el Superior Tribunal de Justicia la autorizara, atento a la acordada que data del 29 de abril de 1986, por la cual los jueces de esa provincia deben pedir permiso (verticalista) antes de brindar información.

Ante estos casos, los diputados provinciales en vez de preocuparse por sancionar solamente leyes de justicia social, también se hubieran podido preocupar por emular la conducta desplegada por el legislador Honores, para garantizar la labor periodística y condenar las actitudes mordazas del poder público. Honores fundamentó su proyecto sobre el libre acceso a las fuentes de información oficiales, al decir que “es necesario revalorizar los principios republicanos, pero que no se logrará tal cometido poniéndole límites a las facultades de los funcionarios, con prohibiciones dictadas con ligereza y anticonstitucionales, para evitar que los medios de comunicación cumplan su función”.

Pero los legisladores de Buenos Aires no son los únicos a quienes se podría emular. El senador José Antonio Romero Feris (PAL-Corrientes) presentó un proyecto sobre libertad de acceso a las fuentes de información y lugares públicos, que ya tiene sanción del Senado. También el diputado Andrés Fescina (Partido Federal-Capital) presentó otro que tiende a garantizar el libre acceso del periodismo a las fuentes informativas oficiales y consagra el llamado secreto profesional de los hombres de prensa, el que fue aprobado con el apoyo de todos los bloques. El diputado José María Soria Arch (UCR-Córdoba) —mandato cumplido— presentó un proyecto de régimen obligatorio de derechos de autor en materia periodística escrita, oral y televisiva, pero no fue todavía sancionado. Mientras que el senador Juan Aguirre Lanari (Partido Liberal-Corrientes) no logró que fuera tratada su iniciativa sobre el régimen de defensa del ejercicio de la libertad de prensa. Asimismo, la senadora Olijela del Valle Rivas (PJ-Tucumán) remitió otro proyecto de ley sobre derechos de autor que incluía a los periodistas en esa categoría.

Acto de injusticia

Día tras día estas limitaciones e impedimentos, impuestos en definitiva al periodismo, para acceder a las fuentes de información oficiales configuran una de las formas más sutiles con que se ataca a la libertad de prensa. Cuando la Declaración de los Derechos del Hombre de las Naciones Unidas consagra la necesidad de allanar todos los caminos a los periodistas para que procedan a recabar información, quiere expresar que esa libertad de investigar es uno de los pilares fundamentales para que se consolide el derecho a la información que tiene todo individuo. Por delegación social, el periodista es la persona que actúa como correa de transmisión entre el poder público y la comunidad, lo que implica que ante cualquier limitación o impedimento de acceso a las fuentes se produce un acto de injusticia, no sólo contra el periodista sino contra toda la sociedad. El hecho de alterar el vínculo entre el periodista y el funcionario produce normalmente una comunicación deficiente y carente de los datos elementales para elaborar un mensaje más veraz y más objetivo. De esta forma en vez de informar se desinforma o manipula a la opinión pública.

Luka Brajnovic, comunicólogo español, en Deontología periodística, dice que la información veraz y necesaria no es una concesión que el profesional hace en favor de la sociedad, sino un deber que, en justicia, tiene que cumplir:

“Mordazas”

No se puede concebir que en un régimen democrático, en el que debe reinar la transparencia y cristalinidad de los actos de gobierno, sean los mismos funcionarios quienes determinen ciertas mordazas a las fuentes informativas en contra del pueblo que los ha elegido. El Estado en lugar de impedir el acceso a las fuentes o a la comunicación de éstas con los periodistas debería ser el primero en facilitar esa vía, anteponiendo el interés de la gente, del municipio, la provincia o el país, a sus propios intereses particulares de gobierno.

Al respecto, otro catedrático español, Jesús González Bedoya en Manual de Deontología Informativa manifiesta que:

El riesgo de manipular

Es probable y entendible que algunas autoridades dispongan estas medidas para mantener una mayor discreción en los actos de gobierno y así evitar que intereses sectoriales se impongan sobre los del bien común. También es justificable que los gobernantes quieran evitar el vedetismo de algunos funcionarios que ven continuamente el justo espacio en la prensa para promocionar su figura más allá del interés político del gobierno. Sin embargo, es injusto que por un problema de resolución interno al periodismo se le coarte el derecho de acceder a las fuentes de información necesarias. Si los funcionarios siempre hablan a favor de la libertad de opinión, deben actuar en consecuencia. Por ello deben comprender que, dentro de la libertad informativa, se encuentra el derecho a la utilización de las fuentes noticiosas. Coartar el libre flujo informativo suele ser muy peligroso.

El riesgo es que, a veces, lo que comienza como una excusa de discreción, suele derivar en una excesiva y poco recomendable política de omisión y tergiversación, lo que en la práctica significa una política premeditada de manipulación de la opinión pública. Con la práctica de esta política, se corre el riesgo de dar a conocer sólo los buenos actos de gobierno y deliberadamente ocultar los no muy claros.

De esta forma, los gobiernos empiezan a utilizar a sus oficinas de prensa como meras reparticiones de propaganda al servicio de informaciones interesadas. Oficinas que luego tienen como mayor objetivo propalar comunicados de prensa oficiales, olvidándose de servir como nexos entre los funcionarios y los periodistas.

Sobre las oficinas gubernamentales de prensa, Pablo Babini, de Télam, explicaba que son organismos que se dedican más a la publicidad y a las relaciones públicas que a dar información. Más que allanar el camino a los medios para llegar a la verdad, manipulan con información interesada y ocultan los hechos. Siempre tratan de dejar bien "parado" al gobierno en el que trabajan, como meras oficinas de propaganda. Muchas veces el periodista suele ser sorprendido en su buena fe cuando llega a su medio y se encuentra con la entrevista al ministro, enviada por la oficina de prensa del gobierno, que él infructuosamente no pudo conseguir. Aquí radica otro acto injusto, ya que el periodista no tuvo la oportunidad de interactuar y la sociedad consumirá un mensaje unidireccional e interesado.

Como consecuencia de las resoluciones mordazas, se logra que el periodista desvíe su naturaleza y se convierta en una especie de detective, en cuya búsqueda tendrá con liviandad que aceptar mantener el secreto de las fuentes y publicar su información en forma de trascendidos, lo que hará que el público desconfíe hasta de la misma verdad. Pero en esta suerte de juego desconfiado que produce la disposición mordaza, no sólo se advertirá la responsabilidad del periodista. El Estado, tarde o temprano, tendrá que desconfiar de sus propios funcionarios quienes, a la hora de hablar no lo hicieron por temor a sufrir represalias o reprimendas que los puedan humillar o, incluso, desjerarquizar en su labor.

Acceso a las fuentes

La instrucción pastoral Communio et Progressio reclama justamente el acceso libre a las fuentes y explica que la verdad, auténtica necesidad del hombre y la sociedad, quedan totalmente desvirtuadas cuando no se allanan los caminos hacia el derecho a investigar. Es lógico que el ciudadano común, que no está preparado ni tiene tiempo ni medios para investigar y difundir por sí mismo, delegue esas funciones en el profesional de la comunicación. "Delegación tácita que se explicita al convertirse aquél en receptor de un medio determinado", expresa González Bedoya.

Brajnovic define el derecho a la información como una "exigencia, continuación y aplicación práctica de la libertad de expresión". Agrega que si la libertad de expresión es tanto una libertad individual como social, el derecho a la información se puede considerar como un privilegio individual y como un requerimiento social, que es cada vez más completo por la creciente perfección y especificación de los medios de comunicación. No puede concebirse que, en una república representativa, quienes ejercen el poder por la voluntad popular libremente manifestada, puedan resolver sobre asuntos de interés general en forma secreta y sin dar cuenta a nadie de sus actos.

"De la misma manera —señala La Prensa (1-07-90)— que el monarca absoluto, según la forma tradicional, dicta la ley porque ése es su placer y que el dictador totalitario ejerce un poder ilimitado porque en su país hay sólo un pueblo, un solo Estado y un solo conductor".

Desgraciadamente, en democracia, los funcionarios tienen que informar de continuo a sus ciudadanos sobre el ejercicio de su mandato limitado conferido según ley. ¿Qué es eso de informarse entre ellos? No es otra cosa que la manipulación de la cosa pública y del mismo público. El ex secretario de

Defensa de la Nación, Francisco Cerro, decía que en “el nuevo constitucionalismo, respondiendo a la exigencia de la sociedad contemporánea, la información aparece como una exigencia del bien común y que ésta, más que útil, se presenta como indispensable a tal punto que el ciudadano no puede cumplir su papel en la civilización si no está bien informado”.

Grave dificultad

Este cierre oficial de fuentes, de obediencia debida para los funcionarios de menor jerarquía, desnaturaliza la acción de gobierno que debe ser pública, deshumaniza al funcionario o empleado al que se hace responsable de sus hechos, pero no de sus dichos, y coarta la libertad del periodista de informar para beneficio de toda la comunidad. Es lamentable que todavía, en algunas reparticiones, se dificulte la labor periodística hasta el punto de tener que elevar notas burocráticas para abrir alguna fuente de información, que debería estar abierta, por aquello de que los actos de gobierno son públicos. Tampoco el periodista puede investigar muy bien, porque en este país es muy difícil encontrar datos estadísticos, los cuales convierten en científica a la información. Y a veces, aunque los haya, los funcionarios de turno suelen guardarlos, porque no son convenientes y pueden desmoronar toda política electoralista. Son mala propaganda.

En democracia, uno de los deberes del Estado es facilitar a los ciudadanos los medios adecuados para participar. Jamás podrá haber buena participación si no hay conocimiento de la realidad a través de la información. El Estado —manifiesta Peinador Navarro— para garantizar el derecho a investigar debe renunciar a ocultar hechos que por su importancia cualitativa desvirtúen la función pública de la información.

Gregorio Badeni, profesor de Derecho Constitucional de la UBA, expresaba que “el poder público no puede restringir la libertad de expresión reglamentando lo que se debe o no difundir, o trabando el normal desenvolvimiento de los medios de comunicación, ya que, en este aspecto, la libertad de expresión es un derecho absoluto, exento de la previsión reglamentaria prevista en el artículo 14 de la Constitución nacional”. En todo caso se puede entender el no justificar, a través de una ley, la discreción del funcionario, pero jamás la omisión o el secreto. Es obligación ética y civil de todas las autoridades facilitar el acceso de los periodistas a toda información porque ésta debe ser transmitida al ciudadano.

La Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) afirmó, durante la reunión de marzo de 1991 en Miami, que la democracia progresa en América Latina y que cada día se acerca más al ideal de un continente libre de gobiernos despóticos y de déspotas que persiguen a periodistas, que censuran informaciones, cierran periódicos, secuestran ediciones o ponen a la prensa al servicio de las peores causas. El ex-presidente de la Comisión de Libertad de Prensa, Eduardo Ulibarri, señaló que la libertad de prensa se ve constantemente ensombrecida por agresiones contra el derecho al libre acceso a la información pública: “muchas entidades gubernamentales utilizando todo tipo de argucias se aferran a mantener ocultas informaciones de evidente interés público”. “El florecimiento de la democracia —agregaba— no garantiza que el periodismo independiente, aquél que realiza sus tareas sin limitaciones impuestas por fuentes de poder externas, esté a salvo. Las dificultades son enemigas de la libertad de prensa. Pero advertimos con desaliento que congresos y parlamentos, libremente elegidos, se prestan a iniciativas que pueden restringir aquella libertad. Tres casos típicos son los de Panamá, Brasil y Colombia, donde

se han propuesto leyes que pretenden establecer determinados requisitos para el ejercicio del periodismo".

Límites legales: desacato

Así como el proyecto favorable para la libertad de prensa, presentado por el diputado Honores, también existieron otros proyectos positivos que tratan de garantizar la labor periodística. Como ejemplo vale recordar a los legisladores Ricardo Felgueras, Juan Pablo Baylac y Eduardo Varela Cid que impulsaban la derogación lisa y llana del artículo 244 del Código Penal y también a Dámaso Larraburu, Alberto Germanó y Fernando López de Zavalía que proponían modificaciones al tipo penal de desacato. Un proyecto muy importante presentado (junio de 1992) es el del diputado nacional Antonio María Hernández (UCR) que propone la modificación del artículo 244 del Código Penal, el que abriga la figura del delito de desacato, para que sus efectos no alcancen a la prensa.

La figura de desacato ("al que provocare a duelo, amenazare, injuriare o de cualquier otro modo ofendiere en su dignidad o decoro a un funcionario público") es utilizada frecuentemente por gobernantes y funcionarios para condicionar la libertad de expresión. "El hecho de que el periodista —señala La Nación (10-04-92)— pueda ser demandado criminalmente por difundir informaciones supuestamente ofensivas para la investidura de un miembro del gobierno, atenta contra la circulación de la información y la libre manifestación de las ideas".

El proyecto de Hernández mantiene la tipificación del desacato como figura delictiva, pero propone que sea sólo aplicada al que "injuriare o amenazare a un funcionario" y aclara que no existirá delito cuando la injuria o amenaza al funcionario sea proferida "por medio de la prensa u otro medio de comunicación masiva". En apoyo a este proyecto y a otros que buscan suprimir del Código Penal la figura de desacato, el 9 de junio de 1992, se reunieron periodistas de "La Nación", "Clarín", "Página 12" y "La Voz del Interior" con legisladores de la Comisión de Legislación Penal de la Cámara de Diputados. Bartolomé de Vedia ("La Nación") consideró que esta figura es un "impedimento disuasorio" de que los periodistas ejerzan en plenitud el derecho de expresión. "Es una norma amenazante y nunca sabremos cuántos periodistas se abstuvieron de criticar en plenitud por temor a esta figura jurídica".

Por otra parte, Jorge Posse ("Clarín") al criticar esa figura porque puede aplicarse la autocensura (del periodista) por miedo a una causa penal, expresó que "no hay mejor ley de prensa que la que no se escribe". Mientras funcionarios del gobierno defienden la figura como una manera de resguardar el honor ante imputaciones falsas (y todavía piensan en promover la modificación del artículo 229 del Código Penal), Germán Bidart Campos, titular de Derecho Constitucional de la UBA, sostuvo que el desacato no es inconstitucional "pero si yo fuera legislador lo suprimiría, porque puede ser inconveniente para la libertad de expresión". Agregó que el resguardo del honor de los funcionarios debe ser más débil, nunca más fuerte ni igual, al del resto de los ciudadanos para permitir la crítica. En el mismo sentido, el titular de Derecho Penal de la UBA, Lucio Herrera, manifestó su temor por las interpretaciones de los magistrados, "porque cuando uno interpreta la ley, lo hace como uno piensa". Herrera fue tajante al asegurar que "no podemos hablar de prensa buena o mala, es preferible el abuso de prensa y no la limitación, porque si empezamos a limitarnos no vamos a poder hacer nada para que los dictadores se implanten en el poder".

Mientras tanto, la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA) que ha sostenido reiteradamente que el delito de desacato “está concebido como un privilegio inadmisible de los funcionarios públicos frente al resto de la sociedad”, remarcó en un comunicado (30-06-92) que tiene la esperanza de que en el Congreso de la Nación continúe la voluntad de derogar del Código Penal “esa figura delictiva, invocada frecuentemente para atemorizar al periodismo libre”.

La esperanza en la derogación del artículo 244 del Código Penal se fundamenta en distinta jurisprudencia adversa a la aplicación del desacato por la prensa, como el pronunciado el 18 de mayo de 1984 por la Cámara Nacional Criminal y Correccional Federal:

A mediados de julio de 1992, fue el mismo presidente Menem quien propuso al Parlamento la derogación de la figura de desacato por considerar que la misma “favorece el criterio autoritario que privilegia el concepto del Estado por encima de los derechos fundamentales del hombre”.

“La experiencia de largos años de vigencia en la legislación penal argentina del delito de desacato es indicativa del uso a veces arbitrario con que la autoridad ha tratado de cercenar el derecho de crítica a los actos del gobierno, derecho que es consustancial a la misma democracia”, señala otro de los fundamentos del proyecto de ley que el gobierno envió al Congreso. Sin embargo, meses después de ese envío, el tratamiento del tema sufría una imprevista demora para salir con dictamen favorable de la Comisión de Asuntos Penales.

Juntamente a esa demora, por aquellos días, circuló un proyecto de ley de la senadora justicialista Alicia Saadi de Dentone en el que el desacato reaparece en una propuesta de modificación al artículo 239 del Código Penal. Aquel texto propiciaba que se reprima con prisión de 15 días a un año al que “agraviare a un funcionario público en el ejercicio legítimo de sus funciones”, equiparándose la pena al delito de resistencia y desobediencia a la autoridad. En los fundamentos se indica que la iniciativa “tiene por objeto cubrir el vacío legal que dejaría la eliminación del desacato para no dejar en el desamparo a los funcionarios públicos que fueren agraviados, fundamentalmente las fuerzas de seguridad y los jueces”.

Si bien en la oportunidad se fundamentó que se quería resguardar la integridad de los jueces y de los agentes del orden, el vicepresidente de la Comisión de Asuntos Penales, José Genoud (UCR), se mostró preocupado por el proyecto de Saadi de Dentone, ya que “introduce por la ventana el desacato”. Más allá de ello, el 3 de septiembre de 1992, la Cámara de Diputados de la Nación aprobó la derogación de la figura del desacato y giró el proyecto al Senado de la Nación. Finalmente, cuando la espera parecía eterna, el 12 de mayo de 1993, la Cámara Alta derogó la figura delictiva del desacato.

Al votar unánimemente el proyecto del Poder Ejecutivo Nacional, se demostró que los legisladores tuvieron la intención y la vocación de quitarle piedras al camino del periodista para que pueda trabajar libremente y sin temor a sufrir represalias. Finalmente, el hecho de que el desacato haya desaparecido de la legislación penal argentina implica que se deja, de ahora en más, de privilegiar a algún futuro gobierno que quiera favorecer a sus funcionarios como “ciudadanos de primera categoría”, por encima de los derechos de cualquier otra persona. Los agentes del gobierno que se sientan ofendidos deberán recurrir a la justicia ordinaria, porque todos los argentinos son iguales ante la ley.

Lo trascendental del texto votado por los senadores es que, por medio del mismo, también se dejó sin efecto el artículo sexto de la ley 13.985, que restringía al periodismo la divulgación de ciertas noticias, lo que estaba en franca contradicción con el precepto de libertad de expresión. Dicha ley fue invocada contra los periodistas desde que fuera sancionada, en 1950, durante el gobierno de Juan Perón. La insólita legislación penaba con prisión de un mes a cuatro años a quien “entregue, remita o publique datos económicos, políticos, militares, financieros o industriales que sin ser secretos o reservados no están destinados a su divulgación”.

Han caído así, en la Argentina, serias trabas que comprometían el normal desarrollo del periodismo libre e independiente, asegurando que todos los hombres, sean o no periodistas, tienen las mismas obligaciones e iguales derechos ante la ley. Si a primera vista los periodistas parecen ser los principales beneficiarios de tal decisión, es el público el que se lleva la mejor parte del botín. Lo que se ha reconocido es el derecho inalienable y humano del público a recibir la información, sin ningún tipo de barreras o ataduras.

CAPÍTULO II

MISIÓN DEL PERIODISMO ANTE LA CORRUPCIÓN Y LA DEFENSA DE LA INTIMIDAD

PERIODISMO, DEMOCRACIA Y CORRUPCIÓN

La crisis en la Argentina es moral. Así lo entendió el episcopado nacional a principios de 1991 y lo ratificó el papa Juan Pablo II. A varios meses de esa condena, las palabras del Santo Padre continúan vigentes en el país y prueba de ello son todos los actos de corrupción que a diario los periodistas denuncian. Nadie duda de que a la corrupción hay que combatirla por “el bien de la democracia” y “todos” lo deben hacer, como dijo el diputado santiagueño Manuel Bellido (PJ). El problema es que faltan leyes, porque delitos típicos de corrupción como cohecho, malversación de caudales públicos y enriquecimiento ilícito de funcionarios, entre otros, esperan la sanción de Diputados con media sanción del Senado, desde hace bastante tiempo. Con estas modificaciones y con las que el presidente Carlos Menem prometió instrumentar en enero de 1991 se hubiera podido combatir lo que él mismo denominó “situaciones de desastre”, de “administraciones totalmente ineficaces y, además, corruptas”.

Sin embargo, los acontecimientos de los últimos años como el caso Barrionuevo, el Ferrari 348-TB, el Swiftgate, el Yomagate, los DNI franceses, el Milkgate y el caso Al Kassar, perjudican la batalla que se quiere librar contra la corrupción, porque la gente estima que las denuncias “caen en saco roto”, como revelaron resultados de varias consultoras. Más aún, es el mismo Presidente quien muchas veces ha salido denostando a los medios por denunciar a alguno de sus amigos o parientes políticos involucrados en los casos mencionados. Al respecto, ADEPA (30-05-92) al sostener que la tarea de la prensa es insustituible cuando se trata de una República enferma de corrupción e inmoralidad como la nuestra, consideró que el presidente Menem se desluce cuando “intercambia golpes con los medios de comunicación independientes” y lo hace sospechoso de trabar —con conciencia o sin ella— la acción esclarecedora que el país necesita.

Responsabilidad y silencio

La corrupción no es algo nuevo. Lo que ahora sucede es que con la mayor difusión a través de los medios se vive el fenómeno de forma inédita. Así lo demuestran sondeos, como el efectuado a principios de 1991 por el Centro de Estudios para la Nueva Mayoría, que reveló a la corrupción pública como uno de los peores problemas y a la prensa como el principal denunciante. Esa tendencia no se modificó, ya que una encuesta realizada por la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA) en mayo de 1992, determinó que sobre un total de 57.932 personas, el 78,2% consideró que el periodismo debería investigar más la corrupción. Siempre hubo corrupción, lo que sucede es que en los gobiernos totalitarios, con la prensa amordazada, había ocultamiento de actos deshonestos o se tomaban represalias inmediatas a quienes se atrevían a denunciar aquellos actos. Ahora, en democracia, los funcionarios sólo pueden defenderse con críticas infundadas como la del “exceso de libertad de prensa”, declamada por el entonces subsecretario de Justicia, César Arias. También pueden tratar de comprar el silencio del periodismo extorsionándolo con adjudicaciones de ondas televisivas, con el cierre de la canilla de publicidad oficial proveniente de Télam y de reparticiones provinciales o amenazándolo con la promulgación de leyes que deterioran la libertad de informar a través del “derecho de réplica”, del “no al secreto profesional” y de los famosos “delitos de prensa”. El problema es cuando la libertad de prensa es sobornable: es decir, cuando los medios acceden a vender su silencio. En este momento endeble de la vida nacional es cuando la prensa tiene la mayor responsabilidad. Debe, como necesidad ética, denunciar los hechos y no dejarse presionar por el gobernante de turno, porque el silencio es inmoral.

“Nuestro trabajo consiste en informar de los hechos, no en silenciarlos. No deberíamos dedicarnos al negocio de suprimir información. Porque echaríamos sobre nuestras espaldas una tremenda responsabilidad si dijéramos que los ciudadanos no tienen derecho a ver qué está pasando”. — Edwin Newman, periodista de la NBC, Las Responsabilidades del Periodismo (R. Schmuhl)

Por su parte, la española Monserrat Quesada dice que cuando se habla de los medios de comunicación como del cuarto poder, hay que entenderlo no ya como la capacidad real que tienen de vetar información y perjudicar así al público, desde un punto de vista al menos ético, sino como la capacidad que también tienen de enfrentarse a los gobiernos y a las instituciones que les impiden cumplir su función social, soslayando con ello el derecho de los ciudadanos. Al denunciar las corrupciones, los fraudes y toda la retahíla de actividades ilegales o malos manejos que pueden producirse desde los cargos públicos, la prensa asume, sin rodeos, la obligación de servir de freno a los poderes establecidos.

Reafirmar la libertad de prensa

A pesar de lo doloroso e incómodo que resulta para los gobiernos la libertad de expresión, los medios no deben dejar su lugar privilegiado para luchar contra la corrupción. El ministro de Justicia, León Arslanián (“Noticias”, 19-04-92) dijo que la prensa es el medio de control de la corrupción más eficaz con que contamos, mucho más efectivo que cualquier organización o comité que el gobierno pueda crear, aun cuando a veces se lance a críticas injustas o exagere o falsee los hechos por motivos políticos. Por otra parte, la Cámara de Sociedades Anónimas, en diciembre de 1991, afirmó y advirtió que el único medio capaz de asegurar resultados en la lucha contra la corrupción es garantizar la libertad con que la prensa debe cumplir su función de informar, de editorializar y de difundir la opinión de quienes, por el lugar que ocupan en la sociedad, tienen el deber de expresarse. “La lealtad en la información, la docencia a través de las columnas cotidianas de los diarios y la prédica periódica del resto de los medios robustecerá la conciencia pública que hoy reclama con incipiente vigor una lucha frontal contra el peculado, el cohecho, la extorsión, el favoritismo, la incompetencia, la indefensión, la prepotencia y la irresponsabilidad”.

Y ante el poder hegemónico de Menem, con mayoría absoluta en ambas cámaras legislativas y con una Corte Suprema ampliada, ADEPA sostuvo que la única fuerza republicana capaz de criticar la acción de gobierno resulta ser el periodismo, dentro de la esfera de libertad que le permite la Constitución. Para que haya una lucha efectiva contra la corrupción se la debe combatir en todos los niveles, no sólo en el público, porque a veces éste termina siendo el chivo expiatorio de todos los males argentinos. La responsabilidad le compete a los medios, como meros denunciadores y al Estado como ejecutor de la condena. Se debe acabar el tiempo de la declamación para pasar a la acción. Los poderes públicos deben dar medidas concretas y modificar y crear nuevas leyes si es necesario, pero debe dejarse de lado el comparar encuestas de imagen como lo hizo el Presidente a fines de 1990, que pidió relacionar la corrupción con la imagen del gobierno, de los poderes del Estado y su imagen personal. Si verdaderamente se quiere trabajar para “las futuras generaciones y no para las futuras elecciones”, como luego dijo el Presidente, se debe fortalecer la democracia en estos momentos en que “el país siente dolorosamente la exhibición de casos de corrupción dentro de la función pública”, como dijera el titular de la Corte Suprema de Justicia, Ricardo Levenne (h).

La hostilidad contra el periodismo

Sin embargo, por la responsabilidad social que le cabe a los medios, es necesario que adviertan a los gobernantes sobre lo que dicen y piensan los diferentes sectores de la comunidad y, asimismo, que alerten a la población sobre los manejos buenos o irregulares que las autoridades realicen. No entender la esencia de esta comunicación que se horizontaliza en el disenso y en el consenso a través de los periodistas es no comprender la sustancia de la libertad de prensa en la democracia. Al fin y al cabo, esta libertad no es otra cosa que el control que tiene la ciudadanía sobre los poderes públicos.

El periodismo, como lo hizo ADEPA, debe rechazar las actitudes descalificatorias aunque también debe entenderlas, máxime cuando los funcionarios están tan sensibilizados por la cercanía de las elecciones o por “cuentas que no cierran”. Stephen Hess, especialista en medios de comunicación de los EE.UU. dijo a la revista “Gente” que cuando la prensa es libre siempre existe tensión entre gobierno y periodistas. Ese conflicto es intrínseco a la libertad de prensa. “Eso fue, es y siempre será así. De hecho

la libertad de prensa incluye la libertad de desafiar al gobierno. Para cualquier gobierno —bueno o malo, honesto o corrupto— es muy irritante. Los gobiernos siempre piensan que están actuando bien. Creen que conocen los problemas mejor que la prensa, porque tienen informaciones que los periodistas no tienen. Y entonces ven a la prensa como desestabilizadora. El problema —manifestó Hess— es que tienen que aprender a vivir con la prensa. Aprender a vivir con una prensa libre es muy difícil, ya que ésta siempre molesta. Es quizás el desafío más grande que tiene el gobierno de una democracia joven. La ventaja de la libertad es que siempre molesta y obliga. La tentación de echarle la culpa a la prensa siempre está presente".

En cuanto a la reacción de los gobiernos, Hess explicó que dirán que "...siempre habrá quien diga que lo único que querían era terminar conmigo. Todos los políticos contraatacan de esa manera. Entonces los periodistas deben aprender a vivir con eso y no deben intimidarse. Por otra parte, eso implica que deben hacer su trabajo muy meticulosamente". La idea de la democracia no es que sólo haya consenso y disenso sino que también se cultive la virtud de la tolerancia. La democracia exige para su perfección la tolerancia del disenso, pero sin avasallamientos ni encasillamientos. Al respecto, en la reunión de 1991 de la Sociedad Rural, el presidente Menem parafraseó a John Kennedy sobre la función de los políticos y periodistas en la democracia: "Los hombres que crean el poder hacen una contribución indispensable al progreso de la nación, pero los hombres que interrogan al poder hacen una contribución tan indispensable como la anterior, especialmente cuando este interrogatorio es desinteresado".

En esa oportunidad, Eduardo Duhalde, todavía vicepresidente, dijo que "la prensa es a veces muy severa con algún funcionario y está en todo su derecho, porque es parte del juego de la democracia". Aunque muchos ya no tienen dudas de que la libertad de expresión es la condición necesaria para la defensa y subsistencia de todos los derechos y garantías ciudadanos en una democracia, todavía algunos pocos creen que la libertad de expresión es el negocio del periodismo y que sólo a éste le cabe la responsabilidad de defenderla. Tal vez tendrá que pasar un largo tiempo para que se entienda que "la libertad de prensa no es una concesión graciosa que el poder político hace a los medios de comunicación, sino un derecho inherente a la sociedad democrática", como decía Ángel Anaya en "La Nación". Por lo tanto, la información que se ajusta a la verdad y que no persigue un interés particular es un derecho que le pertenece al pueblo, y ningún gobierno, institución, funcionario, periodista o editor puede reclamar su derecho de autor.

Sin embargo, en estos últimos meses se ha visto, con frecuencia, cómo parte del poder político ha atacado a la prensa por haber denunciado innumerables ilícitos. Una intolerancia irascible que demuestra una vez más lo fácil que resulta proclamar en una constitución el derecho a la libre expresión en vez de ejecutarlo en la práctica. Sobre la intolerancia periodística, Anthony Kennedy, del Superior Tribunal de Justicia de los EE.UU. decía que una democracia constitucional puede proteger la libertad de expresión únicamente si existe una fuerza vital que la sostenga... un compromiso de todos los ciudadanos a la tolerancia. "La libertad de expresión es un gran fin en sí mismo, pero también es un medio para enseñar la necesidad de la tolerancia. La sociedad existe porque celebra los valores y las instituciones que compartimos, y tolera los que no compartimos. Una sociedad libre exige tolerancia de las costumbres, las ideas y las religiones que no entendemos o que nos desagradan".

No obstante, a la hora de la reflexión seria se advierte que una de las misiones capitales del periodismo sigue siendo la denuncia de los actos de corrupción. Para ello los medios no pueden esperar que los hechos sucedan o que simplemente trasciendan, sobre todo cuando se sabe que una de las defensas que esgrimen los gobernantes y funcionarios constituye el hermetismo en torno a su función pública. Pero también, el periodismo debe estar guiado por la responsabilidad, para evitar que en las denuncias se acabe con el honor o la vida privada de algunos inocentes o ingenuamente involucrados.

DERECHOS, INFORMACIÓN E INTIMIDAD

El escándalo sexual que involucró al precandidato demócrata por la presidencia de los Estados Unidos, Bill Clinton, explotado en forma conveniente por la prensa de ese país, reabrió nuevamente la polémica entre el derecho a la vida privada y el derecho a la información. Los norteamericanos, tan acostumbrados a que a sus dirigentes se les derrumbe su carrera política por sus relaciones extramaritales, como sucedió con Gary Hart y luego con la denuncia de Jennifer Flowers, parecerían estar cansados de que la prensa saque los trapitos al sol y de los relatos sensacionalistas que se utilizan con el propósito de vender más ejemplares y de aumentar el rating. Más allá de las intenciones de los periodistas y de los políticos, lo cierto es que este caso revela uno de los mayores motivos de conflicto entre ambos grupos: hasta qué punto el derecho a la vida privada de una persona pública es la excepción al derecho de información.

Este mismo planteo se originó, en enero de 1992 ante el “Cronista Comercial”, cuando la justicia no permitió y demoró por 30 días la publicación de una biografía de Amalita Fortabat, *La Novela de Amalita, Retrato sin Maquillaje*, por considerar que el artículo 1.071 del Código Civil consagra el derecho de la persona a ser protegida en su intimidad y a no ser de manera alguna perturbada o mortificada. Si bien es muy difícil la limitación existente entre las dos figuras, considerando que ambas se expresan tácitamente en la Declaración Universal de Derechos Humanos (1948), el derecho a la información en el artículo 19 y el derecho a la honra en el 12, prima facie el derecho a la vida privada es una excepción al derecho de información. Sin embargo, esta excepcionalidad puede convertirse en una eventualidad cuando la revelación de un dato íntimo de una persona pública pueda aportar pruebas de un comportamiento que, si se reiterara, podría ser perjudicial para el interés del público. En este caso prevalecería el derecho a la información de toda la sociedad sobre el de la vida privada de un funcionario. El especialista en medios de comunicación y docente de la UBA, Roberto López Cabana, decía (“La Nación”, 31-05-92) que de producirse un enfrentamiento entre el derecho a investigar y el derecho a la intimidad, el conflicto debe ser resuelto a favor del más absoluto respeto a la libertad de prensa. “La antinomia es más aparente que real, pues ambos derechos son limitables en su aplicación, dentro de cada sociedad, por exigencias del bien común y del derecho positivo. La libertad de prensa que asegura la Constitución en sus artículos 14 y 32 y el derecho a la intimidad, derivado del artículo 19 y tutelado por el Código Civil, son en definitiva conciliables”.

Aunque Bill Clinton, como Gary Hart o Edward Kennedy (todos involucrados en casos de infidelidad conyugal) pretendían excusarse ante el público con que ellos querían ser elegidos como presidentes no como un Papa, la condena que ejerce el periodismo contra ellos se basa en que los candidatos mienten al no admitir su culpa cuando las pruebas así lo demuestran. Según los analistas (“Noticias”, 2-02-92) la mentira descubierta puede ser más destructiva en la campaña de un presidenciable que la infidelidad

de la que se lo acusa. En 1987, cuando Hart abandonó la carrera hacia el salón oval, las encuestas establecían que los norteamericanos consideraban que era más grave que el candidato hubiera mentido, que sus experiencias extramatrimoniales. Si bien luego el público estadounidense perdió confiabilidad porque la denuncia sobre Clinton fue publicada por el semanario sensacionalista “Star” previo pago de 50.000 dólares a su ex amante, y porque se temía que el asunto fuera un artilugio electoral de los republicanos, lo cierto es que, en ese caso, el derecho a la honra no puede ser reclamado por la veracidad de los hechos.

Persona pública

En todos los países del mundo se coincide en que la vida privada de un individuo es inviolable y debe penarse con toda la fuerza de la ley alguna transgresión. De ahí nace la responsabilidad periodística de proteger la intimidad de una persona. Sin embargo, en lo que respecta a las personas públicas, esa responsabilidad sufre un giro de 180 grados, ya que debe anteponer el interés general de la población a algún aspecto reservado de ese individuo. Obviamente, también se debe tener en cuenta que por más pública que sea la persona hay datos de su intimidad que han de ser evaluados para su difusión. Porque algunos pueden ser de interés público, pero otros sólo son embarazosos para él y aportan un chisme intrascendente e irrelevante para los demás.

“La vida privada de las personas públicas debe (también) gozar de inmunidad, salvo si puede probarse que está íntimamente unida a los acontecimientos públicos... aún menos aceptable es el axioma de que ‘ser un tema de actualidad’ justifica, en sí mismo, la intrusión en la vida privada”. — Miguel Urabayen, Vida privada e información

En los considerandos del fallo de la jueza Elisa M. Díaz de Vivar, favoreciendo la medida cautelar por medio de la cual se prohibió al periodista Carlos Juvenal la publicación de *La Novela de Amalita*, se admite que “...en el caso de personajes célebres cuya vida tiene carácter público o de personajes populares, su actuación pública o privada puede divulgarse en lo que se relacione con la actividad que les confiere prestigio o notoriedad y siempre que lo justifique el interés general”.

Lo que el periodismo, éticamente hablando, deberá considerar en todos los casos es el tipo de persona sobre la que revelará un dato íntimo. No es lo mismo hablar sobre la vida privada de un juez o un gobernador y las consecuencias que esa conducta puede derivar en sus actos, que sobre la intimidad de un carnicero del barrio Huaico Hondo. Aún así, cualquier persona, pública o no, que cree que ha sido menospreciada por la publicidad de su vida íntima tiene el derecho de recurrir a la justicia para que se revierta su situación. En el caso antedicho, el periodista pidió a la jueza un recurso de reposición para que se deje sin efecto la prohibición de no publicar, por considerar que Amalita Fortabat es un personaje público; pero, además, porque tal medida es un atropello a la libertad de prensa, ya que el prohibir una opinión no publicada configura un caso de censura previa penado por la Constitución nacional.

Intención

Cuando se trata de una persona pública, es fácil advertir que la intromisión en la intimidad del personaje puede ser justificable, tanto desde el punto de vista legal como del de la ética periodística. Sin embargo, también es bueno advertir que, desde el punto de vista estrictamente de la moral profesional, sabio sería adivinar la intención del periodista para poder abrir un juicio más correcto. Porque en la intencionalidad del proceder periodístico radica la diferencia entre el periodismo justo y el injusto.

El mayor punto de conflicto es, entonces, quién es el que se ensalza como juez para discernir, por ejemplo, cuál fue la intención del "Star" para titular *Clinton le Miente a Estados Unidos*: ¿fue el semanario guiado por el espíritu enaltecedor del bien común o simplemente por el vil propósito sensacionalista de promocionar el medio y vender más ejemplares? Lo mismo sucede en el caso de *La Novela de Amalita*. ¿Cuál es la intención del periodista al revolver la vida pasada y privada de la embajadora itinerante: aportar datos válidos para la sociedad, vender muchos libros, expresar opiniones en una sociedad que se lo debe permitir porque está comprometida con la libertad de expresión, o las tres cosas juntas? Para el periodismo es muy válido tener en cuenta la figura de la intención por cuanto en ella se detecta no sólo el propósito de revelar datos desprestigiantes para una persona, sino también la forma en que esos datos son obtenidos. Porque se sabe que la prensa sensacionalista, muchas veces, con el afán de adquirir primicias privadas, viola el espacio privado de las personas a cualquier costo, sacando fotos con teleobjetivos detrás de los ligustrines, escondiendo micrófonos y grabadores en lugares restringidos o pinchando teléfonos; casos que por sí solos ya configuran delitos penados por la misma ley.

Sobre la base de esta intencionalidad, también habría que analizar el comportamiento de la prensa inglesa con respecto de la cobertura de la vida privada de la familia real. Cuando la prensa del corazón y muchas veces sensacionalista parecía calmada con las desavenencias matrimoniales del sucesor a la corona británica, el príncipe Carlos con su consorte, la princesa Diana, y con la aparente reconciliación entre los príncipes Andrés y Sarah, a principios de junio de 1992, el periodista Andrew Morton reavivó la polémica con el libro *Diana, su Verdadera Historia*. Ese libro de apenas 156 páginas, con minuciosos detalles sobre los intentos de suicidio de la princesa Diana ante la indiferencia de su marido, trajo aparejado un verdadero escándalo bien explotado por la prensa sensacionalista e hizo cuestionar a la prensa seria sobre la posibilidad de que la monarquía se derrumbe. Más allá de la monarquía lo que verdaderamente estuvo en juego fue si al periodismo le importó divulgar la intimidad del poder real por consecuencias futuras que podría acarrear, o si simplemente las publicaciones fueron una excusa para aumentar las ventas, que finalmente se lograron. Si bien el periodismo destacó que esa vida íntima era socialmente importante, los políticos pensaron que el país necesitaría censurar los medios cuando éstos tienen la intención de vender más ejemplares mediante el sensacionalismo. Al final de la historia, la Comisión de Quejas contra la Prensa Británica acalló a los medios intimidándolos con algunas pericias judiciales. De todos modos, bien se sabe que la prensa inglesa, cazadora de intimidades del poder real, volverá a la carga en otra ocasión, sin importarle demasiado las buenas intenciones; su intención es hacer más dinero.

Volviendo al caso estadounidense, bajo esta óptica, el "Star" debería ser observado desde otro punto de vista, si es cierto que su director tuvo como intención pagar o extorsionar sutilmente a alguien para que denuncie en público un hecho de la vida privada de Clinton. En *Moral Profesional*, Antonio Peinador

Navarro, si bien admite que no sería ilícito, éticamente hablando, dar a publicidad todo aquello que tenga relación con la administración de la cosa pública, ya que los que recibieron el mandato popular renuncian al derecho a la fama, por otro lado advierte que:

"Es ilícito mezclar a la familia inocente, investigar secretos de un hogar familiar o entrevistar a todos aquéllos que, de alguna manera, se han relacionado con el protagonista". — Antonio Peinador Navarro, Moral Profesional

Tal vez los detalles de la vida privada, incluso de una persona pública, que el periodismo tenga derecho a informar sin que sea condenado por la ley o su propia ética profesional son aquéllos que prevalecen para el fortalecimiento de la sociedad o los que el mismo individuo no se haya preocupado de mantener en reserva.

Menem y Zulema

Los códigos sobre moral y profesionalidad y especialmente sobre ética periodística son categóricos: no se debe violar la intimidad de la persona humana y su entorno familiar. Con el derecho a la intimidad se plantean a los periodistas conflictos de conciencia. El derecho a la información que corresponde al público a veces obnubila al periodista que cree que todo debe ser publicado, incluso parte de la vida privada de las personas, como demostración de la real libertad de expresión existente. Pero lo que no se entiende es que la libertad tiene como deber fundamental la responsabilidad. Quien piensa que la libertad le permite absolutamente todo, no es un hombre responsable. Se deben prever los efectos de sus actos, para no cercenar la libertad del otro. Le cabe a la prensa, dentro de su libertad, cuidar con responsabilidad el derecho a la intimidad de cada individuo. Debe protegerlo, no desprestigiarlo o lesionarlo.

Si bien la prensa tiene el compromiso moral de proteger la intimidad de los ciudadanos, la gran paradoja es que a través de ella nos enteramos de los desnudos de Jacqueline Onassis en la isla Skorpio, del posible SIDA de Liz Taylor, de John Kennedy y su amante Marilyn Monroe, de Gary Hart y la modelo, del juez Belluscio en París, de la dolorosa agonía de Balbín... y las desavenencias y discusiones desde hace más de dos años, entre la separación matrimonial y el futuro posible divorcio entre Menem y Zulema Yoma, sólo por nombrar algunos casos. Algunos medios explotaron el sensacionalismo con grandes titulares, incluso utilizando declaraciones de sus hijos, apenas escucharon el rumor de la posible separación a principios de 1990. Otros decidieron esperar hasta estar seguros de lo ocurrido, especialmente porque se trataba de la pareja presidencial. "No lo diré, pero si otros lo dicen..." pareció ser el leit-motiv de la revista "Noticias" que en su tapa (20-05-90) justificó que la noticia no la publicó, aunque tenía conocimiento desde el 9 de mayo. Se disculpó ante la opinión pública diciendo que había pospuesto "su difusión hasta que oficialmente la aceptara el Ejecutivo razón ética... ahora sí, libre de toda culpa...", describió la situación. Detrás de este caso se produjo un amplio y forcejeado debate. Muchos a favor, otros en contra; unos defendiendo la posición de dar luz al hecho, otros defenestrando la actitud de mostrar la intimidad de una pareja presidencial. Como siempre ocurrió, nadie contempló las consecuencias para los hijos, de la misma forma que antes no se percató el daño para el hijo de Monzón, a los niños en el caso Mariana, a los familiares de Jimena, etc.

Responsabilidad

En toda la trayectoria del caso Menem-Zulema no se le puede reprochar mucho a la prensa. La señora de Menem fue quien se encargó de revelar su intimidad de pareja desde los tiempos de la gobernación riojana. Mucho tiempo vivieron separados en sus más de veinte años de matrimonio, así que no se violó o no se viola en este caso una intimidad que ya estaba desnuda. Y si así no hubiera sido, no sería ilícito darlo a conocer, moralmente hablando, como lo plantea Peinador Navarro al decir que “es lícito dar a publicidad todo aquello que tenga relación con la administración de la cosa pública, aunque no sea conocido y aunque sea difamante para los gestores o encargados... los que recibieron, de una u otra forma, el mandato popular para gobernar, se comprometen, al menos de manera implícita, a que su labor sea sometida al juicio y a la crítica imparcial de sus gobernados y, con ello, renuncian al derecho a la fama”.

Pero el periodista ¿de qué forma puede proteger el derecho a la intimidad que el mismo público pide que salga a la luz y consume con avidez en revistas, diarios y best-sellers? González Bedoya dice que los profesionales pueden proteger indirectamente el derecho a la vida privada y a la intimidad, reivindicando y defendiendo su propio derecho al secreto profesional, concientizando a la opinión pública y difundiendo todos los casos en que los ciudadanos consideren que su derecho ha sido conculcado. “Pero es evidente que a quienes más problemas ha de plantear este derecho es a los mismos profesionales de la información, cuya profesión se justifica precisamente como servicio de un derecho social, el derecho a la información”. Miguel Urabayen en *Vida privada e información* explica que “tomados en sentido absoluto, la intimidad y la información son derechos excluyentes. De ponérseles límites, cada uno tenderá a anular al otro. Pero ambos son de esencial importancia, siendo necesario buscar un equilibrio entre ellos. Por considerar que teóricamente el interés general predomina sobre el particular, podría partirse de la base de que el derecho a la información es la regla y el derecho a la intimidad la excepción”. Es decir, que por el derecho a la información que le corresponde a la opinión pública, todo acontecimiento debe publicarse, pero no aquéllos que revelen la intimidad de una persona que no sea pública, porque se cae en la difamación y en la quita de la fama y de la honra, derecho inalienable del ciudadano.

Uno de los últimos casos periodísticos en que se debatió la libertad de prensa y el derecho a la intimidad, fue el que causó la sala de la Cámara Civil de Apelaciones de la Capital Federal, que hizo lugar a un pedido de la jueza María Servini de Cubría, consistente en censurar previamente, en parte, el programa humorístico televisivo de Tato Bores en franca contraposición con el artículo 14 de la Constitución, que reza que todos los habitantes tienen derecho a publicar sus ideas por la prensa sin censura previa. Y justamente son los poderes del Estado los que deben garantizar que ese precepto se cumpla, aunque también deben garantizar que cada ciudadano sea respetado. El programa se hubiera tenido que emitir sin censura previa y luego, si la jueza se hubiera sentido difamada, recién ahí hubiera tenido que hacer valer los derechos como ciudadana. Al respecto, el presidente del bloque de diputados del Partido Demócrata Progresista, Alberto Natale, decía (“La Prensa”, 14-05-92) que “ésta es la armónica secuencia de derechos y obligaciones que la Constitución Nacional ha establecido para preservar los derechos de todos. Cada uno de nosotros tiene derecho a que se respete su honor y su decoro. Cuando haya un conflicto entre una y otra de ambas libertades, deberán ser los jueces quienes restablezcan el orden alterado. Pero lo que no pueden hacer los jueces es pronunciarse previamente,

prohibir la difusión de las ideas porque supongan que esa difusión puede afectar el decoro de una persona. Lo que no pueden hacer los jueces, ni el Poder Ejecutivo ni el Congreso, es imponer la censura previa".

PUBLICAR O NO, ESA ES LA CUESTIÓN

En el campo de la ética informativa una de las cosas más difíciles para el periodista no es la distinción entre lo bueno y lo malo, sino la decisión que debe adoptar para la difusión de un hecho conflictivo. Se plantea a menudo que debe decidir entre publicar algo por respeto al derecho del público a estar informado, o no publicar para proteger la intimidad de las personas o evitar la instigación y la apología del delito. Este conflicto se planteó con el secuestro de Mauricio Macri, en los últimos meses de 1991. Una gran parte del periodismo dudó, en primera instancia, en cubrir el acontecimiento y brindar los detalles, porque no pudo delimitar la diferencia entre el derecho del público a estar informado y el deber de no entrometerse en la vida privada de las personas. No se puede hablar de una decisión correcta que hayan hecho los distintos medios porque, si bien algunos tuvieron un poco de reparo, la mayoría cubrió el acontecimiento por no quedar detrás de la competencia.

Algo similar ocurrió con el "New York Times" hace unos meses, cuando por primera vez publicó el nombre de una víctima de violación, después de que no pudo guardar el secreto, revelado por otros medios de prensa. Ante estos casos, si bien hay un público ávido de información, una gran parte de la opinión pública preferiría que los periodistas fueran más compasivos. Al público le desagrada el acoso permanente del periodismo, especialmente en situaciones difíciles y que haga de la incertidumbre y de la angustia la moneda corriente. Un ejemplo de esta angustia buscada y deliberada en "honor al derecho a la información" la relató el mismo secuestrado al ser liberado. Dijo que, dentro de un pozo, a través de un televisor, veía a sus familiares "por los medios de comunicación, perdónenme que lo diga... pero en un momento tan difícil... invadidos por ustedes".

Libertad y límite

Con el derecho a la vida privada se le plantea siempre al periodismo una decisión difícil. Debe distinguir entre el derecho del público a estar informado y la necesidad imprescindible de estarlo. No siempre en nombre de la libertad de prensa debe decirse todo. Como en todo tipo de libertad, la de expresión debe estar guiada por la responsabilidad por aquello de "mi libertad termina donde empieza la del otro". La libertad, para que sea bien fundamentada tiene sus propios límites, entre ellos la intimidad. El periodista tiene el deber de proteger la privacidad, siempre y cuando los hechos en ella cometidos no perjudiquen el bien común. En el caso Macri, la familia pedía constantemente a los periodistas que no la acosaran y que no interfirieran en las negociaciones para evitar que Mauricio fuera asesinado. Lo que en la comunicación significa ese pedido es que "el derecho a la información pasa a un segundo plano ante el derecho a la vida". Esto no quiere decir que los medios deben, ante el menor atisbo de violencia, silenciarse, sino más bien que deben trabajar con mayor cautela y precisión.

El prestigioso comunicólogo Marshall McLuhan siempre explicaba que, en caso de reportar hechos de violencia, la prensa debería tomar muchas precauciones, sobre todo cuando se trata de secuestros, ya que quienes los cometen toman a los medios como su caja de resonancia. Decía McLuhan que se debería producir el "apagón informativo, aunque fuera un shock, porque sería un shock beneficioso".

Agregaba que, aunque el silencio es otra forma de violencia, el silencio sobre los hechos criminales es una forma de proteger el derecho a la vida, obviamente un derecho mucho más loable que el derecho a la información.

Sobre el silencio autoimpuesto o autorregulación, que difiere de la autocensura por cuanto ésta se ejecuta por miedo a la publicación y no por compasión, el catedrático español Carlos Soria opina que es necesario, porque a veces, por el afán de informar, los periodistas y los medios de comunicación son muy vulnerables a las noticias prefabricadas. Pero también advierte que ese silencio debe ser bien intencionado, porque si no se cae ante otra violencia como la desinformación por medio de la cual proliferan los rumores y sospechas, hechos que favorecen a los intereses de los violentos.

Autolimitación

En el caso de la cobertura periodística frente a la casa de los Macri, fue difícil reconocer, tanto para la opinión pública como para la prensa, si era mejor hacer desaparecer a los intrusos periodistas o felicitarlos por su labor. Osvaldo Marzullo, de “Noticias Argentinas”, opinó sobre el tema como el fino hilo donde se debería decidir si el periodismo produjo una suerte de intromisión en la vida privada de los Macri y, en consecuencia, debería haberse autolimitado para no poner en peligro la vida del secuestrado. Marzullo aprovechó el caso para reflexionar y decidir en cuanto a cuál es el “límite entre la intimidad de los involucrados y el afán informativo”.

Sobre esta autolimitación editorializó la revista “Noticias” con el título *El deber de no informar*, explicando que recién daba a conocer los detalles después de la liberación del secuestrado, porque había entendido que publicaciones previas hubieran obstruido la labor de las autoridades y puesto en peligro la vida del secuestrado. A pesar de ello, luego de publicar su versión de que el gobierno había ayudado en el pago del rescate, el juez Bonifatti calificó a la revista de imprudente. También la mayoría de los diarios porteños adoptó la precaución de la autorregulación, no dieron a conocer en un primer momento la identidad del secuestrado, previendo de esa forma no entorpecer la tarea policial. Después de que tomó estado público, se volcaron en la búsqueda de la información. Después de que los periodistas tuvieron luz verde para actuar, parte de la opinión pública vio que por momentos los periodistas acosaban y conjeturaban más de lo que informaban. Sobre esta intromisión en la vida privada de las personas, Marzullo explicaba que “el peligro sucede cuando la injerencia del periodismo causa molestias en las negociaciones de los captores. Alan Clutterbuck narró que inmediatamente después del secuestro de su padre el diálogo fue interrumpido por culpa de los periodistas”.

Presión favorable

También se debe convenir que muchas veces la presión de la prensa resulta favorable. Si bien se dijo que los captores soltaron a Mauricio porque se pagó el rescate o por investigaciones avanzadas de parte de la policía, también se advirtió que el periodismo, más allá de las elecciones y otras contingencias políticas importantes de aquella época, le dio trascendencia al caso y con ello, posiblemente, presionó favorablemente a todos los sectores para que se movilizaran. Esta presión favorable fue entendida y agradecida por el padre de Mauricio, Franco Macri, quien después de la liberación de su hijo les dijo a los periodistas: “han hecho un esfuerzo terrible. Los he sentido como parte de mi familia, han sido la música de fondo que nos acompaña noche y día, que finalmente resultó positiva”. Obviamente estos juicios de valor sobre el periodismo habrían sido diferentes si el final de la historia no hubiera sido feliz. En estos momentos el periodismo se estaría autoajusticiando sin saber si le correspondería algo de culpa. Esto demuestra que la actividad periodística no es un mero reflejar la realidad, sino más bien una actividad que necesita continuamente sopesar el derecho a la información y los límites de la libertad de prensa para decidir si debe o no publicar.

CAPÍTULO III

"DELINCUENTES, DESESTABILIZADORES, ORQUESTADORES..."

DESESTABILIZADORES: DENOMINACIÓN ANTE LA CRÍTICA

Desestabilizadores de la democracia es la denominación usual que constantemente reciben periodistas y directores de medios por parte de algunos funcionarios, que tratan de descalificar al periodismo cuando dice algo que —según el poder— debiera haber callado. Los primeros meses de 1992 fueron pródigos, sobre todo, de ataques proferidos por periodistas de la televisión del Estado, ATC, a periodistas de medios independientes. Tras las irritaciones de algún hombre del poder público, por un traspié o una estrategia política con efectos adversos, un escándalo o un malentendido, lo primero que aparece en el banquillo de los acusados del juicio contra la democracia es el periodista que fue el vehículo o promotor de la difusión u opinión sobre tal episodio. Se trata de descalificar al comunicador y hacer ver que esa libertad de expresión mal ejercida obstruye el verdadero sentido de sus emprendimientos.

Descalificación

Los periodistas son descalificados y acusados de desestabilizadores del sistema democrático cada vez que revelan intenciones no muy transparentes de los gobernantes. Debido a un comentario de “El Liberal” (20-09-90) sobre la escasa transparencia de tres ordenanzas municipales (pavimentación, cesión precaria de terrenos y sobreasignación de sueldos de concejales) el ex-intendente radical José Luis Zavalía, de Santiago del Estero, reaccionó contra el periodista Rafael Fano agraviándolo y amenazándolo telefónicamente y, en posteriores declaraciones, lo descalificó deduciendo que “detrás de la nota se mueven profundos intereses políticos y económicos” y que “lo expresado es una maniobra para desprestigiar al Concejo Deliberante con una doble finalidad: una política y la otra para volver al golpe de Estado”.

El disentir con la prensa no es malo, es más, enriquece a la democracia con la puesta en común y discusión de las ideas. Lo grave es que se trate de silenciarla, de violentarla. En septiembre de 1990, por una denuncia de “El Liberal” sobre el presupuesto de la provincia, aprobado entre gallos y medianoche y la asignación de exuberantes gastos de bloque para las diferentes bancadas de la Cámara de Diputados, varios legisladores descalificaron las expresiones de los periodistas diciendo que son “manifestaciones agraviantes y contrarias al sostenimiento del sistema democrático” y “campañas tendientes a desestabilizar el sistema elegido”. Toda esa campaña aludida terminó cuando el ex-gobernador César Iturre, con el consentimiento de los mismos diputados, vetó los gastos de bloque por obvias razones de vergüenza pública, ante el hecho públicamente denunciado. Ahí ya nadie dijo nada sobre los desestabilizadores ni calificó a Iturre de buscar el golpe de Estado.

La hostilidad

Así como Zavalía ganó fama en Santiago del Estero por sus marchas de la esperanza en las que denunciaba el fraude electoral del 27 de octubre de 1991, supuestamente perpetrado por la Corriente Renovadora en manos de Iturre y que llevó al poder al actual gobernador, Carlos Mujica, también ganó prestigio por acusar continuamente a los periodistas de sus grandes errores políticos y económicos. Durante la campaña electoral de 1991, Zavalía, de carácter sumamente autoritario, calificó a los periodistas que lo criticaban como personajes oscuros que mantenían una campaña psicológica en su contra, tarea conspirativa que dio a entender, sería pagada por el gobierno provincial. Casi siempre a gritos, y al mejor estilo propagandístico, descalificó a los comunicadores porque se informó públicamente sobre la contratación directa del entubamiento del desagüe de la avenida Colón, y sobre la necesidad de que se hubiera llamado a una licitación pública.

La información no fue producto de la imaginación del periodismo, sino un dato al que se dio estado público, porque se quiso alertar sobre una irregularidad que podría estar cometiendo un gobernante que administra la cosa pública. Como sucede a diario con otros funcionarios, que se sienten acorralados por los dichos de la prensa, Zavalía optó por el camino más fácil; en lugar de aclarar razonablemente los detalles de la contratación, desacreditó a la prensa, sacó a relucir listas negras de periodistas y ante una multitud enardecida demagógicamente se autotransformó en víctima de arteras campañas psicológicas que buscaban desestabilizarlo. Posteriormente, en mayo de 1992, los hechos reales y no inventados no le dieron la razón a Zavalía. Por un lado, la Cámara Electoral Nacional convalidó las elecciones del 27 de octubre y el Superior Tribunal de Justicia de su provincia resolvió no dar lugar a la contratación directa que el municipio había efectuado con la empresa riojana Río Manso, para construir el desagüe.

¿DELINCUENCIA PERIODÍSTICA?

Cuando la prensa divulga algún hecho ilícito cometido por un gobierno, suele suceder que el gobernante adopte una actitud incomprensiblemente defensiva de sus funcionarios y opte por descalificar a quien lo denuncie. Esta actitud, normalmente asumida por todos los gobiernos, una vez más, quedó evidenciada en enero de 1991 con el presidente Carlos Menem después de que el diario “Página 12” dio a publicidad una carta dirigida al gobierno por parte del ex-embajador estadounidense, Terence Todman, en la que denunciaba un presunto pedido de soborno de un funcionario a la empresa Swift Armour. Después de la publicación, Menem, en lugar de esclarecer una información sobre la que no desconocía su veracidad, descalificó a los periodistas tildándolos de alienados y dijo que “en el periodismo también hay delincuentes, y esto es un gesto y un acto de total delincuencia periodística”. No fue la primera vez que el Presidente desacreditó al periodismo, ya que poco antes había criticado con total desfachatez y soberbia totalitaria a los medios que le habían dado demasiada prensa a los ex comandantes indultados, Videla y Viola, “a estas dos figuras que ya forman parte del pasado”, como si él no hubiera sido el causante de un episodio mundialmente debatido y criticado. Sobre el tema, ADEPA advirtió que “debe desterrarse la malsana práctica de formular ligeras y temerarias calificaciones por parte de funcionarios oficiales sobre periodistas y medios de comunicación”. Asimismo recalcó que “se manejan con mucha ligereza nombres de periodistas, ubicándolos algunas veces en posturas favorables al gobierno o casi conspirativas, en un intento de presión que intenta enturbiar el panorama en el que se desenvuelve la prensa”.

A fines de 1990, la prensa también sufrió otros ataques de funcionarios como el del ex-subsecretario de Finanzas Públicas, Raúl Cuello, quien para tapar su mala gestión por una baja recaudación fiscal, culpó al periodismo justificando su renuncia porque, según él, hubo “una intensa presión derivada de versiones periodísticas” y porque “el tratamiento del tema por parte de algunos medios no es todo lo objetivo que debiera ser y en algunos de ellos hay una indudable carga de animosidad personal”. Después de su renuncia, también fue el ministro Erman González quien desautorizó a los medios al decir que “aparentemente existe una campaña para crear tensiones sociales con anuncios de nuevos impuestos y esta campaña se advierte en algunos diarios”. Finalmente, en el Swiftgate, fue el renunciante Emir Yoma, involucrado también en 1990 por un presunto soborno a una empresa de tintas de Suiza, quien después de amenazar a varios diarios con que iniciaría acciones por calumnias e injurias, escribió en su dimisión que “no deben quedar impunes los que ocultos en las sombras siembran la desconfianza mediante la intriga y la acusación anónima”. Pero la desautorización permanente, defensiva y sistemática a la prensa no es obra solamente de funcionarios de este gobierno. El diputado Luis Zamora recordaba que tanto Menem como Alfonsín tildaron de delincuentes a algunos periodistas, arrogándose a sí mismos la virtud de permitir la libertad de prensa a su conveniencia, olvidándose de que ésta es una garantía intachable en un país que quiere vivir en libertad.

Tiempo de meditación

Después de unos días de meditación, el gobierno pareció haber entendido que más importante que encontrar en sus filas al funcionario desleal que filtró la información, preocupación que revelaron Presidente y Ministros, es fundamental para la imagen del país encontrar al o a los funcionarios sospechados de sobornar y de corromper. Parecen así haberse escuchado los reclamos de los medios de prensa y de los políticos opositores que se alinearon detrás de las palabras del radical Juan Carlos Pugliese: “Menem, en vez de echarle la culpa a los periodistas, debería ordenar la investigación”. En los primeros tiempos de su gobierno, Menem no parecía entender el real valor que tiene para la democracia la madre de las libertades, como es la libertad de prensa. De lo contrario, no habría lanzado el exabrupto “delincuencia periodística” poco después de que dijera que “el periodismo no es el cuarto poder, sino el primero”, cuando inauguró la sala de conferencias de prensa de la Casa Rosada, días antes de la visita del presidente norteamericano, George Bush.

Sin limitaciones

La libertad de prensa, consagrada en la Constitución como libertad pública esencial no puede tener limitaciones de exceso en su ejercicio, salvo los que marque la Justicia. Sobre el particular, ADEPA destacó que la libertad de prensa es una de las garantías fundamentales de la existencia del régimen democrático y, por su naturaleza, no admite retaceos ni limitaciones. ADEPA agregó que no reclama impunidad para el periodismo. “Si mediante su ejercicio se comete un delito, los responsables sólo deberán rendir cuentas ante la Justicia, igual que los restantes ciudadanos o personas jurídicas”. Así la institución advirtió que no hay delitos de prensa sino que puede haber delitos cometidos a través de la prensa y que tras ese parámetro podría buscar restablecer su honor Emir Yoma, quien considera que se ha ensuciado su buen nombre. También fue una advertencia y recordación para el gobierno sobre las reformas que quieren hacerse al Código Penal sobre el mal entendido delito de prensa.

¿CAMPAÑAS DE DESPRESTIGIO?

Así como existe una fácil y sensible predisposición por parte de los funcionarios a tildar a los periodistas de desestabilizadores y de delincuentes, también les adjudican ser los orquestadores de innumerables y conspirativas campañas de desprestigio. Por el sólo hecho de criticar y denunciar las falencias en el poder, muchas veces los comunicadores se transforman en chivos expiatorios del sistema. Es cierto que hay un grupo de periodistas facilistas que imputan y juzgan sin verificar, pero también es verdad que los comunicadores en general pretenden acabar con la corrupción, como lo demuestran los hechos que a diario se delatan. El presidente Carlos Menem en reiteradas oportunidades denunció a la prensa por haber dado demasiada trascendencia al Yomagate y la calificó de desestabilizadora para su reputación, ya que consideró que “se ha desatado una campaña desde algunos medios de difusión de fuera del país, no en contra del gobierno o de la Nación sino en contra de la familia del Presidente de la República”.

Campañas antiargentinas

La revista española “Cambio 16” fue el medio más acusado por Menem de desatar una campaña en su contra por haber dado la noticia que involucraba a su cuñada Amira Yoma y a su ex-marido, Ibrahim Al Ibrahim, en el lavado de dólares provenientes del narcotráfico, según se desprendía de las indagaciones realizadas a otros narcotraficantes por el juez español. Sobre este tema, el periodista del caso Watergate, Carl Bernstein (“Noticias”, 19-04-92) comparó la actitud de Menem con la del ex-presidente Ronald Reagan cuando éste calificó de pasquín irresponsable a un diario libanés, medio que dio las primeras informaciones sobre el tráfico de armas en el caso Irán-contras, en el que se responsabilizaba al militar Oliver North como nexo del tráfico de armas entre Irán y los opositores al ex-régimen de Daniel Ortega en Nicaragua.

Ante los ataques a “Cambio 16”, el director de la revista, Luis Díaz Guel, aseguró que “ésta no es una campaña contra Menem” y se defendió con que “mi batalla es informar y sé que casi siempre que el poder tiene noticias desagradables, su reacción es atacar al mensaje. Yo diría: no ataque al mensajero, investigue las denuncias, entérese si son solventes y no intente acallar a aquél que las da a conocer al público”. “Es lo de siempre —dijo— el poder busca excusas y cree en la teoría conspirativa de la historia. A cada ataque que se le hace, inventa una conspiración oculta de su opositor o de la máquina de algún periodista malévolo o, en este caso, una campaña antiargentina”.

Este tipo de intolerancia ante las denuncias de la prensa que, como ahora, son informadas sobre investigaciones que realiza la Justicia, recuerda a la de los militares del proceso que continuamente aducían campañas antiargentinas cuando el periodismo extranjero denunciaba la violación a los derechos humanos en este país. El Presidente solía ser uno de los funcionarios que con mayor periodicidad acusaba a la prensa de ensañarse contra él y su gobierno con campañas de desprestigio. Mientras calificaba de tremendo escándalo periodístico a las informaciones en torno de la investigación judicial, Karim Yoma decía que algunos redactores de “Cambio 16” son mercenarios y terroristas. Epítetos que el periodismo ya soportó de parte de Emir Yoma, cuando se le atribuyó estar involucrado en el soborno a la firma Swift Armour. Ante tales reacciones cabe preguntarse si acaso el periodismo se ha ensañado con los Yoma, o si ha sido simplemente el vocero del juez español Baltasar Garzón. Porque en este último caso y a pesar de que las denuncias rozaron la investidura presidencial, el

periodismo no puede ser cómplice con la omisión, ya que se quiere desterrar para siempre a la Argentina vieja. Tal vez lo que a menudo no se entiende es que en democracia, el periodismo tiene el deber de alzarse como un ente controlador de los poderes públicos. Una especie de cuarto poder que no está integrado al gobierno sino que debe su lealtad al pueblo, y que se maneja con total independencia de los tres poderes del Estado.

Campañas orquestadas

En estos días, también la primera dama, Zulema Yoma, atribuyó los sinsabores por los que pasan los Yoma a una campaña perfectamente orquestada para desprestigiar a su familia. Mientras tanto, el abogado defensor de Amira Yoma, calificando de conspiración a los dichos contra su defendida y la familia, dijo que estaba empeñado en saber cuáles eran los móviles de los conspiradores y que entre los sospechados estarían algunos diarios. También fue el diputado nacional por Catamarca, Ángel Luque, quien después de atacar insistentemente a los periodistas, se negó a admitir sus declaraciones difamantes contra el juez José Ventimiglia, en el caso que involucraba a su hijo como sospechoso del asesinato de la adolescente María Soledad Morales, hasta que tuvo que confesarlas ante la Comisión de Asuntos Constitucionales de la Cámara baja. Esta intolerancia ante las denuncias de la prensa se evidenció una vez más cuando Menem, refiriéndose a “Página 12”, calificó de enemiga a la prensa y de amarilla, “ya que no le gustó el tema de los indultos ni el envío de las naves al Golfo Pérsico ni el caso Ginebra ni otras cosas que estamos haciendo”.

“Página 12” no se amilanó y, con una edición en papel amarillo, contestó: “calificando de amarillo al ejercicio de la información, el Presidente adjudica a los medios un poder que no poseen. En un sistema democrático, está justamente en la clase política la sensibilidad de modificar los datos agobiantes de la realidad y no es calificando de amarillos a quienes los describen, como se comienza a hacerlo”. Casi siempre el amarillismo es el adjetivo preferido para desprestigiar a la prensa que se rebela ante ciertos intereses. César Menotti utilizó ese adjetivo contra la prensa cuando tildó de sangrienta a la prensa europea y sudamericana, por haberse ensañado con las noticias sobre la adicción a las drogas de Diego Maradona. “Estos sectores son los mismos que vivieron de la adulación cuando Maradona era el número uno y cuando andaba bien... no admito esa actitud vengativa de un sector del periodismo”.

Con ello, Menotti, equivocadamente, solicitaba que un virtuoso del fútbol jamás sea molestado por la prensa a pesar de que cometa algún delito. Lo que equivaldría, por ejemplo, a que se debía haber omitido publicar el homicidio de Alicia Muñiz perpetrado por Carlos Monzón, porque había sido bueno con los puños en el pasado y haber dado tantas satisfacciones a los argentinos. En 1992, un poco menos impetuoso que en el año anterior, cuando tildó de delincuentes a los periodistas que descubrieron el Swiftgate, Menem defendió a su entorno de las salpicaduras de la corrupción y aunque no pudo evitar pedir la renuncia a Vicco (por el caso de la leche en polvo vencida para el consumo humano) y Mazzón, arremetió contra la prensa al pedirle mayor objetividad en la reproducción de los hechos.

Tal vez lo mejor que puede hacer el gobierno es querellar a algunos medios, como Menem dijo que lo haría, si considera que alguna prensa cometió alguna distorsión que haya involucrado a una persona ajena a un hecho de corrupción, ya que el periodismo no está exento de infringir las leyes. Por lo tanto, sería mejor que acudiera a la Justicia en vez de mostrarse tan paranoico denunciando conspiraciones periodísticas.

“Dictadura de prensa”

El Presidente, refiriéndose a los monopolios de prensa y sacando ventajas de una pseudo guerra de medios en que cada uno busca argumentos para derribar al otro, Menem denunció “una especie de dictadura de prensa”. Durante la entrevista que concedió a la agencia española EFE el 7 de julio de 1992 (y repitió en Tucumán el 9 de julio después del acto patrio), Menem se lamentó de haber permitido “que se formen monopolios en el campo de la prensa”, en clara alusión a la reforma del artículo 45 de la Ley de Radiodifusión. En esa oportunidad, calificó de cosa negativa el haber permitido a “algunas empresas, aquí en la Argentina, que no tan sólo tengan diarios, papel, radio, sino también televisión”. Si bien en la oportunidad no dio nombres de empresas, Menem aludió a la editora de “Clarín” que además es propietaria de “Radio Mitre”, “Canal 13”, y posee un porcentaje accionario de Papel Prensa junto a “La Nación” y al Estado Nacional. En ese sentido, el Presidente dijo que “hay en el Parlamento una ley antidúmping que va a ordenar estas cosas y va a poner orden en esta cuestión. No es posible que una sola empresa tenga un diario, varias radios, un canal de televisión y además disponga del papel para imprimir los diarios y someta al resto de los que no participan, a la posibilidad de tener papel a una suerte de dependencia”. Después de esas declaraciones, si bien algunos medios quedaron callados, tal vez complacidos, la mayoría, no tan sólo “Clarín” y “La Nación”, aclararon que no se puede hablar de monopolio en la Capital Federal, donde existen ocho diarios, cantidad innumerable de revistas y boletines, cinco canales de aire, cuatro sistemas de televisión por cable y veinticuatro radios, por cuanto el monopolio se define “como el ejercicio exclusivo de una actividad, con el dominio o la influencia consiguiente”.

PERIODISMO DENUNCIANTE Y DENUNCIADO

En los últimos años se aprecia cómo el periodismo denunció casos de corrupción que ocasionaron cambios en el gobierno nacional, pero a su vez cómo fue acusado de exagerar, distorsionar y difamar en el contenido de ciertas informaciones de interés público. Pese a que se enloden nombres y la opinión pública tema por el tenor de estas denuncias y contradenuncias, esto no hace más que brindar una cuota de equilibrio a un sistema de vida que se solidifica día tras día. En *Balance del Año: Periodismo Escrito*, mesa redonda de la que participaron Jorge Halperín (“Clarín”) y Gerardo Ancarola y Hugo Chantada (“La Prensa”) durante la Feria del Libro de 1992, se coincidió en que el periodismo ocupó, o bien asumió el papel de denunciante porque las instituciones no cumplieron su cometido. Ancarola, al hacer un análisis de 1991, que comenzó con el Swiftgate y terminó con el Milkgate, pasando por el Yomagate y los DNI franceses, dijo que el mecanismo de esas denuncias tuvo al periodismo como acusador. En segundo lugar, los acusados negaron vehementemente; tercero, el Poder Ejecutivo apoyó esas negativas y cuarto, el periodismo siguió investigando y ninguna de esas denuncias fue desmentida objetivamente en su totalidad.

Campañas de difamación

Aparentemente, ya se ha empezado a disparar contra el periodismo en el lugar adonde más le duele. Tratando de hacer ver que la mayoría de las empresas periodísticas no son de bien público como se jactan de serlo, sino simples compañías comerciales, durante el caso Vicco, se acusó a algunos medios de embarcarse en campañas de difamación con el objetivo sensacionalista de vender más. En esta denuncia se tiró con más puntería contra “Página 12” y “Noticias”, medios a los que el diputado Miguel Ángel Toma identificó como los responsables de adoptar sistemáticamente una actitud de crítica, sin fundamentos, que “tejen su origen en claras intenciones ideológicas y políticas”. Se sumó a esa crítica el diputado Carlos Ruckauf, quien estimó que “se está dando una suerte de linchamiento periodístico de algunos funcionarios, porque la difamación se puso de moda”.

Pidiendo que no haya exageraciones, Menem se refirió a la responsabilidad periodística diciendo que “cuando hay algún rumor se le debe dar paso a los jueces” y que “no se debe manosear” la reputación de un funcionario, hasta que quede perfectamente acreditado que realmente ha cometido un hecho que pueda encuadrar en la legislación vigente. Esta figura es imposible de respetar si es que se considera la lentitud de la Justicia para resolver un caso. Demorar una información ocasionaría que mucho del control y de la presión que ejerce el periodismo sobre el poder público se diluya y se pierda la responsabilidad que le cabe a la prensa. Halperín decía que la gente busca transparencia porque el poder se maneja en secreto y el periodismo arroja luz; incluso la Justicia encontró un aliado en el periodismo. Además, se debe tener en cuenta que el periodismo no tiene la misión de actuar como justicia, sino simplemente de cumplir con su trabajo, publicando hechos de interés público y en beneficio de los intereses de la Nación (país-pueblo) y no del gobierno. Los medios exponen y denuncian hechos, no juzgan. Refiriéndose a los mecanismos de control casi adictos al gobierno como la Suprema Corte, el Tribunal de Cuentas y la Procuraduría, el ucedeísta Federico Clérici (“Noticias”, 24-05-92) decía que “el periodismo tuvo que ocupar el lugar de organismos de control, porque los organismos naturales de control, por maniobras del Ejecutivo, han dejado de serlo”. Mientras tanto, Claudio Uriarte decía que “los periodistas se han convertido en fiscales de la sociedad debido al absoluto colapso del Poder Judicial y del Legislativo”.

Rol del periodista

El gobierno argentino debería tomar en cuenta a Andrew Sens, subsecretario de Estado para Asuntos Interamericanos, quien a un funcionario argentino en Washington le dijo: “si es cierto que al gobierno argentino le importa la opinión pública norteamericana, debería tener más cuidado en el tratamiento que hacen de los medios de prensa. A nosotros tampoco nos gusta muchas veces lo que publican, pero la libertad de expresión es un valor muy fuerte. Y caen muy mal algunas reacciones” (*El Octavo Círculo* de Gabriela Cerutti y Sergio Ciancaglini). El periodista Horacio Verbitsky (“Página 12”, 19-01-92) en su artículo *Ética, Prensa y Poder*, defendió su posición diciendo que “desde el punto de vista periodístico... como se puede apreciar, no hay ninguna campaña, salvo que se le llame así a esta serie de publicaciones en defensa de la salud pública y la moral administrativa”. El autor del best-seller *Robo para la Corona*, quien involucró al ex ministro Manzano especialmente en episodios corruptos y le atribuyó la frase del título del libro, justificó su labor al decir que “cada cual hace su trabajo lo mejor que sabe y puede. Aquí se escribe para los lectores, no para las intrigas palaciegas”. Acerca de la responsabilidad penal, Verbitsky dijo que “Página 12” informó a la población sobre el tema de la leche, corriendo todos los riesgos penales si afectara a alguna persona, y de prestigio ante su público si afirmara inexactitudes.

Gustavo Béliz (“Noticias”, 24-05-92) expresaba que el poder político no debe sentirse inquieto ni temeroso. Durante el gobierno radical no había plena libertad de prensa, no por censura directa, sino por conservar los medios de comunicación en manos del Estado. Había una falta de conciencia de los periodistas de investigar a fondo algunos temas que quedaban en los pasillos del poder. No se deben ver visiones conspirativas en estas investigaciones periodísticas; el político que tiene las manos limpias no debe temerle a las investigaciones. La crítica más moderada y más creíble hecha al periodismo ha sido la del ministro de Justicia, León Arslanián, quien negó la existencia de una campaña impulsada por la prensa para vincular estrictamente la corrupción al gobierno, pero aceptó que hay una tendencia a la acción persistente en el tratamiento de dichos temas de parte de algunos medios, lo que confirmaría que a algunos les interesa vender más. Esto lo admiten algunos periodistas y se lo suele escuchar incluso en boca de algunos empresarios. Durante un diálogo entre el periodista Carl Bernstein y Julio Ramos (“Ámbito Financiero”), en el que el norteamericano decía que la función del periodismo es mostrar permanentemente la corrupción o la injusticia que haya, aunque sea poca, el director de “Ámbito” agregaba que existe un periodismo que incentiva los escándalos para poder vivir vendiendo diarios. “Hubo muzzarella adulterada —dijo—, agua mineral adulterada y leche adulterada. De todo esto se informó. Pero se hizo escándalo mayúsculo sólo con la leche... porque estaba involucrado un funcionario, para que hubiera más show de escándalo”. Con esta actitud del escándalo que también es cierta, aunque a veces sea nada más que la exageración de las denuncias, se logra inintencionadamente, o a veces en forma deliberada, que los intereses de los medios estén por arriba de los de la misma ciudadanía.

Sobre todos los escándalos denunciados por la prensa, advertía el radical santiagueño Pedro García Molina que “el manejo de los medios de comunicación, a través de operadores de programas pagados por los factores de poder, que violan permanentemente el derecho a la información de la ciudadanía desinformando y parcializando tendenciosamente las noticias, tiende a hacer actuar al pueblo en favor de sectores políticos y económicos”. Es válido entonces aceptar que no es bueno que todo el periodismo

se defienda en forma corporativa, porque se sabe que muchos actúan con intereses particulares sin importarles mucho el bien común. Hay cierta prensa que sólo se preocupa de no infringir la letra de la ley, pero no de la responsabilidad moral por la deformación o la desproporción de las noticias. Alexander Solzhenitsyn ya sentenciaba (discurso en Harvard en 1978) sobre la libertad de expresión y la de los medios: “existe enorme libertad para la prensa, pero no para los lectores, porque los periódicos, en su mayoría, dan bastante fuerza y énfasis solamente a aquellas opiniones que no contradicen demasiado abiertamente su tendencia propia ni la general”.

CAPÍTULO IV

VIOLENCIA FÍSICA Y PSICOLÓGICA CONTRA LOS PERIODISTAS

UN ACTO DE INJUSTICIA

Cuando algún tipo de violencia, ya sea física o psicológica, se desata contra los periodistas el perjudicado no es tanto el informador, sino más bien el público. Una idea clara del valor que tiene la información para la sociedad, la aporta José María Desantes al decir que “el acto informativo es un acto de justicia”. Por lo tanto, cualquier interrupción en el camino del periodista se transforma de hecho, en un acto de injusticia. “Cada vez —expresa— que el informador actúa rectamente como tal, está satisfaciendo el derecho del lector, está haciendo un acto justo y, con él, se está realizando como informador”. Valga esta introducción para entender que, cuando un periodista es agredido mientras desempeña su trabajo, la agresión mayor se comete contra la sociedad, es decir se transforma en un acto injusto contra la libertad de la ciudadanía en su conjunto.

¿A quién pertenece la información?

Ahora bien, ¿a quién pertenece realmente la información? ¿A los propietarios de los medios que la publican, a los periodistas que la expanden o al público en general que la consume? Para los peritos en la materia, estamos en los albores de la cuarta etapa de la información, es decir, ante la permanente pregunta que sintetiza la historia de la comunicación y su previsión futura: Carlos Soria, en el libro *La Excelencia Informativa* manifiesta que ella pertenecía primero al poder real, luego a la empresa informativa, más tarde a los periodistas y ahora mismo, en la actualidad, al público. Dice Soria que hay que rechazar la idea de que la información, las empresas y medios informativos son tareas originariamente estatales. Y hay que oponerse, en consecuencia, a todo clima de intervención informativa que mantenga una concepción puramente política de la empresa o considere a la información como un servicio público o semipúblico. Sin embargo, el ejercicio privado de la información no puede desconocer las implicancias sociales y públicas que tiene la información. Las empresas informativas están llamadas a rendir cuentas, no sólo a sus accionistas y propietarios, sino al público en general. Esta nueva concepción implica que ya no se sostienen los planteamientos que nutrieron la etapa capitalista de la información tan significativamente dibujados en las palabras de William Hamilton, director en 1908 del “Wall Street Journal”: “un diario es una empresa privada que no debe absolutamente nada a un público que no tiene sobre ella ningún derecho. Es propiedad exclusiva de su dueño, que vende un producto manufacturado por su cuenta y riesgo”.

La información no es de los informadores, sino que constituye el objeto de un derecho humano. La conclusión revolucionaria sobre la pertenencia de la información la aporta Desantes, en su texto *El Público y la Información* cuando dice que “culmina de esta forma un proceso histórico informativo, que primero situó el centro de gravedad en la idea de tener y, por tanto, en la empresa informativa; después en la idea de ser y, en consecuencia, en lo profesional de la información; y finalmente en la idea de deber ser, de servir la satisfacción de un derecho”. La información no es el puro ejercicio de una libertad individual, ni un objeto susceptible de apropiación a través del derecho de propiedad o de una cualificación personal. La información tampoco es —a pesar de los ríos de tinta que suscitó la metáfora

del cuarto poder— un poder. La información es, antes que nada y sobre todo, un deber. Es, en última instancia, “el poder de servir a la información”, como decía Nieto en *La Información: el Poder de Servir*. Juan Giner dice que “en definitiva, hablar de los derechos de los lectores, el nacimiento del quinto poder, la rebelión del público, la participación y acceso de los grupos sociales a los medios de comunicación o el derecho a la información como un derecho fundamental, es situar al público como eje central de los procesos informativos. Un cambio radical que supera anteriores protagonismos de gobierno y empresas, editores y periodistas”.

Derecho del ciudadano

En el texto *El Derecho a la Verdad* de Jesús Iribarren, se explica que, si la prensa es órgano de la sociedad, voz y oído de ella, el primer problema moral que debe resolver afirmativamente es su derecho a existir con personalidad propia en un Estado. No se trata de un derecho de la prensa como un derecho del ciudadano, servido por la prensa. Es el sujeto responsable de deberes sociales y políticos el que tiene que estar informado y debe dejarse oír. Mientras tanto, Pérez Gaudio expresaba que la creencia sobre quiénes son los verdaderos propietarios de la verdad y de las informaciones es frecuentemente equivocada. Decía que “podrán acaso los poseedores de los medios de comunicación creer que el ejercer el poder de manejar informaciones les da derechos, pero nunca derecho alguno que les haga presumir que por ello adquieren posesión de la verdad”. El dueño, el propietario de la información y con más derecho que nadie a la verdad es el receptor, la opinión pública. Entendiendo esta pertenencia se comprende por qué la humanidad es violentada cuando se ataca a un periodista.

LOS ATAQUES CONTRA EL PERIODISMO

Las crónicas de todo el mundo, especialmente de América Latina, dan cuenta de las atrocidades que día a día se cometen contra los periodistas. Persecuciones por parte de los gobiernos, secuestros cometidos por terroristas y, entre otras cosas, asesinatos perpetrados por el narcoterrorismo, son las amenazas que persiguen a los hombres de prensa en el continente. Ante esta violencia y falta de consideración de los derechos humanos, despotricó la Federación Internacional de Periodistas (FIP), en una reunión anual realizada en Venezuela en 1991. La entidad dijo que estaba dispuesta a iniciar una campaña para combatir la censura de la violencia, que se manifiesta en el asesinato de periodistas. La FIP destacó como particularmente alarmante la violencia contra los periodistas que se vive en Yugoslavia y en América Latina. “Esta ha sido una semana homicida para la libertad de prensa. En los últimos siete días murieron seis periodistas en Yugoslavia y otro en Perú”, dijo su presidenta, Mia Doornaert y recalcó que las Naciones Unidas deben declarar a este tipo de censura como una violación a los derechos humanos. Ante la indiferencia de los gobiernos latinos por el tema, el secretario general de la FIP, Aidan White, dijo que “estamos hartos de mandar cartas de protesta a los gobiernos cada vez que se mata a un periodista”. Al referirse al caso de Yugoslavia, Doornaert subrayó la intención de la FIP de celebrar una conferencia de periodistas para dejar sentado que no son combatientes y tienen derecho a que se les garantice la libertad de movimiento. Rolando Riviére, corresponsal de “La Nación” (9-06-92) escribía desde Belgrado que en el “Press Center” de esa ciudad se había realizado una asamblea por este tipo de agresión, cuando “ya nuestro gremio ostenta más de 20 muertos y decenas de heridos en la balcanización de la ex-Yugoslavia”.

Las cifras de la violencia

El 11 de marzo de 1992, en Nueva York, uno de los periodistas hispanos más influyentes de los Estados Unidos, el cubano Manuel de Dios Unanue, del “Daily News”, fue acribillado por un desconocido que le disparó dos balas en la cabeza cuando se encontraba en un restaurante español, en el barrio neoyorquino de Queens. Unanue era conocido en Estados Unidos por sus denuncias del narcotráfico y de abusos policiales en Puerto Rico. Se presume que quien ocupara la tapa de los tres diarios importantes de Nueva York y fuera editor, por muchos años, del diario hispano de mayor circulación del país, haya sido asesinado por algún matón a sueldo de los narcotraficantes colombianos, los terroristas cubanos o los extremistas puertorriqueños, grupos que constantemente lo amenazaban de muerte. Finalmente, en marzo de 1993, en la ciudad de Miami, fue capturado un jovencito colombiano de 18 años a quien se lo acusó. El Cartel de Cali le había pagado 1.500 dólares. Este tipo de suerte que amenaza a los periodistas se agudiza año tras año, presumiblemente por el espíritu combativo que desarrolla la prensa internacional contra el crimen organizado.

El informe de la FIP manifestó que en 1991, 83 periodistas fueron asesinados en cumplimiento de su deber. Doornaert dijo, al presentar el informe, que 1991 fue “un año letal para el periodismo” y uno de los años en que mayor muerte de hombres de prensa se registró (la FIP reportó 58 periodistas muertos en 1989 y 45 en 1988), especialmente a través de asesinatos premeditados y bien planeados como demuestra el ejemplo de Unanue. La organización señaló que la mayor cantidad de los asesinatos se registró a través de acciones de grupos guerrilleros y parapoliciales, operativos realizados por bandas delictivas y en particular las vinculadas al narcotráfico y accidentes provocados como consecuencia de enfrentamientos militares y de guerras civiles; y que se cometieron tanto en países desarrollados o subdesarrollados, del Norte o del Sur, capitalistas o sobrevivientes del socialismo.

Por otra parte, el informe de abril de 1991 de la organización de Reporteros sin Fronteras, daba cuenta de que ya habían muerto 14 periodistas cumpliendo su deber en América Latina, de los cuales cinco habían sido asesinados en Colombia. Entre ellos, el periodista Julio Chaparro y el fotógrafo Jorge Navas de “El Espectador” con tres disparos en la cabeza, dos locutores radiales de la cadena “Caracol” y una periodista hija de un ex-presidente, quien murió luego de ser liberada por sus secuestradores. El informe de 1992 de esa organización daba cuenta de que 61 periodistas habían sido asesinados ese año, incluyendo a cinco colombianos y cinco peruanos. En Colombia, desde 1977 hasta 1991, fueron asesinados 55 periodistas. Los últimos asesinatos y secuestros de comunicadores han sido perpetrados por narcoterroristas.

En Haití, por ejemplo, la primera reacción de los militares sublevados, después de la caída de Aristide, fue hacer desaparecer a cinco periodistas, entre ellos al director de la “Radio Nacional”, Michel Farvard. Mientras tanto, en Guatemala, la persecución ha cobrado la vida de 50 periodistas desde 1978 y 20 permanecen en el exilio. A fines de 1991, distintos grupos de poder amenazaron a los medios de comunicación, por lo que dos agencias de noticias internacionales tuvieron que cerrar momentáneamente sus puertas, como Reuter y Notimex. Antes la profesión periodística era considerada riesgosa, pero sólo para quienes se desempeñaban como corresponsales de guerra. Este criterio se consolidó después de comprobar que mientras en la década del cincuenta, 72 periodistas fueron muertos en la guerra de Indochina y en la década del sesenta murieron 63 periodistas, en la presente guerra de la ex-Yugoslavia ya hay 21 periodistas asesinados.

El Comité de Protección Internacional de Periodistas en su Informe de marzo de 1992, especifica que el año anterior murieron 66 periodistas en diferentes campos de combate, la mayoría de ellos —21— en la ex-Yugoslavia, 17 fueron asesinados en Colombia y el resto, en la región donde se desencadenara la guerra del Golfo Pérsico. También ese año, el comité registró 1.264 agresiones físicas denunciadas por los periodistas, 5 permanecían desaparecidos al momento del informe, 324 fueron encarcelados, 164 gravemente amenazados (sobre todo por los carteles del narcotráfico y las familias de las mafias italianas y norteamericanas), 156 sufrieron serias agresiones, 151 fueron perseguidos judicialmente y 42 expulsados de los países en que desempeñaban su tarea. Asimismo, este comité detectó, en 1989, en un racconto realizado en 100 países, 53 periodistas muertos, 325 arrestados, 79 en prisión y 1.000 casos de agresiones físicas. En aquel año, 42 de los periodistas muertos fueron asesinados en América Latina, 27 de los cuales fueron sepultados en territorio colombiano. Por otra parte, la Conferencia de Seguridad y Protección al Periodista, realizada en 1991, determinó que, entre 1970 y 1991, en todo el mundo fueron asesinados (o desaparecieron) 830 periodistas.

Blancos preferenciales

La Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) en una sombría posdata de su informe de 1990, ya declaraba que “...es de temer que los periodistas se estén convirtiendo en blancos preferenciales en los conflictos armados que están haciendo estragos en América Latina”. Doornaert, de la FIP, declaró en aquel entonces que “cuando un periodista es asesinado, no sólo es una tragedia familiar sino también una afrenta contra la libertad de expresión y la de prensa”. Por su parte, Robert Cox, ex-presidente de la Comisión de Libertad de Prensa de la SIP, expresó que “antes se decía que la verdad era la primera baja de una guerra, pero mucho me temo que los que buscan la verdad —los periodistas—, son hoy las primeras bajas en la violencia que azota en América Latina. Los periodistas han pagado con su vida la búsqueda de la verdad”.

Si bien la Argentina está exenta actualmente de una campaña sistemática de violencia física contra los periodistas, como se produce en otros países, especialmente a manos de narcotraficantes y dictadores, no puede dejar de recordarse los diferentes momentos oscuros de nuestra historia, en los cuales no solamente había empujones, sino también desapariciones, atentados dinamiteros contra los medios, y lo que es también repugnable, una férrea censura y autocensura impuestas. La denuncia más escalofriante que se haya perpetrado en los últimos tiempos sobre un acto violento en contra de un periodista sucedió en los primeros días de julio de 1992, cuando Eduardo Constanzo, un ex integrante de los servicios de inteligencia del II Cuerpo de Ejército, reiteró a la justicia y en declaraciones radiales (“LT 3 de Rosario”), que el “actual secretario de Seguridad de Santa Fe, Coronel (R) Rodolfo Riege, me ofreció 30.000 dólares” para asesinar al periodista rosarino, Evaristo Monti.

Pierce, en *Libertad de expresión en América Latina*, al referirse al caso argentino expresa que una lista de las trabas periodísticas de los años setenta manifiesta claramente que las más frecuentes no fueron consecuencia de acciones abiertas y descaradas del gobierno. “Fueron la clase de tormentos que nacen de la oscuridad de la noche; su identidad queda enmascarada, sus motivos, confusos. A veces las víctimas o sus familias se figuraban que procedían de algún grupo insurgente de derechas o izquierdas; a veces los fantasmas eran soldados, o policías sin uniforme; a veces, delincuentes comunes”. Agrega que la violencia hería con el capricho del rayo. A menudo, las víctimas no eran los enemigos de los

terroristas, sino que éstos las escogían al azar para amedrentar a todos los periodistas o, simplemente, para demostrar el poder de los criminales.

Luego hace alusión a la violencia ejercida contra los periodistas desde el último gobierno de Perón, a través del temible grupo derechista de López Rega, Alianza Argentina Anticomunista (AAA), hasta la ejercida por los grupos terroristas de izquierda y el gobierno militar. Consecuencia de esa triste historia del periodismo argentino, conocida como la guerra sucia, fue que han desaparecido 93 hombres de prensa. La SIP dio cuenta, en 1990, de que solamente fue hallado el cadáver de Marcelo Galman en un barril de petróleo rellenado con cemento, al fondo de un canal en un suburbio de Buenos Aires. Ningún otro periodista ha sido hallado aún, vivo o muerto.

Violencia ideológica

A veces la violencia no sólo suele ser física, sino también ideológica, aunque con esta última, indefectiblemente, se cae en la primera. En marzo de 1992, en los espacios publicitarios de los colectivos urbanos de Miami, se podían leer grandes cartelones, en inglés y en español, que debajo de la aclaración de anuncio pagado proclamaban la no credibilidad de “The Miami Herald” y su homónimo, “El Nuevo Herald” con la siguiente frase: “Yo no creo en el Herald”. Esa campaña ideológica contra los diarios de Miami fue protagonizada por la Fundación Nacional Cubano Americana, que acusaba a los periódicos de ser “medios propagandísticos del gobierno cubano y de implementar campañas difamatorias contra los exiliados cubanos”, según se lee en una entrevista realizada por el mismo diario a Jorge Mas Canosa, presidente de la comisión de directores de la fundación, que empezó la campaña de desprestigio periodístico el 20 de enero de 1992. Si bien lo anecdótico reside en la comparación de los “Herald” con el diario “Granma”, medio oficialista del partido comunista cubano, lo preocupante fue que esa campaña ideológica trajo como consecuencia la violencia física, ya que exaltados por la propaganda, algunos extremistas aprovecharon la ocasión para amenazar de muerte a ejecutivos de periódicos con amenazas de bombas y actos de vandalismo contra las máquinas de expendio de ejemplares. El presidente de la fundación, Francisco Hernández, negó que las amenazas hayan salido del seno de su institución; sin embargo, tuvo que admitir que las campañas ideológicas pudieron llevar a que algunos inadaptados las aprovechasen a su favor. Cox, en esa oportunidad miembro de la SIP, dijo que “cualquier controversia es normal. Es mejor si todo el mundo puede decir lo que quiera del ‘Nuevo Herald’ y ‘The Miami Herald’ (todo fue reproducido en sus páginas) pero, obviamente, lo peligroso son las amenazas de muerte contra los ejecutivos”.

Violencia gubernamental y privada

Todos los gobiernos de todas las ideologías de todo el mundo, sin excepción, siempre han utilizado métodos violentos, algunos más sutiles que otros, contra los periodistas: censura, confiscación, leyes mordaza, soborno, publicidad oficial favoritista, subsidios interesados a medios determinados, etc. El 14 de marzo de 1992, le tocó al diario “Pravda” de Moscú, órgano oficialista del Partido Comunista de la ex Unión Soviética, cerrar sus puertas después de 80 años de labor. El periódico, fundado por el ideólogo comunista Vladimir Ilich Lenin, estuvo perdiendo constantemente lectores en los últimos dos años y ese mes redujo sus ediciones a sólo tres semanales, tras la liberación de precios decretada por el presidente ruso Boris Yeltsin y el alza en el costo de producción del diario. Antes del cierre, los directores del “Pravda” dijeron que el golpe final lo causó —la violencia gubernamental— una demanda formulada por la planta impresora, controlada por el Estado, de que le pagaran dos meses por adelantado. Acusaron al gobierno ruso de subsidiar los diarios que apoyaban a Yeltsin y de amordazar a “Pravda” —considerado entonces diario opositor—, antes de que se efectuara la semana posterior una concentración de partidarios de la línea dura.

También sucede que las empresas privadas presionen a los medios mediante el retiro de su publicidad, si éstos se muestran críticos o no complacientes con sus intereses. La Cámara de Supermercados de Santiago del Estero exigía a directivos de “El Liberal” que no se continuara publicando una tabla comparativa de precios si quería obtener publicidad de sus negocios adheridos. Si bien la presión no fue suficiente para hacer cambiar la línea editorial, un periodista resultó amenazado e intimidado. Como en el caso precedente, en que se difundía una lista de precios y ofertas de los diferentes supermercados, este tipo de presión privada se da especialmente cuando los medios hacen críticas y difunden investigaciones de productos en el mercado para beneficiar y proteger a los consumidores. Al respecto, el diario estadounidense “The Wall Street Journal” (6-02-92) publicó una denuncia realizada por Ron Collins, un doctor en leyes de la Universidad Católica de Washington D.C., quien, después de un minucioso estudio sobre 50 casos de presión privada, concluyó que la mayoría de los periódicos han tenido que moderar críticas o incluso adoptar una actitud obsecuente hacia sus anunciantes, según relata Héctor Dávalos (“La Nación”, 25-06-92). Además, como consecuencia de ello, Collins señaló que se registraron actos de violencia contra los periódicos en Oregon, Connecticut, Wyoming, Washington, Utah y Texas, entre otros.

Periodismo condescendiente

Las intimidaciones a los periodistas suelen tener como objetivo la autocensura. Es decir, buscar el silencio informativo o, a la inversa, propender a que el temor a las represalias origine un nuevo periodismo condescendiente. En la profesión periodística se comprende que siempre existe y existirá una tensión entre la comunicación y el poder. A veces, como en estos casos, esa tensión se manifiesta a través de la violencia y ésta no hace otra cosa que llevar sufrimiento a los periodistas y a todas las personas. No debe haber nada más horrible para una persona que sentir la impotencia de la desprotección ante las agresiones físicas, máxime si se tiene en cuenta que esa violencia puede extenderse a sus seres más íntimos. La violencia no es otra cosa que la negación de la humanidad. Es probable que lo que más irrite a un dirigente o gobernador es que la prensa tenga el derecho de disentir con su manera de gobernar. Pero se debe comprender que la solución para acallar voces molestas no pasa por la violencia. La Primera Enmienda de la Constitución de los EE.UU. redactada y puesta en vigencia hace más de 200 años por James Madison en 1791, apunta a frenar la tendencia de los gobiernos a menoscabar la efectividad del disentimiento. Se plantea que un régimen democrático da por sentado que los gobiernos pueden equivocarse porque nadie tiene el monopolio de la verdad. Al respecto, refiriéndose a los ataques a periodistas, la Asociación de Diarios del Interior de la República Argentina (ADIRA) enfatizó que cuando el disenso se exterioriza mediante la violencia se transforma en intolerancia, que resulta mucho más absurda aún si se la ejerce contra quienes tienen la misión de informar.

Los derechos humanos del periodista

Hechos recientes demuestran que el periodismo nacional puede ser nuevamente arrastrado al imperio de la violencia. El 25 de enero de 1991, “Clarín” fue intimidado con un explosivo, milagrosamente desactivado; por lo que se cree que fue en respuesta a la publicación sobre medidas de seguridad ante posibles atentados terroristas de comandos maoríes. También, en ese mes, una bomba estalló frente a la casa del periodista Juan Carlos Vennera, en el centro de Rosario, y otra voló la escultura del fundador del diario “La Capital”, Ovidio Lagos, emplazada en el Parque de la Independencia de esa ciudad. Periodistas y fotógrafos de las agencias DyN y NA fueron agredidos mientras desempeñaban sus funciones. “Clarín”, tanto como diarios de Rosario y Mar del Plata, reconocen en su historia otros atentados dinamiteros. En 1973, el ERP lo había intimidado para que publicara una proclama y así cambiar la vida de un dirigente del diario secuestrado. Posteriormente, y enfurecidos por la publicación, adictos de la ultraderecha destrozaron y quemaron el vestíbulo del diario, ante la atónita y justificada postura del gobierno de Perón que dijo: “los que cometen errores a menudo reciben las sanciones derivadas de sus propios actos” (“B.A. Herald”, 12-09-73).

A pesar de los escenarios de violencia, el periodista siempre saca a relucir una fuerza interior para sobreponerse y para resguardar sus ideales. En la Argentina, el ejemplo más palpable se registró durante la sublevación militar de diciembre de 1990, cuando cuatro periodistas, cumpliendo con el deber de informar, arriesgaron sus vidas casi hasta perderlas. Epifanio Casco Alderete, de la agencia DyN; Fernando Carnota, de “Radio Mitre”; Jorge Greco, de la revista “Somos” y Daniel Fajardo, de “Canal 11”, fueron los desafortunados de un numeroso grupo de periodistas que salió a la calle a ejercer un periodismo testimonial. Con ello se informó instantáneamente y se consolidó la libertad de

expresión, que casi se interrumpe de haber triunfado los militares carapintadas. En defensa de esa libertad y del sistema de gobierno, se justificó que en esa revuelta los periodistas dejaran de lado la objetividad de la crónica testimonial y se inclinaran a resguardar una subjetividad social: la democracia. Fue el vocero de los carapintadas, mayor Abate, quien soportó duros epítetos de los periodistas: “a ustedes no los eligió nadie, no tienen derecho a arrogarse una facultad que treinta y cinco millones de argentinos no les han dado”.

Lo que puede venir

Si se tiene en cuenta que el Cartel de Medellín, considerado la principal organización de narcotraficantes del mundo, ha comenzó a trasladar sus operaciones a nuestro país, según lo denunciaba la revista colombiana “Cromos” a mediados de 1991, no es difícil imaginar que vendrán no sólo a traficar con drogas, sino que también atentarán contra la prensa a la que consideran su principal enemigo. Sin duda, éste será un grave problema para el país. Aunque haya habido operaciones langostino, la actividad antinarcóticos no está tan desarrollada como en Colombia y ni el periodismo tiene la experiencia editorial antidrogas como los diarios “El Espectador”, “El Tiempo” o la cadena “Caracol”. Pruebas de la violencia ejercida por los extraditables contra los periodistas surgen a cada instante.

La periodista colombiana Diana Turbay, secuestrada por narcoterroristas, murió por las heridas recibidas después de que un comando policial la rescatara de sus cinco meses de cautiverio. La hija del ex presidente fue secuestrada el 30 de agosto de 1990 junto a otros cuatro periodistas que fueron liberados. También fue secuestrado, junto a otros seis periodistas, el jefe de Redacción de “El Tiempo”, Francisco Santos Calderón, por criticar duramente a los narcoterroristas. Mientras tanto en el Perú, por severas críticas a los terroristas, Sendero Luminoso lanzó, el 4 de junio de 1992, un vehículo cargado de explosivos contra el local del “Canal 2” de Lima, atentado en el que perdió la vida el periodista Alejandro Pérez y 4 guardias de seguridad. Este fue el segundo ataque directo a la prensa en los últimos meses, ya que el año anterior Sendero asesinó a la periodista Bárbara Achille, que escribía temas ecológicos en “El Comercio”.

La lucha editorial de la prensa colombiana es reconocida en todo el mundo, por la que tiene que pagar con secuestros y con sangre. Lucha de la pluma contra los revólveres que “El Espectador” debió pagar en 1989 con un atentado que destruyó prácticamente todo su edificio y en el que murió una persona y 80 resultaron heridas. También ese año dos periodistas fueron asesinados y en 1986 fue abatido por los “narcos”, Guillermo Cano, su propietario. El presidente de Colombia, César Gaviria, al referirse a la violencia del narcoterrorismo, en una reunión semestral de la SIP dijo que “junto al pueblo y al gobierno, la prensa independiente colombiana ha realizado y realiza un valioso aporte de lucidez intelectual y de capacidad profesional, pero también de sacrificio personal en los combates cotidianos por la eliminación de lo que, sin duda, constituye el más duro flagelo de los tiempos actuales”.

Es probable que con la posibilidad latente de los narcoterroristas —según “Cambio 16” (6-06-92) las drogas entran a España principalmente por vía Buenos Aires— en la Argentina se comience a vivir en carne propia las desventuras de los periodistas colombianos. Horacio Calderón (DyN, 21-06-92) experto en el comercio de material bélico, decía que “más allá de la corrupción de las altas esferas, nosotros ya somos un blanco estratégico en el tráfico de drogas y nuestras estructuras no están

preparadas para defenderse de esto”.

Libertad para informar

Un informe de la SIP reveló que los periodistas continúan siendo objeto de la violencia terrorista en Perú, El Salvador y Guatemala. En México, las amenazas de muerte, el encarcelamiento y las salvajes golpizas propinadas a periodistas, a menudo con la complicidad de las autoridades, empañan la política de defensa de los derechos humanos del presidente Carlos Salinas de Gortari. En Cuba, el oscuro rincón donde la democracia todavía no pudo penetrar, unos cuarenta periodistas permanecen encarcelados por el delito de información. Las voces de libertad se hacen escuchar desde Cuba, ahora más que nunca con el ocaso de Fidel Castro. El grupo disidente Pro Arte Libre envió una nota a la SIP en la cual pide que “como una organización disidente en franca lucha contra el monopolio gubernamental de la información, deseamos expresar que el gobierno con el silencio cómplice de la prensa oficialista se apresta a reprimir a los activistas de derechos humanos”. El grupo pidió a la SIP la intervención de todas las plumas libres de América Latina: “ustedes como representantes auténticos del profesionalismo en la información, son pieza fundamental e imprescindible en el engranaje de la democracia”.

En Paraguay, Nicaragua, Panamá y Chile, con sus nuevas democracias, se estima que se consolidará la libertad de prensa y se espera que haya menos violaciones a los derechos de los informadores. A pesar de que hay países en que se violan constantemente los derechos humanos, los hechos demuestran que ningún país está exento de actos criminales contra los periodistas. En Chile, a mediados de septiembre de 1991, fue secuestrado el hijo del propietario de “El Mercurio”, Cristian Luis Edwards, de 33 años, quien fuera liberado recién en 1992. Lo que sucede es que los atentados contra el derecho del público a ser informado se originan tanto en los países libres como en los oprimidos, aunque se manifiestan en formas diferentes. Tanto en dictaduras decadentes (Cuba) como en democracias maduras (Colombia) la violencia contra la libertad de informar es una realidad. En ambos casos se nota que hay una estrecha relación entre periodistas, informaciones, derechos humanos, libertad de expresión y democracia. Cuando el periodista es sistemáticamente atacado, es obvio que el proceso de interrelaciones se acelere y el hilo se corte por lo más delgado: la democracia. Al menos la experiencia lo demuestra. Refiriéndose a esta aparentemente difícil y estrecha relación, el ex presidente de la SIP, Edward Seaton, sentenciaba y advertía sobre el papel de vigilancia que debía tener toda la sociedad: “es cierto que la democracia y la prensa libre tienen enormes posibilidades en el continente, pero como instituciones son débiles y están sometidas a prueba en muchos países”.

Protección

Sobre las garantías necesarias para desarrollar su labor, la UTPBA declaró que “ni cuarto poder ni sacerdocio ni francotiradores, el periodista es un trabajador profesional que merece garantías para hacer efectiva su labor cotidiana y su derecho al trabajo en condiciones dignas y, así, cumplir con el rol que la sociedad le demanda”. En este sentido, vale recordar las palabras editoriales de aliento para el trabajo periodístico del diario “El Territorio” de Posadas, cuando se refería a las presiones del poder público sobre la prensa: “siempre hay y habrá periodistas y medios de comunicación dispuestos a soportar la presión, a resistirla invariablemente, porque en ello está en juego su propia razón de ser en un país libre y democrático”.

Cox decía que los periodistas han dado más que su justa cuota de sangre y de valor. “Un distintivo de prensa debería proporcionar a un periodista la misma protección y respeto que merecen los equipos médicos protegidos por los distintivos de la Cruz Roja”. Por tales motivos la FIP discutió el tema de la violencia contra el periodismo en el seno de la Organización de las Naciones Unidas y, anteriormente, periodistas latinoamericanos protestaron ante la Organización de los Estados Americanos, la Organización Internacional del Trabajo y la Corte Interamericana de Derechos Humanos, exigiendo mayor protección para los periodistas del hemisferio que se encuentran bajo amenaza de muerte. Condenaron la muerte de más de 50 periodistas en la región en los últimos dos años y exigieron medidas de protección para salvaguardar las vidas y el bienestar de los periodistas. Debe llegar el momento en que se comprenda que la protección de los periodistas, es decir, la del mismo público, debe provenir de todos los sectores sociales. Especialmente, debe provenir de leyes de educación que contemplen la enseñanza de los beneficios de la libertad de prensa en los colegios primarios. Es decir, que provenga de la concientización de la persona para que, cuando se inserte como ciudadano en la sociedad, sepa gozar y convivir plena y respetuosamente en democracia.

Derecho a la vida

Para mejorar la relación entre comunicadores y poderes públicos es necesario que los gobiernos aúnen esfuerzos y adopten medidas concretas para defender la vida de quienes tienen que arriesgarla para ejercer su profesión. Sobre el tema, un editorial de “La Prensa” (27-04-90) manifestaba que “la protesta de los medios y de las entidades periodísticas tiene que ser escuchada, tanto en nombre de la libertad de trabajo como la de expresión, pero sobre todo, en nombre del derecho a la vida”. Los poderes públicos deben defender la libertad de prensa y a quienes la ejercen como profesión, porque una democracia, sin estos elementos, se transforma en una sociedad anárquica y regida por el autoritarismo.

La Declaración de Londres, adoptada en 1987 por el Comité Mundial de Libertad de Prensa, expresó que después de estar luchando contra el creciente uso de la fuerza bruta que emana de los poderes gubernamentales y otros intereses que buscan intimidar a los medios de prensa... “los periodistas, al igual que todos los ciudadanos, deben estar seguros en su persona y se les debe dar completa protección”. Esta protección y garantía laboral para los periodistas fue pedida también a fines de junio de 1992 por la Comisión de Libertad de Prensa Mundial (WPFC) durante la reunión anual en Helsinki, Finlandia. En el documento *Carta para una Prensa Libre* también hace alusión a diferentes tipos de violencia, expresando que la censura directa o indirecta es inaceptable, de manera que las leyes y prácticas que restringen el derecho de los medios noticiosos a recoger y distribuir libremente información deben ser abolidas, y las autoridades gubernamentales, nacionales o locales, no deben interferir con el contenido de las noticias impresas o radiodifundidas ni restringir el acceso a ninguna fuente noticiosa. En los diez puntos del documento, que versa desde las restricciones económicas impuestas a los medios por los gobiernos hasta los inconvenientes que atraviesan los periodistas extranjeros, se destaca el décimo artículo referido a la seguridad de los comunicadores: “los periodistas, como todos los ciudadanos, deben estar seguros en sus personas y debe dárseles toda la protección de la ley. Los periodistas que estén trabajando en zonas de guerra son reconocidos como civiles que disfrutan de todos los derechos e inmunidades acordados a otros civiles”.

CAPÍTULO V

LA TENTACIÓN DE HALAGAR A LAS MUCHEDUMBRES

EL PERIODISMO Y LAS MAYORÍAS

Después del golpe anticonstitucional del presidente Alberto Fujimori en el Perú, los medios internacionales de comunicación reflejaron el consenso de la gente, al difundir sondeos de opinión y encuestas peruanas cuyos resultados favorecían el cierre del Parlamento, la intervención de la Justicia y la censura de la prensa, instituciones y pilares fundamentales del sistema democrático. Muchos medios reflejaron ese consenso y, voluntaria o involuntariamente, fueron quienes justificaron la drástica medida de Fujimori. Uno de ellos fue la estación mexicana de televisión, en la que luego de acceder a una de las entrevistas exclusivas con Fujimori, un periodista accedió a recorrer espontáneamente las calles con el presidente para auscultar la opinión de la gente sobre su persona. Como era de esperar, en ese programa de más de media hora, un periodista complaciente no encontró a ningún peruano en disenso y concluyó que no habría que abrir tantos juicios en contra de Fujimori "si se tiene en cuenta el apoyo popular".

Con estas encuestas pueden haber pasado dos cosas. Primero, que en un país donde fue abolido el Congreso y censurado el periodismo, no es descabellado pensar que los sondeos hayan sido manipulados aunque aparenten ser cristalinos y espontáneos. Segundo, el consenso pudo existir, pero tal vez no fue tan genuino como se lo quiso mostrar. Hay que considerar que la gente tiene una imagen de la realidad de acuerdo con lo que ve, lee o escucha en los medios, y los políticos son hábiles en utilizar ese conocimiento a su favor. Mario Vargas Llosa ("Noticias", 12-04-92) dijo al respecto que la nueva dictadura de Fujimori "pretende ahora, por medio de encuestas manipuladas y realizadas por medios oficiales, mostrar que la población del Perú aprueba sus métodos. Mientras tanto avasalla la libertad de prensa, primero con los tanques frente a las sedes de los periódicos y luego con uniformados en las redacciones. Estos son los métodos con los que pretende plebiscitar su golpe de Estado, ésa es la forma en que intenta mostrar un apoyo que no tiene ni tendrá, porque el pueblo peruano quiere y luchará por la democracia". Por eso, tal vez el público no haya estado en total acuerdo con Fujimori, pero quizá sí de un líder que se hizo eco de todas las denuncias sobre corrupción que realizó la prensa y que, en definitiva, actuó como a la gente le gusta que actúe. En este caso, el líder tuvo consenso popular porque operó de acuerdo al pensamiento de la mayoría... mayoría que, en el Perú, representa a casi todo un pueblo desesperado ante la miseria económica y el miedo del terrorismo.

Descontentar a la mayoría

De todas maneras, lo lamentable es que existan medios que hayan dudado en atacar o que excusaran a Fujimori, justamente por querer estar con el beneplácito de esa mayoría. Quizá resulte un mal negocio para los medios no consensuar su ideología con el pensamiento de la mayoría, pero no se puede desconocer que una de las mayores obligaciones éticas del periodismo moderno es respetar y resguardar, ante todo, las instituciones de la democracia.

Esto también viene a colación a propósito de lo sucedido en Santiago del Estero, a fines de 1991, cuando el ex-intendente radical realizaba marchas en contra del supuesto fraude electoral con gran apoyo popular. No fue muy beneficioso criticar a Zavalía cuando vociferaba que quería copar la Casa de Gobierno y colgar a los diputados, considerando el apoyo masivo que tenía. Sin embargo, a pesar de saber que estar en contra de Zavalía era estarlo también con un gran sector de la sociedad, parte del periodismo no podía dejar de criticar ese arrebato verborrágico y autoritario porque, de lo contrario, se hubiera legitimado su intención.

Muy a pesar de la popularidad que también busca el periodismo, a veces se tiene la obligación de enfrentar a la mayoría o, al menos, no cortejarla. Es por ello que para quienes no piensan sólo en el negocio de las multitudes, en ese sensacionalismo de lo meramente económico que representa la mayoría complaciente, informar también es descontentar. “La información, la práctica informativa capaz de satisfacer a todo el mundo, seguramente no merecerá el nombre de tal”, como dice el perito en periodismo, Luciano Alvarez en Medios de Comunicación y Trampas a la Democracia.

Democracia clásica o pluralista

Al pretender estar con la mayoría, tanto Fujimori como algunos medios eligieron la teoría de la democracia clásica (la cual no deja lugar para la oposición, porque ésta se configuraría como obstructora de la voluntad general) y desecharon la práctica de la democracia pluralista que permite el disenso, el debate de ideas y la depuración del sistema, a través de sus mismas instituciones. Sería demagógico y clásico en una sociedad pensar que la mayoría tiene siempre la razón y olvidarse del sentir de la minoría, ya que ambas son necesarias para conformar el Estado pluralista. Además, las mayorías, aunque muchas veces tengan la razón, no siempre dieron la imagen de ser infalibles. A la mayoría del pueblo alemán hitleriano la historia jamás le reconoció su razón, como tampoco a aquella mayoría que en 1982 se había encolumnado detrás de Galtieri para enviar diez mil jovencitos inexpertos a pelear por las Malvinas.

En 1986, por citar otro ejemplo, la mayoría odiaba a Salvador Bilardo por no incluir otras estrellas en el seleccionado nacional que viajó a México; sin embargo, ya en el partido final, un cartelón detrás del arco alemán rezaba: Perdón Bilardo. Sobre esta demagogia de la unidad mayoritaria, Álvarez dice que, durante los últimos veinte años, hemos sido acosados por el verbo unitario: apelaciones abstractas e ideológicas sobre la unidad del pueblo, de la izquierda de la patria y de los patriotas y de tantas otras inflamaciones de la homogeneidad. Los pueblos unidos han sido con frecuencia vencidos y los salvadores de la unidad de la patria y los pueblos han terminado con frecuencia en el genocidio y la locura homicida.

Sobre esta demagogia de la unidad mayoritaria, Álvarez dice que, durante los últimos veinte años, hemos sido acosados por el verbo unitario: apelaciones abstractas e ideológicas sobre la unidad del pueblo, de la izquierda de la patria y de los patriotas y de tantas otras inflamaciones de la homogeneidad. Los pueblos unidos han sido con frecuencia vencidos y los salvadores de la unidad de la patria y los pueblos han terminado con frecuencia en el genocidio y la locura homicida.

Condenando la idea de la democracia clásica o fundamentalista, Martín Peixoto en Elementos de la Democracia Representativa —citando a Graff Von Krockow— expresa que los pueblos y los

individuos no crecen sólo porque se unen o cuando se unen: crecen cuando saben acoger inteligentemente las diferencias, cuando saben que toda sociedad es plural y que la democracia “es relativista porque no vive de una verdad, del absoluto... sino de la inagotable búsqueda de la verdad y de la posibilidad de dialogar con ella”.

Tal vez estas premisas son las que no se han tenido en cuenta en algunos medios al respaldar a Fujimori con el resultado de las encuestas. Es como si el resultado de ellas fuera tan omnipotente como para creer que un porcentaje, por más alto que fuere, justifica volver al pasado antipluralista o fundamentalista.

Antipluralismo: censura

Tampoco después del autogolpe peruano, y del casi golpe en Venezuela, se ha criticado suficientemente la censura impuesta a los medios de comunicación, como si ésta fuera un estadio natural por la que tiene que atravesar el periodismo cada vez que a algún inadaptado se le ocurre poner la casa en orden en nombre de la seguridad nacional o del bienestar colectivo. La censura es una falta de respeto y un rechazo al pluralismo, que trata de excluir toda palabra que no coincida con la voz oficial de turno. Y siempre es aplicada por los fujimoris y tantos otros antipluralistas que se sienten sujetos superdotados, con derechos y deberes extras sobre el resto de sus prójimos. Por ello se debe entender que cuando existe la censura, cuando no se permiten escuchar las voces de todas las minorías, no significa que sólo se ataque a un medio informativo determinado, sino que se ataca a todos los poderes del sistema democrático. La democracia pluralista se basa fundamentalmente en los tres poderes del Estado —Ejecutivo, Legislativo y Judicial— y en la tarea del periodismo. Sin alguno de estos cuatro ingredientes una nación corre el riesgo de quedarse en la democracia clásica. Se debe entender que el periodismo —con la inserción de voces de varias minorías— también cumple una misión muy importante y, prueba de ello es que, ante el primer atisbo de golpe, siempre se lo trata de censurar. Danilo Arbilla en Profesionalidad en la producción periodística dice que la prensa no es un poder en sí misma. Ni el primero ni el cuarto ni el quinto. El periodismo está al servicio del poder cuando informa a sus propietarios legítimos; es decir, a la nación. Pero, a la vez, cuando cumple esta misión se transforma en un antipoder, porque hace posible la vigilancia, efectiviza el control sobre aquéllos que en forma delegada y transitoria ejercen el poder desde el gobierno. Y más antipoder lo es cuando enfrenta, denuncia y expone al juicio de la opinión pública a los que abusan de ese poder.

PERIODISTAS, VIOLENCIA Y MUCHEDUMBRE

Más allá del verdadero resultado electoral de las elecciones del 27 de octubre de 1991 en Santiago del Estero, de si hubo o no fraude por parte del partido de la Corriente Renovadora, que consagró al candidato Carlos Mujica como gobernador, en lo que se debe reflexionar es sobre la relación que se produjo entre los periodistas, los políticos, la muchedumbre y la violencia. Hubo violencia y no fue producto de la casualidad. El juez federal, Ángel Toledo, constató que hubo incitadores a la violencia a través de las muchedumbres convocadas por algunos dirigentes, especialmente relacionados al Movimiento de Opinión Provincial (de extracción radical mayoritariamente) que proponía al ex-intendente Zavalía para la Casa de Gobierno. En aquella época varios políticos, incluido Zavalía, incitaron a la muchedumbre a la violencia. En una oportunidad, en la que inauguraba una calle peatonal, Zavalía dijo a los gritos que él no haría nada contra los periodistas que lo criticaban, pero que no respondería por lo que la gente pudiera hacer. Como se estimaba, esas declaraciones culminaron en grupos rebeldes que tomaron justicia por sus propias manos. Muchos periodistas fueron amenazados; en "El Liberal" explotó una bomba, hubo escaramuzas frente al Juzgado Federal y en la plaza Libertad, principal centro de convergencia ciudadana en la ciudad capital. La violencia se esperaba, el clima enrarecido era insostenible. Pero, lo que realmente causó sorpresa fue la falta de condena y repudio a esos actos vandálicos por parte de las asociaciones políticas e intermedias de la provincia. La carencia de rechazo a tal violencia fue como justificar las acciones. Periodistas de "El Liberal", que rechazaron las acciones de Zavalía, debieron soportar agresiones verbales y físicas, como los periodistas Fano y Díaz y el resto. Cuando hacían la cobertura de las marchas, debieron soportar los embates de la gente que los insultaba y agredía por criticar al político. Zavalía era el mesías, los periodistas el demonio. Mientras tanto, Zavalía sobre los palcos en que se dirigía a la gente enceguecida le pedía por favor que no comprara "El Liberal" y debajo, en los reportajes, solía justificar la violencia de sus adherentes: "y bueno, los muchachos están calientes". Ese tipo de declaraciones paternalistas no hicieron otra cosa que respaldar las acciones de la masa, ya que ésta, por seguir a su líder, interpretaba que podía continuar comportándose con la misma actitud. Tampoco se comprendió, por más que se hayan detectado anomalías en el escrutinio de los votos, que una muchedumbre que había ocasionado desórdenes e incluso atacado a periodistas un lunes, fuera, los días posteriores, nuevamente convocada con total irresponsabilidad.

Presión e intimidación

El incitar a la muchedumbre trae como consecuencia el desborde de sus pasiones. En las manifestaciones zavalistas de esos días se amenazó a periodistas de "El Liberal" y de "Tele Imagen Privada". Anteriormente, la turba atacó a un fotógrafo de "Nuevo Diario", medio, junto a la emisora "LV11", adicto en una primera época a Zavalía. Este tipo de intimidación continuó realizándose por teléfono a los directores y periodistas de "El Liberal", lo que obviamente implicó una presión directa para que no se pueda informar en libertad. Esas intimidaciones demostraron que ciertos sectores, al no comprender la cultura del disenso ni la libertad de expresión, no tuvieron conciencia democrática. Obviamente ningún periodista puede trabajar tranquilamente si recibe amenazas de que su fuente de trabajo va a ser incendiada y si una muchedumbre enardecida lo intimida e insulta por pertenecer a un medio periodístico.

Tal vez algunos políticos soberbios, por eso de sentirse victoreados y apoyados por el público, no se den cuenta de que las muchedumbres que se cargan con ideas pueden reaccionar en forma violenta e irracional. En La Muchedumbre y el Auditorio, Sprott y Young, escribiendo sobre la potencialidad de la masa advierten que los cambios que el individuo experimenta pueden catalogarse de la siguiente manera: emocionalidad elevada; sugestibilidad elevada, con sus correlatos de autocrítica y atención intelectual disminuida; sentido de responsabilidad disminuido y desinhibición de los controles sociales normales y un sentimiento de poder y anonimato. Agregan que en los estados de intranquilidad, como ocurrió aquí en estos días, la muchedumbre sometida es propensa a ser arrojada a un estado emocional e impulsada a la acción por estímulos que, de otra manera, no la afectarían.

Es probable que la agresividad reprimida y el deseo de sentir la seguridad del contacto social aprovechen cualquier ocasión para expresarse y la acción de muchedumbre a menudo les da una ocasión. Esto demuestra que la actividad de la masa da la oportunidad de hacer cosas que los controles sociales prohíben. Jung describe a la muchedumbre como bestias enceguecidas y la ve como movida por la irrupción de fuerzas del inconsciente colectivo. Tal vez esta apreciación fue la que tomó la secretaria de Asuntos Institucionales, Adelina D'Alessio de Viola, para calificar a aquellos manifestantes violentos como bárbaros. Una vez que los individuos reunidos —dice Young— tienen un centro común de atención, el paso siguiente hacia una muchedumbre activa es la liberación de ciertas actitudes y emociones profundas. El problema también radica en que por el halo de anonimato en que se esconde el individuo en la masa, ésta es aprovechada por activistas e infiltrados que aman los desbordes y la violencia. La Policía Federal, en ese entonces, advirtió sobre ello en las manifestaciones y con justa razón, porque, en esos días, hubo disturbios, atentados, rumores de heridos y de fraudes económicos y hasta falsas alarmas de bombas en escuelas. Aunque no se quiso en forma explícita instigar a la violencia, ocurrió que ciertos dirigentes sugirieron y estimularon a la masa. La sugestión está estrechamente unida a la imitación y operan al mismo tiempo, dicen los sociólogos. La sugestión tiene lugar cuando una persona induce en otra una idea, creencia o acto, sin que medie un razonamiento lógico por parte de la segunda. El propósito de la sugestión es lograr que otras personas piensen o hagan algo sin emplear sus hábitos críticos. Muchos autores manifiestan que, por lo común, son los niños y jóvenes los más sugestionables. Esto se corrobora con lo que aconteció en las manifestaciones y en las agresiones frente al edificio de "El Liberal", en las que fueron vistos niños y adolescentes.

Los rumores

La sugestión a la muchedumbre suele infiltrarse a través del rumor. El rumor es un caso especial de sugestión, un relato acerca de alguna persona o hecho, real o ficticio, dice Allport, que crece y se difunde. Si bien pueden comenzar con hechos o suposiciones muy simples, los rumores pueden ser elaborados con el tiempo y transformarse en relatos altamente emotivos y de gran significación. Sobre ellos y sobre la forma en que eran informadas las manifestaciones en esas semanas, fue el juez federal Toledo quien advirtió a la población que permaneciera tranquila con el recuento de los votos y que no se dejara sugestionar "por los rumores que circulan de boca en boca y que surgen de sospechosas usinas". Asimismo advirtió que la gente no se debe prestar a juegos poco claros y que las manifestaciones agregan una nota de tensión innecesaria por las consecuencias que pueden acarrear, más allá de las intenciones de quienes las organizan. Así, Toledo dio a entender que la muchedumbre no es la responsable de los actos, sino, más bien, los organizadores. De ahí la responsabilidad que le cabe a los dirigentes, ya que el líder, al asumir un rol dominante con una arenga encendida, despierta la emoción de la muchedumbre. A veces el líder puede sugerir a la masa la forma de actuar. Pero también puede dirigir la acción, si bien en algunos casos el agitador verbal deja en manos de otro dirigente la actividad manifiesta, lo que representa incitar a la violencia. Esto es grave porque al manipular a la masa, en forma solapada y cobarde, hace que los efectos del delito sean soportados por los autores-instigados y el líder o instigador indirecto se ampara en la aplicación de la ley penal que expresamente reprime ese delito.

Autoritarismo

Las amenazas, intimidaciones y presiones contra los periodistas y los medios no buscan otra cosa que el silencio y la desinformación cómplices. Desgraciadamente algunos dirigentes incitan a la violencia para que se acalle la voz del periodismo. Buscan ese silencio violentado y prefieren la complicidad de la muchedumbre. Son dirigentes que se regocijan en la alabanza, pero detestan las críticas que son parte del juego de la democracia. Paradoja inusual si se tiene en cuenta que, tanto los políticos, como los periodistas y la muchedumbre, por mucho tiempo han anhelado la democracia. "Las piedras, los garrotes y las agresiones son los instrumentos del autoritarismo. Creo que el país se ha pronunciado en contra de todos estos métodos hace mucho tiempo", sentenció el juez federal. Paradójicamente, y como siempre sucede en un ambiente de conflicto, los periodistas quedaron atrapados entre las culpas y se transformaron en los chivos expiatorios de distintos sectores. Terminaron en el fuego cruzado de acusaciones que los dirigentes se hacen entre ellos y a las diferentes instituciones democráticas de la provincia. En definitiva, los periodistas fueron acusados de los fallos judiciales, del proceso electoral y hasta de los exabruptos de los discursos que fueron transcriptos. Estas acusaciones sutiles y, muchas veces directas, perpetradas con bombas y llamadas telefónicas anónimas, tratan de contaminar al periodismo buscando la desinformación y que éste se comporte en forma complaciente. En definitiva, buscan la condescendencia del público, lo que resulta la mejor manera de intimidar al periodismo y, en consecuencia, que se autocensure. Totalitaria y autoritaria actitud que ha hecho que, en este juego de la autocensura, queden bloqueados incluso, los mismos dirigentes. Así también sienten miedo de expresar sus ideas por temor a las represalias, sobre todo a las que provienen de grupos de presión que han impuesto la moda de las bombas. Un ataque que no es tan sólo dirigido a la libertad de informar, sino a la libertad de expresión en el sentido más amplio de la palabra. Ya nadie tiene la suficiente libertad como para disentir o consentir.

LA PRESIÓN OCULTA: EL PÚBLICO

Muchos tipos de presiones se ejercen contra el periodismo. Pero existe una de la que generalmente no se habla y es la que ejerce el mismo público, en forma directa e indirecta. Hay una postura clásica emparentada con el comercio que trata de adular al público con el viejo adagio de "el cliente siempre tiene la razón", aunque a veces no la tenga. En el comercio el público es la estrella, el que compra y consume y ello es suficiente para que siempre tenga razón. Sin embargo, en el periodismo, cuando se utiliza la misma filosofía comercial, se claudica ante la necesaria responsabilidad de los medios de comunicación que tienen el derecho-deber de decir cosas, aunque no le agraden a parte del público. Este, condicionado a veces por diversos factores propagandísticos, no quiere escuchar otros razonamientos u otras partes de la verdad. Es tan fuerte en el hombre la tendencia a agradar siempre que los medios muchas veces, por motivos periodísticos, comerciales o incluso por amenazas callejeras contra sus trabajadores, se sienten autopresionados para no disgustar al público. Esta forma de halagar es frecuente que deambule por cualquier medio y si bien está justificada, no implica que sea justo o adecuado hacerla. Este tipo de presión que habita en la conciencia de los periodistas se hace más fuerte cada vez que el público es tentado a presionar porque, justicieramente, se cree con derecho a la participación. Pero, a veces, al ser alentado por dirigentes inescrupulosos se siente más que con el derecho a participar, con el deber de exigir. Incluso hasta cómo deben ser presentadas las noticias. Caer en ello es caer en oportunismo informativo.

Los ataques

Bedoya González corrobora esta posición al afirmar que otro enemigo de la independencia de los periodistas es, aunque pueda parecer paradójico, el público. El informador, a quien se lo debe suponer entendido en los temas que trata... podrá tener sobre algunos temas opiniones discordantes con la opinión pública. En tal caso, el informador, e incluso el medio, puede sentirse tentado a abdicar de su opinión, particularmente para no contradecir la de la mayoría. Existe un miedo instintivo en todo ser humano, en virtud de su sociabilidad, a sentirse separado, marginado, rechazado. Por eso es más natural el conformismo, el acomodo a lo que predomina socialmente, que el disentimiento consciente, sea intelectual o moral. Es más fácil y hasta quizá más rentable adular, claudicar ante una opinión o actitud mayoritaria que oponerse a ella, defendiendo la contraria. "Si en cuestión de opiniones el público representa, para la independencia del informador, una tentación al acomodo, a la masificación, al abandono de la propia visión personal del asunto que se trate, en cuestión de noticias, el informador sufre la tentación de halagar al público, ofreciéndole manjares gratos a sus apetitos, hechos sensacionalistas capaces de divertirlo y excitarlo, lejos de todo problema intelectual o moral".

Desgraciadamente este tipo de episodios es alentado hasta por directores y periodistas de algunos medios quienes se ponen en las tribunas políticas (caso de José María Cantos, director de "Nuevo Diario" y "LV11" en Santiago o Gerardo Sofovich, ex interventor de "ATC" y sus seguidores en Buenos Aires), perdiendo totalmente la objetividad periodística. Pero lo más grave de esto no es que exterioricen su subjetividad sino que sirven de anzuelo para atacar a otros medios, lo que representa una actitud netamente paradójica con la actividad periodística que se debiera defender desde todos los sectores. La libertad de expresión se conforma con el conjunto de las libertades individuales. No se trata de que un medio deba cobijar a todas las ideologías posibles para dejar contenta a toda la gente.

Sin embargo, por esa misma libertad, debe, en sus espacios noticiosos, describir la realidad lo más cerca posible de la verdad. No hay que confundir la política editorial de un medio con las opiniones libres de sus periodistas y, mucho menos, con los espacios de las informaciones puras. Y cuando esto se logra ya no hace falta decirle a la gente por altoparlantes cuál es el mejor medio. El público no debe ser subestimado hasta tal punto que se lo considere sin la suficiente capacidad para elegir. Los ataques de los políticos contra los medios que a veces no asienten sus conductas no deberían ser censurados ni catalogados como enemigos. Hans Welzel en Introducción a la Filosofía del Derecho advierte que "en la democracia el debate en torno a la estructura social más justa es siempre una polémica por medio de argumentos, una confrontación de ideas en la que jamás se trata de aniquilar como enemigo al que sólo opina de otra manera".

CAPÍTULO VI

AUTOCRÍTICA: LA NECESIDAD DE RECONOCER ERRORES

LA DOLOROSA AUTOCRÍTICA DE LA PRENSA

La tendencia mundial del periodismo a la autocrítica e introspección es una de las formas más honestas de advertir las propias debilidades y limitaciones de la profesión. Admitir limitaciones es difícil. Es más fácil criticar u observar a los demás que autocriticarse. La introspección es dolorosa, máxime cuando se quiere hacer públicos los errores. Pero tal vez es el mejor camino para mejorar. El periodista Pablo Mendelevich, en un seminario sobre ética periodística realizado en 1989, decía que "la palabra ética hasta ahora estuvo ausente de los comentarios de la prensa sobre sí misma". Sentenció, en el debate de Puerto Iguazú, que la prensa, en su conjunto, es reacia a la introspección. Sin embargo —decía— sería más preciso advertir una permanente tendencia a la sectorización de los problemas de la prensa por parte de sus distintos actores. Tampoco se le debe temer a la crítica. El español Carlos Soria afirmaba que las críticas a los informadores evidencian un aumento de la densidad cultural de una sociedad. "Si se nos critica —señalaba el profesor— es porque antes hemos enseñado a las audiencias a recelar de toda excesiva concentración de poder. Se nos exige ser mejores; la crítica no puede dejarnos indiferentes".

La introspección de la prensa fue muy dolorosa en todos los países en que se la efectuó. Y no es una metodología nueva. El 3 de marzo de 1923, en su primer número, la revista "Time" inauguraba una sección sobre cuestiones de prensa; años después "The New Yorker" haría lo mismo con las críticas de Joe Liebling, que luego recopilaría en algunos de los libros más implacables sobre luces y sombras del periodismo norteamericano, según relata el comunicólogo español Juan Antonio Giner en el texto Prensa, Paz, Violencia y Terrorismo. También se recopilan en aquella obra las críticas de Henry Mencken a sus colegas en su famosa y dolorosa alocución de 1934 sobre El Periodismo en Estados Unidos donde fustiga a "esa mayoría de profesionales que se gozan en su ignorancia", gentes con "una cultura media propia de un capitán de policía o un ferroviario, que a menudo nos obsequian con un conjunto de trivialidades y puerilidades que ni disculparían a un barbero".

Sobre la dolorosa autocrítica Mencken ya advertía en aquella época que "ésa es la gran debilidad del periodismo americano: la extrema incultura de sus periodistas... complejo de inferioridad que se traduce en la ausencia de autocrítica profesional". Sobre el comportamiento actual de los medios, Everette Dennis dice que los medios informativos norteamericanos se encuentran entre los negocios o instituciones sociales menos responsables del país. Richard Reeves considera que "la prensa es esencialmente una institución inmadura". León Sigal piensa que no hay mucha relación entre lo que los periodistas dicen que es noticia y lo que transmiten los periódicos. Y Goldstein escribió —según Giner— que "la prisa y la superficialidad son las enfermedades psíquicas del siglo veinte que se manifiestan, más que en ningún otro sitio, en la prensa". Por otra parte, en una especie de crítica a la falta de autocrítica del periodismo, el profesor estadounidense Ted J. Smith III dijo ("Facetas", Nº 91, 01-91) que "a decir verdad, la prensa es la única institución norteamericana que no se somete jamás al pleno rigor inquisitorial del periodismo investigador. En combinación con las protecciones casi

absolutas de la Primera Enmienda, el resultado es que la prensa se ha vuelto una institución única y de un poder sin par. Por desgracia, esto significa también que los periodistas han acabado por formar exactamente el género de élite poderosa, privilegiada y activa que la Constitución procuraba evitar".

Que no cese la crítica

Graves acusaciones a la prensa nacional efectuó el ex-presidente Raúl Alfonsín en una visita a Santiago del Estero ("El Liberal", 7-05-90). Tildó a algunos periodistas de fascistas; dijo que muchos "desinforman y desprestigian a los políticos; que hay programas manejados por carapintadas y que los medios le dan participación a personas antidemocráticas que desvirtúan la realidad política de la Argentina". Tal vez ésta fue una de las más severas críticas que recibió el periodismo de parte de algún político. Reclamos de esa naturaleza, a pesar de que a veces les agradaría manifestarlos públicamente, no los hacen por temor a represalias, especialmente en cuanto al espacio necesario. Este temor no es nuevo. Carl Ackerman de la Escuela de Periodismo de Columbia, decía, dentro de los diecinueve cargos contra el periodismo, que "muchos hombres y mujeres vacilan en expresar su verdadera opinión de la prensa debido a la actitud de los redactores contra las críticas y las represalias".

Luis Lyons, de la Fundación Nieman para Periodismo de la Universidad de Harvard, decía en 1964, que "ninguna otra institución requiere más de constante y analizadora crítica, sin importar la hipersensibilidad a la crítica tan evidenciada por los propietarios... La falta de crítica en una institución tan esencial como la prensa, es un traspié en las relaciones de una sociedad racional". Muchos periodistas pueden pensar que el desprestigio de la prensa proviene de declaraciones de tipo alfonsinistas. Nada más errado. La falta de credibilidad y de confianza emergen desde el interior de la prensa. Charles Clayton, ex-presidente de la sociedad nacional de periodismo norteamericano, Sigma Delta Chi, decía que "el público sabe poco de lo que pasa dentro de las altas esferas y encuentra la falta de autocrítica y autorreglamentación difícil de entender... Nada haría más por aquietar la desconfianza del público hacia la prensa que la continua e inteligente autocrítica". Carl Lindstrom, en 1960, escribió que "los redactores y editores tienen un miedo patológico a la crítica". También sostuvo que la prensa da por descontada su función crítica, "pero hipoteca su derecho a criticar a los demás cuando deja de criticarse a sí misma vigorosamente".

Alfonsín, en aquella oportunidad que tanta polvareda levantó entre los periodistas, alertó que "ha aparecido una nueva circunstancia, cual es la de lograr la apatía de los pueblos a través de la desinformación, lo que pone en peligro la epopeya sudamericana, que en marco de penurias logró la democratización de la región". Añadió que hay "violación a la libertad de prensa cuando no se informa correctamente y cuando se produce una difamación por parte de quienes deberían defender esa libertad permanentemente. Sectores carapintadas desataron una campaña de difamación en contra de la clase política y especialmente en contra de mi gobierno. Observo con enorme preocupación la presencia de programas en los medios que están manejados ostensiblemente por carapintadas, con corte netamente fascista. Hay también reapariciones que expresan concesiones antidemocráticas y ésta creo no es una preocupación del campo político sino de los periodistas fundamentalmente".

Más allá de que algunos, con justa razón, opinaron que Alfonsín hubiera tenido que dar nombres, como él mismo lo exigió en una misa cuando el sermoneante hablaba de corrupción en el país durante su gobierno, es bueno no desestimar ni desanimar las críticas por más tendenciosas que sean. Carlos Soria

dice al respecto que "no conviene que la ética a la información cese. Es más, posiblemente, no conviene que desaparezca. Las críticas... son manifestación clara de inconformismo y ponen de relieve el grado de atención investigadora que existe sobre el fenómeno social de la información".

Responsabilidad

Diferentes sectores del periodismo aducen que la culpa del maltrato de las informaciones es responsabilidad de otro sector. Todos los periodistas son responsables, en el más amplio sentido de la palabra: los propietarios, los informadores en relación de dependencia, los gremialistas. Nadie está exento de sincerarse ante la opinión pública, máxime cuando esta profesión tiene como misión, fundamentada en el derecho humano y constitucional, "acercarse a la verdad para esclarecer y no confundir a la opinión pública", como se interpreta de los debates que la Unesco ha hecho en relación con la misión que le compete al periodismo planetario. No realizar la autocrítica periódica, no tener ideales en la profesión, no practicar un debate descarado; en definitiva, temerle a los que señalen los errores en el periodismo o, lo que es peor, no reconocerlos, es simplemente mantenerse en la postura tradicional de omnipotencia y arrogancia que caracterizó al periodismo mundial en las últimas décadas.

No admitir que existen algunos periodistas poco creíbles, tendenciosos, que trampean a los entrevistados, que cobran los espacios, que se prestan a publicar ilícitos que no constan, que actúan con malevolencia haciendo de los intereses creados el objetivo de la información, es vivir en la mentira. No reconocer que las ideologías políticas y económicas ciegan a veces a algunos periodistas y medios, que se busca la verdad a medias, que no se entabla la confrontación de las fuentes, que se intuye en la opinión más de lo que se investiga, que se cuantifica más la información de lo que se califica es, en definitiva, desconocer la autoridad de autocrítica e introspección que ha hecho a la prensa, en otros países del mundo, como en la actualidad lo demuestran los estudios de investigación sobre la relación comunicadores-opinión pública. Tenerle miedo a la autocrítica es temor a descubrirse a sí mismo; es, prácticamente, cercenar nuestra propia libertad.

Interpretando a Erich Fromm, en su libro El Miedo a la Libertad, se desprende que la autocrítica o la búsqueda de uno mismo no es otra cosa que la mejor manera de vencer el miedo a vivir en libertad. Por su parte, el filósofo J. Krishnamurti en su texto El Futuro de la Humanidad, interpreta que la verdad sólo puede descubrirse mediante la observación propia y el espacio de la relación. La crítica es una fuerza reformadora y el mejor correctivo del hombre. Para mejorar, la prensa requiere de la crítica como cualquier otra institución la necesita para armonizar con el resto de la sociedad. En definitiva, la autocrítica, que tanto duele, es simplemente el conocimiento de uno mismo para lograr una vida mejor relacionada con el prójimo. Quizá sea la única manera de mejorar.

AUTORREGULACIÓN DEL PERIODISMO

La jueza Silvia Ardoy dictaminó, a principios de 1991, que no configuraba delito alguno que se haya intentado cobrar a un entrevistado en un programa de televisión, después de que el senador De Armas radicara la denuncia sobre el supuesto cobro de 3.500 dólares que le habría pedido la producción del programa televisivo Almorzando con Mirtha Legrand. Sin embargo, la jueza dijo entonces que tal actitud merecía un reproche ético. Con esta resolución, la jueza, tácita e implícitamente, se refirió a que el periodismo debe tener algún tipo de mecanismo para su autorregulación. Cobrar a un entrevistado no es delito, pero implica transgredir una norma ética. Por otra parte, el juez Ventimiglia ejerció el poder de controlar la prensa al secuestrar los suplementos del diario "Córdoba" en el que textualmente se transcribía un expediente con declaraciones de Tula sobre su relación sexual con María Soledad Morales. Ventimiglia entendió que se había violado el secreto de sumario con esa publicación y, por lo tanto, la secuestró. Sin embargo, al aplicar la ley se habría utilizado desproporcionadamente la facultad jurisdiccional para impedir la libre circulación del periódico, incurriéndose acaso también en una acción que podría considerarse comprendida dentro de un delito legislado en el Código Penal, el cual en su artículo 161, castiga a quien "impidiere o estorbare la libre circulación de un libro o periódico".

Siempre se recalca, a través de los periódicos, que algunos jueces ignoran que no existen delitos de prensa, sino delitos a través de la prensa o contra ella. Por tal motivo, deben iniciarse acciones penales contra los medios que se cree que incurren en delito, pero jamás se debería censurar en forma previa. Sin embargo, lo que quedó en duda en ese caso es si el hecho de que un diario tenga la información ya lo autoriza a publicarla o si debe haber algún tipo de autodisciplina para no divulgar un expediente secreto o, en este caso, una información con detalles obscenos y morbosos que podrían perjudicar a terceros como, por ejemplo, a los familiares de María Soledad.

Autocontrol o autocensura

En este terreno, se hace difícil distinguir entre el autocontrol y la autocensura. La diferencia radica en que la autocensura es fruto del miedo, ya que no tiene como fin defender el ejercicio responsable de la libertad de expresión, sino el puesto de trabajo, la libertad personal o la supervivencia como medio de difusión. Mientras que la autorregulación es una técnica de conciencia que deviene de la responsabilidad profesional y que hace a la misión que se le debe al público sobre todo en una época en la que los periodistas y los medios piensan más en los derechos que se tienen que en los deberes que se deben asumir. La autorregulación, autocontrol o autodisciplina en el periodismo no es otra cosa que el cumplimiento de normas deontológicas de conducta profesional. Si bien a veces aparentan restringir la libertad de prensa, no son otra cosa que ciertos límites en procura de un bien social mayor: el bien común. El autocontrol sirve para comprender que no todo puede publicarse y que el bien común implica que el periodismo debe obrar honestamente. Existen límites que, si bien no entran en figuras penales, pueden ir contra la ética; tal el caso de cobrar los espacios informativos. Otros límites, que a veces se transgreden, son las formas inadmisibles en que se obtiene la información, la falta de respeto a la fama y honra de las personas, la publicación de noticias sensacionalistas o, entre otros, la emisión de acontecimientos que promuevan la discriminación humana. Cuando la jueza Ardoy se refería al reproche ético connotaba que el autocontrol de la prensa no es de carácter jurisdiccional sino moral. Pero, en otros países, algunos órganos de autocontrol de la prensa, como el Consejo de Prensa británico, están facultados como entes cuasijurisdiccionales en cuanto que pueden imponer sanciones y con cierto grado de obligatoriedad o imperio para que se cumplan.

Discriminación

Un claro ejemplo de autodisciplina lo demostró la corresponsal de "Cambio 16" en la Argentina, la cordobesa Norma Morandini, quien dijo que conocía, con dos meses de antelación, las declaraciones de Tula que fueron publicadas por el diario "Córdoba" pero que no las divulgó por entender que obstaculizarían la investigación y porque podrían perjudicar la honra de los padres de María Soledad. En ese entonces, en el programa Hora Clave de "ATC", Morandini explicó que el relato de Tula describía detalles morbosos y obscenos y que ese escándalo informativo no aportaba mayores elementos para que la opinión pública pudiera entender mejor el tema. Por otro lado, con un criterio totalmente opuesto, el ex-director del diario "Córdoba", Samuel Gelblung, creyó necesario publicarlas, aunque sabía los riesgos de violar el secreto de sumario, porque las afirmaciones de Tula "mostraban una conducta patológica" que serviría "para acelerar la investigación". El conductor del programa, Mariano Grondona, dirigiéndose al público, explicó que la actitud asumida por los dos periodistas podían tipificarse como sensacionalismo, para el caso del director del "Córdoba" y de autocensura para el de Morandini.

Tal vez estuvo más acertado en el caso del editor, pero lo de Morandini no debe encuadrarse como autocensura, sino más bien como autocontrol, ya que la publicación no se compadecería con la necesaria caridad que el periodismo también exige.

Defensa corporativa

Hoy ocurre en el país, y es excelente que así suceda, que los medios de comunicación tratan el problema de la libertad de prensa con mucha frecuencia. Debido a esta preocupación por el tema, a veces se incurre en el error de defender, en forma corporativa, a todos los que tienen el privilegio de la comunicación. Por ejemplo, la mayoría de las asociaciones periodísticas y de los medios defendieron muy bien al diario "Córdoba" porque se traslucía un caso de censura previa. Sin embargo, pocos repararon o cuestionaron la conducta ética de aquel diario. La defensa corporativa no resulta buena, porque casi siempre el periodismo se inhibe de hacer su autocrítica. Y al no practicar su propia crítica se pierde la capacidad de comprender que la libertad de expresión tiene sus propios límites y que una de las formas de ejercerla es la autodisciplina. La autorregulación implica que los periodistas estén dispuestos a renunciar al llamado poder que a veces es sólo la prosecución de intereses particulares o corporativos. A través de la autodisciplina se permite que el comunicador piense en la libertad de prensa como en un principio amplio y honesto y no como en un poder en sí mismo. En definitiva, debe haber un autocontrol para que la libertad no se ejerza como libertinaje, sino como libertad responsable; como una fuerza que pertenece a la sociedad y a la que se debe proteger y garantizar.

El esperado debate

Así como se lo debate en los Estados Unidos, en este país la ética periodística ya no debería ser un recurso de conciencia individual, sino colectivo. Tal vez se podría empezar, o continuar, con la discusión en torno al caso de Mirtha Legrand, sobre si el periodismo puede o no cobrar. La jueza Ardoy justificó su proceder diciendo que el derecho de informar —al que sustenta la libertad de expresión— abarca la divulgación de opiniones de personas "escogidas por su notoriedad en razón de las actividades que realizan y no por la capacidad económica con la que pudieran contar para hacer posible su incorporación al programa". Tal vez este fallo ético y no legal, sirva para que el periodismo realice un acto de contrición, para que la profesión gane en dignidad y para que el periodista tome conciencia del bien y del mal que indistintamente puede producir cuando informa. John Merrill de la Universidad de Missouri decía que la "ética periodística es parte de la filosofía que ayuda a los periodistas a determinar qué es lo correcto en su actividad como tales, principalmente una ciencia normativa de la conducta voluntaria autodeterminada".

Libertad responsable

Es muy común que cuando un grupo pierde prestigio dentro de la sociedad acuse a otro grupo de su descrédito. Aparecen entonces en la imaginación las campañas sistemáticas de desprestigio, que pueden definirse como simples manotones de ahogados o mecanismos de defensa. Los grupos pierden su prestigio cuando se derrumba la confianza que en ellos pueda depositarse. Para mejorar esa imagen de credibilidad no queda otro camino que, en forma honesta, auténtica y sincera, el grupo se mire a sí mismo y busque en su interior las fallas. Sin una verdadera autocrítica e introspección será fácil confiar en la mentira de creer que el otro es el culpable. Así como los políticos, los sindicalistas o los militares gozan de muy poca confianza, los periodistas corren el riesgo de ver caer día a día su prestigio. Un elemento que puede seguir deteriorándose con el tiempo, si los comunicadores no se cuestionan internamente. La profesión ejercida a través de la ética debería ser el primer reclamo al que el grupo preste atención. La ética periodística enseña a reconocer los límites, a veces difíciles de aceptar, a los que el comunicador debe ceñirse para respetar al público, principal destinatario del mensaje informativo. Y el respeto se logra cuando el periodista utiliza su libertad, y a la libertad de expresión, en forma responsable.

¿DERECHO DE RÉPLICA O DE RECTIFICACIÓN?

Uno de los mecanismos que pone en marcha la autocrítica en los medios de comunicación es el derecho del ciudadano al disenso y a la expresión de sus ideas; derecho que los medios deben garantizar como sagrado. Esta obligación moral deviene de la misma Constitución, que expresa que todo ciudadano tiene derecho a la libre expresión. Sin embargo, hay una distancia bastante grande entre la obligación moral y el deber legal. La Constitución Nacional ordena que no se sancionen leyes que restrinjan la libertad de expresión. Obviamente porque se entiende que esa libertad de prensa hace posible el ejercicio de los demás derechos, libertades y garantías. En contraposición a ello, han aparecido, en los últimos años, mecanismos legales que amordazan al periodismo, aunque en la intención tienen la excusa de hacer cumplir esa responsabilidad moral. Se argumenta desde el objetivo de los funcionarios, que las nuevas leyes tratan de que los medios de difusión no dañen ni lesionen la imagen de las personas y las instituciones, calificando a esa posibilidad como delitos de prensa. Uno de ellos es el mal llamado derecho de réplica. En 1990 la Legislatura de Río Negro sancionó una ley que reglamenta el ejercicio del derecho de réplica, que no es otra cosa que la implantación de un dispositivo que institucionaliza el control de los medios por parte del Estado. Reglamentar el ejercicio de la libertad de prensa, más allá de lo que establecen los códigos Civil y Penal, es cercenarla. Se argumenta que el derecho de réplica es para mejorar la veracidad de la información. Si un periodista alude a una persona o institución, éstas tienen el derecho de presentar su punto de vista y el editor la obligación de publicarlo. Hasta aquí es lo que sin necesidad de ley alguna, por razones de ética, los editores han hecho, cada vez que consideraron oportuna y necesaria la aclaración.

Con esta medida

En la Argentina, a diferencia de otros países, el derecho de réplica engloba incluso las opiniones, por lo que la mordaza se impone a la libre expresión de las ideas. Con esta medida el periodismo va a tener que medir sus palabras, por lo que será una especie de autocensura y se le tendrá que dar espacio libre y los mismos recursos técnicos (títulos, lugar, recuadros, etc.) con lo que se abundará en comunicados oficiales y adulación indiscriminados. Prevenirse va a resultar más importante que informar. Este derecho, sancionado en Río Negro, es un amparo informativo por el cual se sustituye el proceso judicial previsto por la legislación común, por un trámite en el que se violan todas las garantías constitucionales de la defensa en juicio.

La prensa, en general, y ADEPA, en particular, sostienen que no existen tales delitos de prensa, sino delitos comunes que pueden cometerse a través de los medios, por lo que no se admite otra alternativa que la de que la prensa quede sometida a la Justicia ordinaria. El periodismo argumenta que toda persona o institución que se siente lesionada en su honra, tiene derecho, en el país, a acudir a la Justicia y accionar contra el responsable y en caso de que se le conceda un fallo favorable, será el editor el que pague las consecuencias hasta con prisión no excarcelable. El director actual de "La Nación", Bartolomé Mitre, en la asamblea general del Instituto de Prensa Internacional realizada en Viena en 1986 expresó que "la prensa no pretende que las personas o instituciones queden desprotegidas. Pretende, en cambio, que sea la Justicia la que resuelva cuándo se ha caído en alguna de las previsiones señaladas por los códigos (calumnias, injurias, daños y perjuicios, intromisión de la privacidad) o en cualquier otra determinada por las leyes vigentes con validez para todos los ciudadanos e instituciones y que esa responsabilidad de la Justicia no sea suplantada por ningún otro procedimiento normativo ni mucho menos por organismos ad-hoc o parajudiciales". "En suma —agregó— exigimos que los medios de prensa, en la eventualidad de la comisión de un delito, sean sujetos del trato igualitario ante la ley que consagran los regímenes constitucionales genuinamente democráticos como uno de los pilares en todo el mundo. No pretendemos privilegios, sólo reclamamos igualdad".

El voto mayoritario estuvo compuesto por los ministros Mariano Cavagna Martínez, Carlos Fayt, Rodolfo Barra, Julio Nazareno y Antonio Boggiano. Los ministros Enrique Santiago Petracchi, Eduardo Moliné O'Connor, Ricardo Levene y Augusto César Belluscio votaron en disidencia, a favor de rechazar el recurso. De ellos sólo Belluscio rechazó de pleno la aplicación del derecho de réplica consagrado por la Convención Interamericana de Derechos Humanos (Pacto de San José de Costa Rica) mientras que los otros tres se inclinaron a admitir ese derecho, pero consideraron que no le correspondía a Ekmekdjian arrogarse la presentación de la grey cristiana. Igualmente Levene opinó que "extender el derecho a réplica al campo de las opiniones, críticas e ideas, importaría una interpretación extensiva del mismo, que lo haría jurídicamente indefendible y colisionaría con los principios sobre libertad de prensa consagrados en nuestra Constitución Nacional".

Por otra parte, en un enérgico documento en el que se condenó el fallo, ADEPA sostuvo que "ignora la Corte Suprema que la reglamentación a que puede ser sometida razonablemente la libertad de prensa, con el propósito de proteger otras libertades constitucionales, encuentra su límite en la censura". Puntualizó ADEPA que el fallo "es grave... no solamente porque el alto tribunal se arrogó la función de censor oficial, sino también por la proyección que tendrá su doctrina sobre innumerables hipótesis semejantes, en las cuales los medios de prensa podrán ser obligados por los jueces a realizar

publicaciones contra su voluntad". Más allá de esta importante discusión generada, ya en aquel entonces el Poder Ejecutivo Nacional estudiaba la posibilidad de reglamentar el derecho de rectificación consagrado por el artículo 14 del Pacto de San José de Costa Rica, para acotar las consecuencias de la sentencia de la Corte referida al derecho de réplica. La intención era diferenciar claramente el derecho de réplica del derecho de rectificación. De acuerdo con esa interpretación ("Clarín", 11-07-92) "el derecho de réplica posibilita refutar opiniones vertidas en los medios, mientras que el de rectificación estaría circunscripto única y exclusivamente a la aclaración de informaciones manifiestamente erróneas".

Una cuestión de ética

En La Verdad en la Información, José María Desantes dice que "a causa del amor propio herido, la reparación por los mismos medios ha evolucionado en dos sentidos: primeramente fue impuesto por los jueces. Pero en nuestros días, gracias a la ética y a la deontología tiende a presentarse como una rectificación espontánea sin obligación legal". Vale el ejemplo, en este caso, de Francia, que tiene reglamentado el derecho de réplica aunque poco se lo ejercita en la práctica; mientras que en Inglaterra, donde sólo tiene vigencia deontológica, el derecho de rectificación está celosamente protegido y cultivado.

LIBERTAD, RESPONSABILIDAD Y ÉTICA

Con la democracia y con algunos decretos desregulatorios del gobierno nacional, la libertad de expresión se afirma día a día en la Argentina. Sin embargo, se espera que la mayor libertad vaya siempre acompañada de una alta cuota de responsabilidad para que no se trasgredan normas éticas de la profesión periodística. Ello impone que, en un marco de mayor libertad donde hay menos parámetros legales, los medios se autorregulen a través de límites éticos. Esta disquisición entre libertad, responsabilidad y ética viene a colación del decreto 1771/91, por el cual el gobierno nacional modificó la reglamentación de la Ley 22.285 de Radiodifusión, en octubre de 1991. Mediante ese decreto desregulatorio se anula casi toda la reglamentación de la Ley de Radiodifusión aprobada durante el proceso. De esta forma se "legaliza" la publicidad indirecta en los programas de información y entretenimientos televisivos (avisos chivos o en offside) y se elimina, por ejemplo, la obligación de respetar los símbolos patrios, utilizar el castellano en forma correcta, ser moderado en el lenguaje y no hacer gestos obscenos. Así también, ya no está prohibido legalmente mostrar el triunfo del mal sobre el bien, hacer propaganda subliminal ni justificar la traición a la Patria.

Síntoma positivo

Como era de esperar, esa desregulación legal, que le quitó poder al COMFER, fue recibida con satisfacción por los empresarios de la radiodifusión, como constató "Broadcasting" (15-10-91) debido a que ese sector se sentía sometido a la discrecionalidad del funcionario de turno. Asimismo, se lo ve como un síntoma positivo y un buen antecedente de lo que puede ser la próxima Ley de Radiodifusión. La Asociación de Telerradiodifusoras Argentinas (ATA), resaltó la importancia de que "se hayan suprimido —al menos a este nivel normativo— los inconstitucionales preceptos sobre la limitación de contenido que implicaban una incalificable restricción a la libertad de expresión, que lejos de servir a los supuestos fines de protección de valores permanentes, sólo sirvieron como excusa para el ejercicio, por parte de la autoridad administrativa, de coerción sobre los medios de comunicación independientes". El nuevo decreto, si bien no puede modificar la ley, mitiga la discrecionalidad administrativa y recepta la doctrina de la igualdad de tratamiento respecto de los medios gráficos y de los medios electrónicos, quedando librado a las leyes de fondo y a los jueces el control ulterior por los eventuales delitos en que pudieran incurrir los responsables de dichos medios.

Lo positivo del decreto desregulatorio, para el sector de la radiodifusión, es contradictorio con las medidas legales que día a día se tratan de inventar para el sector del periodismo gráfico. Una de las trabas que, en casi todos los países democráticos del continente existe, como se denunciara recientemente en la asamblea anual de la Sociedad Interamericana de Prensa, es la de una legislación que con la excusa de proteger la honra de las personas y combatir la difamación ("La Nación", 27-10-90) tiende a estrechar cada vez más el campo de acción de los órganos periodísticos y a convertirlos, acaso, en instrumentos dóciles y complacientes con el poder político o con los sectores interesados en tender un manto de silencio sobre sus actividades. La proliferación de leyes —dice— sobre difamación o derecho de réplica crea un grave riesgo no sólo para el periodismo sino también para la democracia, que sólo es concebible cuando está plenamente asegurada la vigencia irrestricta de la libertad de prensa.

Leyes y ética

A pesar de que se hayan levantado "restricciones" a los entes radiodifusores ello no significa que sea lícito que puedan hacer o decir algo que está mal éticamente hablando. Si bien se oficializó y permitió que se pasaran avisos durante los espacios de información y entretenimiento, no quiere decir que se lo debe hacer, teniendo en cuenta el respeto que se debe al público ya que no se lo puede engañar cuando tiene la guardia baja. Entonces lo que vale, en esta circunstancia de plena libertad, es que ésta sea ejercida con responsabilidad. Al no haber todavía algún tipo de código deontológico que norme sobre la actividad, como sí existe para la publicidad, lo bueno sería que la actividad periodística vaya creando y respetando parámetros éticos para que los ciudadanos no se sientan agredidos por los medios de comunicación. Es por ello que la radiodifusión debe capitalizar esa mayor libertad con más responsabilidad. La libertad responsable no es otra cosa que la autorregulación de los medios. El autocontrol es una técnica de conciencia que deviene de la responsabilidad profesional y que hace al deber que se le debe al público.

La autodisciplina en el periodismo es para que se cumplan ciertas normas morales de la profesión y si bien parecieran, en primera instancia, ir en detrimento de la libertad de prensa, no son otra cosa que

límites en procura de un bien social mayor: el bien común. El autocontrol sirve para que los medios sepan que no todo puede publicarse o hacerse. Sirve para que se sepa que hay límites éticos por más que no los haya legales. Hablar en contra de los símbolos patrios, hacer gestos obscenos o utilizar mal el lenguaje, no son cosas penables desde el punto de vista del nuevo decreto, pero pueden ser penables por la ley común si algún ciudadano se siente agredido y, peor todavía, son condenables desde el punto de vista de la ética periodística. Tal vez no sea bueno que haya organismos de contralor de la ética, como sostienen algunos periodistas, por lo tanto la autodisciplina de los medios y de los periodistas aparece como el mejor camino. Sin embargo, la experiencia a nivel mundial indica que, al haber tantos parámetros individuales de interpretación de la moral, se hace necesario que se establezcan códigos de ética que, si bien no son ni debieran ser coercitivos, sirven de recomendación para los profesionales.

Libertad responsable

De todas maneras y volviendo a la desregulación que se propició con el decreto 1771/91, ahora no hay un ente supremo que indique qué está bien o qué está mal y es el ciudadano —como dice A.T.A.— a quien cabe la posibilidad y la responsabilidad de accionar directamente por los abusos, sin interferencias administrativas, ante los estrados judiciales; instancia ésta que es la única legítima en un estado de derecho, cuando está en juego una libertad institucional, cual es la libertad de expresión. A.T.A. también asiente sobre la libertad responsable al hacer hincapié en que debido al "verdadero mérito" de la desregulación, sin restricciones legales de por medio, es necesario una cuota mayor de responsabilidad. "La real solución —dice— sólo podrá provenir de un nuevo régimen legal, acorde al ejercicio de una libertad responsable, tanto por parte de los medios de comunicación, como de los demás integrantes de la comunidad". En coincidencia con esta temática y en una especie de autocrítica, el ex-presidente de la Comisión de Libertad de Prensa de la SIP, Eduardo Ulibarri, exhortó en Brasil (octubre-91) a los periódicos del continente a "practicar un vigoroso examen de sus normas éticas y profesionales porque la defensa de nuestros valores comienza por casa". Valorizando la ética en la información y reafirmando el valor de la autodisciplina que debe prevalecer en los medios de comunicación, Ulibarri dijo que "hasta ahora nuestros esfuerzos y preocupaciones se han centrado en las amenazas y las agresiones externas, pero poco hemos hecho por examinar nuestros propios patrones de conducta ni por examinar cuidadosamente los principios que guían nuestras decisiones, los valores éticos que defendemos y aplicamos". Estas posiciones afirman que la mayor libertad que, día a día, se logra para informar, ya sea por el quite de restricciones legales como por la lucha de los derechos del periodista, debería estar acompañada por el juez más severo e insobornable que es la propia conciencia del periodista: la responsabilidad ética.

CAPÍTULO VII

ÉTICA: ENTRE LA VERDAD Y LA MENTIRA

MEDIOS: LOS “DONES DE DIOS”

A más de 20 años del documento pastoral Communio et Progressio (Comunión y progreso) que instruye sobre la aplicación de los medios de comunicación social, el papa Juan Pablo II reiteró que los medios han de ser contemplados como dones de Dios, ya que tienen como propósito conducirnos a una fraternidad y comprensión cada vez mayores y ayudarnos a avanzar en nuestro destino humano de hijos e hijas amados de Dios. El mensaje de Juan Pablo II fue difundido en 1991 durante la XXV Jornada Mundial de Oración por las Comunicaciones Sociales, en conmemoración del vigésimo aniversario de Communio et Progressio, documento aprobado por Paulo VI el 18 de mayo de 1971. Dicha instrucción pastoral contempló las principales finalidades de la comunicación social y los instrumentos de que se sirve para la unidad y el progreso de la familia humana. A pesar de que transcurrieron dos décadas —tecnológicamente muy aceleradas ya que en los 70 todavía no estaban muy bien desarrollados los satélites de comunicación ni las computadoras ni la televisión por cable o el diario electrónico— lo cierto es que ambos mensajes pastorales coinciden en su esencia y sustancia. Tanto Paulo VI como Juan Pablo II rescatan el protagonismo de la persona humana como eje central del proceso informativo y definen a los medios como dones de Dios.

Los medios, considerados como regalos de Dios de los que el hombre dispone, son instrumentos de comunión superlativa a los que la Iglesia Católica supo dar mayor importancia en cada época. Además de Communio et Progressio y del decreto Inter Mirifica 1963, (Entre las cosas maravillosas) que se refieren a los medios específicamente, hay seis documentos conciliares que los mencionan o los tratan tangencialmente: declaración sobre la educación cristiana; constitución sobre la liturgia; decreto sobre apostolado de los laicos; constitución pastoral sobre la Iglesia y el mundo moderno; decreto sobre actividad religiosa y, el más reciente, la instrucción pastoral Aetatis Novae (Nueva Era), sobre los medios de comunicación.

Responsabilidad ética

Tanto en otras épocas como en la actualidad, los pontífices recalcan que esos dones, puestos a disposición del hombre, reclaman un "elevado sentido de responsabilidad en su utilización por parte de aquéllos a quienes afecte" y expresan que el beneficio, para la familia humana, depende grandemente de la prudencia y del sentido de responsabilidad con que se utilicen. También manifiestan que, para que los medios sean instrumentos eficaces para el progreso, deben ser un canal de expresión de verdad, justicia, paz, caridad activa, ayuda mutua, amor y comunión. Sin embargo, advierten que el error y la falta de buena voluntad pueden producir el efecto contrario: menor entendimiento entre los hombres y mayores discusiones, que engendran innumerables males... y la negación o adulteración de los valores fundamentales de la vida humana. De los documentos conciliares se destaca precisamente que el enriquecimiento o empobrecimiento que los medios pueden aportar a las personas, dependen en exclusividad de la visión moral y de la responsabilidad ética de los informadores.

Comunión o arrogancia

El peligro es que muchas veces los medios se ponen a merced de la codicia, perdiendo de vista el objetivo valioso en el que se debería centrar su labor. Al haber una mayor preocupación por obtener un mejor beneficio económico se cae en la tergiversación del mensaje informativo, ya sea a través de la omisión intencionada, de la manipulación o de la indiscreción. Se pasa así a la irrespetuosidad hacia el público. Se pierde la noción de que el periodismo debe criticar para construir y no para destruir; que los medios deben ser instrumentos de comunión y no de presión. En esa, a veces, inconsciente confusión, el periodismo peca de soberbio y arrogante y manipula a su gusto el derecho-deber de la libertad de expresión. Mucho antes, en el siglo pasado, León XIII decía que la libertad de expresión carente de todo límite, no es por sí misma un bien. La libertad, como facultad que perfecciona al hombre, debe aplicarse exclusivamente a la verdad y al bien. Ahora bien, la esencia de la verdad y del bien no puede cambiar a capricho del hombre sino que es siempre la misma naturaleza de las cosas.

LA VERDAD EN LA COMUNICACIÓN

Si Jesucristo hubiese nacido en esta época de alta tecnología, su Palabra se hubiera expandido mucho más rápido que hace dos mil años. Sin embargo, su sabiduría lo ha hecho aparecer en otro tiempo, donde las comunicaciones todavía no eran muy avanzadas y sólo algunos escritos y la palabra de boca en boca eran la forma de información más corriente. Presumiblemente, necesitaba de personas que pensaran con el corazón antes de escribir, para que su Palabra no fuera tergiversada. Él necesitó que su Palabra, la Verdad, la única Verdad Absoluta sea distribuida por súper periodistas y por eso el Espíritu Santo no sólo inspiró a sus comunicadores a escribir con justicia, equidad y ecuanimidad, sino también con veracidad. Es por ello que se puede considerar a los apóstoles Juan, Mateo, Marcos y Lucas, como los padres del periodismo. Sus escritos, el Evangelio, son el ejemplo más claro de la narrativa periodística en la que se destaca la concisión, la sencillez, la objetividad, pero, por sobre todo, el servicio en pos de la verdad.

Libertad con límite

Los sucesores de aquellos periodistas de Cristo fueron siempre dando pautas éticas sobre la conducta de los profesionales de la comunicación. León XIII decía en 1885 en la encíclica Immortale Dei que la "libertad de pensamiento y de expresión, carente de todo límite, no es por sí misma un bien. La libertad, como facultad que perfecciona al hombre, debe aplicarse exclusivamente a la verdad y al bien. Ahora bien, la esencia de la verdad y del bien no puede cambiar a capricho del hombre sino que es siempre la misma naturaleza de las cosas". Pío XI en la encíclica Divini Illius Magistri, decía que "estos poderosísimos medios de divulgación que, regidos por sanos principios, pueden ser de gran utilidad para la instrucción y educación, se subordinan muchas veces al incentivo de las malas pasiones y a la codicia de las ganancias".

Al Comité de Información Pública de la ONU, Pío XII le advertía que no se trata sólo de facilitar a la opinión pública hechos, estadísticas, encuestas, resultados materiales. Se ha de averiguar y comprobar también la objetividad, indicar las causas, ponderar o, por lo menos, calcular las consecuencias; en una palabra, aclararlas en un comentario adecuado. Actividades tan delicadas exigen prudencia necesaria para evitar posibles errores, paciencia y tenacidad perseverantes en las investigaciones, honestidad

absoluta en la exposición, arte de la presentación que sepa poner de relieve los puntos esenciales, sin deformar la verdad, sin abusar de la ignorancia o de la buena fe. En 1953 le decía a un grupo de corresponsales extranjeros, en Roma, que la cualidad principal del periodista sigue siendo siempre el amor insobornable a la verdad. "Sin embargo, cuántas tentaciones tratan de apartaros de ella". ¿Dejará viva acaso este incesante progresar de la técnica la inquietud que asalta a no pocos contemporáneos por el creciente dominio de la tecnología y sus aplicaciones? ¿Sucederá que su extraordinario avance y expansión sujete al hombre cada vez más al poder y al dominio de los procesos materiales hasta sustraerle del puesto natural y legítimo de dominador y árbitro de la materia?

La mentira y la misión

Juan XXIII en su encíclica Pacem in Terris decía que todo ser humano tiene el derecho natural al debido respeto de su persona, a la buena reputación, a la libertad para buscar la verdad y, dentro de los límites del orden moral y del bien común, para manifestar y defender sus ideas, para cultivar cualquier arte y, finalmente, para tener una objetiva información de los sucesos públicos. Sobre la mentira en los medios de comunicación este Papa decía que "los que, empero, de propósito y temerariamente, impugnan la verdad conocida y con la palabra, la pluma o la obra usan las armas de la mentira para ganarse la aprobación del pueblo sencillo y modelar, según su doctrina, las mentes inexpertas y blandas de los adolescentes, esos tales cometen, sin duda, un abuso contra la ignorancia e inocencia ajenas y llevan a cabo una obra absolutamente reprobable".

Sobre la realidad cotidiana Paulo VI decía que "este contacto inmediato y continuo con las realidades sensibles absorbe al periodista, lo obliga a acumular una gran cantidad de apreciaciones externas y banales en detrimento de su vida interior, con peligro de vaciarse progresivamente si no está sobre aviso".

La verdad

"Y si alguna profesión —agregaba Paulo VI— ha de liberarse de esta esclavitud y afirmar su libertad de juicio y espíritu —garantía de imparcialidad— ha de ser la vuestra. Para el hombre de letras, para el escritor, el crítico, el cronista, la escritura es la expresión de un pensamiento y el pensamiento no puede ser prisionero de esquemas impuestos, de opiniones amañadas. Su única norma es la verdad, la verdad que libera, como Cristo nos lo asegura: la verdad os hará libres". Por otra parte, Juan Pablo II al referirse a la misión que le compete a los medios masivos de comunicación social, exhorta continuamente a valorar a la persona humana como el epicentro de todo hecho informativo. En la inauguración de la Conferencia Episcopal Latinoamericana de la cual emergió el Documento de Puebla, el Papa actual pidió especialmente a los medios de prensa del mundo que estén no sólo al servicio de la verdad sino también al servicio de la "defensa y promoción de la familia". Todos estos valores que han descrito los sucesores de los periodistas de Cristo, sirven a los comunicadores de la actualidad, más allá de ser católicos, cristianos o no, para reflexionar sobre la profesión que más que un simple oficio es una verdadera misión social encomendada por la opinión pública.

LA MENTIRA EN LA COMUNICACIÓN

En toda comunicación humana la mentira está inserta de alguna forma. A veces mansa y necesaria como la omisión y otras terrible como la ocultación, tergiversación o exageración, la mentira se transforma en un elemento más de la corrupción que agrava la crisis moral en la que vivimos. Los medios de comunicación, integrantes de la sociedad, también participan de la mendacidad, a veces involuntaria, porque sólo se hacen eco de los mensajes sociales y, otras voluntaria, cuando sus intereses particulares predominan sobre el interés general. Aunque en las relaciones sociales las mentiras son un hábito, se debe tener en cuenta que la mentira —como dice Luka Brajnovic— tanto como la calumnia, el atentado a la buena fama o el homicidio, es un delito moral porque es contrario a la sana razón. Son ejemplos claros de la violación de los derechos de la persona a la vida, a la propiedad, a la fama y a la información veraz. Quien roba, mata, difama o miente, comete injusticia contra unos miembros de la sociedad y con ello atenta contra la convivencia social.

Buena fe y mala intención

Los periodistas reciben críticas por decir la verdad y, también, por no ajustarse a ella. Los medios son criticados por las mentiras que se hacen, a veces injustamente, porque sólo son portavoces de los mensajes engañosos de los entrevistados, quienes abusan de la buena fe de la prensa, manipulando a la opinión pública. Sucede a menudo que los periodistas terminan siendo involuntariamente los hostiles o desestabilizadores del sistema democrático, a través de la deformación o exageración deliberada de las fuentes. También es cierto que más allá del compromiso con la verdad, el periodismo transgrede normas de convivencia, incurriendo en mentiras que satisfacen apetencias e intereses personales.

A principios de julio de 1991, el ministro Domingo Cavallo acusó al director de "Ámbito Financiero", Julio Ramos, de tergiversar la verdad y desestabilizar el Plan de Convertibilidad con rumores sobre la devaluación del austral. Atribuyó el ministro "un manejo inmoral de la información que conspira contra el sistema". Más allá de la defensa de Ramos, sobre la actitud autoritaria de Cavallo y la acusación del ministro, lo cierto es que la sospecha de la mentira no le hace bien a la sociedad y mucho menos a la comunicación profesional. Lee Brown en Responsabilidad Social de la Prensa dice que la sinceridad, veracidad y exactitud son valores que hacen que el periodismo valga la pena. Por cualquier consideración de buena fe un periodista está obligado a ser veraz. No hay excusa por falta de sinceridad o exactitud que esté dentro de su control o falta para obtener dominio de estas esenciales cualidades. Generalmente en los temas económicos, con los rumores, suele haber políticas conspirativas que se realizan por la prensa o a través de ella. Por eso los códigos de deontología periodística condenan la emisión de despachos falsos de noticias, ya sea que tengan como propósito influenciar las cotizaciones de mercancía, elecciones o la venta de valores. Alguna de la más grande publicidad del mundo no ha sido más que un robo en forma de boletín de agentes de prensa poco escrupulosos. Se han hecho millones en el alza y baja de cotizaciones de bolsa causadas por mentiras de los periódicos enviadas por los reporteros, dice Brown.

Se debe aclarar que en el periodismo, como en todas las demás profesiones, se cometen errores. Por lo tanto, la falta a la verdad es, a veces, involuntaria o, al menos, no es un atentado grave cuando la mentira carece de intención. Sobre ello, González Bedoya explica que un rigorista absoluto definiría a la mentira como la "no concordancia del lenguaje con los hechos". Sin embargo, con esta concepción

desaparecería el humor, perderíamos a nuestros amigos y seríamos insociables. Es preciso, por tanto, para delimitar la noción de mentira, la distinción entre mentiras blancas y negras, reservando la palabra mentira para el estricto o formal abuso del lenguaje: "una declaración falsa hecha con el propósito de engañar".

Credibilidad y sinceridad

Para el periodismo la ausencia de verdad es desastrosamente contraproducente. La consecuencia de la mentira es la falta de confianza... de credibilidad. Si bien es cierto que las últimas encuestas dan a los periodistas como la clase social de mayor prestigio por delante de los políticos, sindicalistas y militares, cabe destacar que estos resultados no deben tomarse al pie de la letra, ya que los comunicadores saben también que su prestigio no se refiere a "la excelencia de la información", sino simplemente a que el público ve en ellos a los dueños de la imagen, como advertía una editorial de la revista "Criterio". La información tendenciosa, con el agravante de la exageración del periodismo sensacionalista, o la propaganda política deshonesta, que no estimula la participación del ciudadano o lo educa políticamente sino que lo masifica, son fines malos en sí mismos porque persiguen disminuir la libertad del destinatario. Por el contrario, también existe el deber de ocultación siempre y cuando la información pueda dañar moralmente al público. Pero la ocultación en forma de una conjura o conspiración de silencio por antipatía, discriminación, envidia, etc., es un grave delito ético, como dice Brajnovic en Deontología Periodística.

El código de ética periodística de EE.UU. dice que la buena fe hacia el lector es la base del buen periodismo. Deben hacerse todos los esfuerzos para garantizar que el contenido noticioso sea exacto, esté libre de prejuicios y se ajuste al contexto y que las opiniones estén presentadas de una forma equitativa. El fundamento de la ética en el periodismo es la sinceridad. Es su actitud hacia la verdad lo que distingue a un periodista ético de uno no ético. Naturalmente, no todos los escritos pueden estar sin errores, pero siempre pueden estar sin errores deliberados. Más allá de los errores, en el periodismo existen mentiras y muy grandes. Como la de Peter Wolter de la agencia Reuter. Wolter fue detenido por la policía alemana en 1991, sospechoso de haber trabajado para el servicio de espionaje de la ex-Alemania Democrática. Desarrollando trabajos periodísticos aprovechó para obtener documentos secretos del servicio de contraespionaje de la ex-Alemania Federal. Este caso sirve para alertar que en el periodismo mundial, tanto como en el nacional, a través de organismos de inteligencia estatales o no, hay sujetos perniciosos que, infiltrados como mansas ovejas, hacen indigna la labor profesional del periodismo.

Verdad y bien común

Una clara y profunda reflexión sobre la verdad y la mentira en el periodismo, la hizo el cardenal Antonio Quarracino. Según afirmó, el periodismo es una misión para la verdad y el bien común después de calificar como fantasía y falsedad una versión periodística sobre supuestas reuniones semanales con el político desarrollista Rogelio Frigerio, acerca de la organización de un chárter para asistir a su consagración cardenalicia. Recordó que "otra vez me inventaron diálogos inexistentes con personas que ni siquiera había visto nunca" y explicó que el periodismo debe estar en función del bien común, de la sociedad y del hombre, al cuestionar las formas periodísticas que lesionan la vida privada y la honestidad de las personas. Agregó que si no se hace un culto de la verdad, de la honestidad intelectual, de la imparcialidad, de la libertad de espíritu, es tan peligroso como poner en manos de un alocado una navaja o un revólver. Sostuvo que tampoco vale la excusa de la libertad, porque todos somos conscientes de que la única realidad absoluta es Dios y ningún derecho es absoluto. "Mi libertad también tiene un límite —dio a entender Quarracino— por consiguiente la mentira, la difamación, la calumnia y el ataque a la privacidad son inadmisibles, sobre todo cuando el otro no tiene los medios para defenderse".

LA ÉTICA EN EL PERIODISMO

Día a día se reconoce más el derecho del público a estar informado y a conocer opiniones diferentes. Es un derecho que, si bien pertenece a los ciudadanos en general, o sea al quinto poder, depende, en la práctica, de la ética y la libertad de los periodistas. Es aquí donde nace el dilema de la ética periodística, un recurso de conciencia individual que no puede ser regulado por organismos gremiales ni gubernamentales y que se pone a prueba en todo momento. La ética y la libertad dependen una de otra. Albert Camus decía que "cuando la prensa es libre, puede ser buena o mala, pero es indudable que sin libertad, nunca podrá ser otra cosa que mala... Para la prensa, como para el hombre, la libertad es la oportunidad de mejorar; en la servidumbre está la seguridad de empeorar".

"Corrupción Informativa"

El periodista, víctima o cómplice de todas las presiones del medio, no siempre puede mantener la posición ética como informador. Así, muchas veces, se llega al objetivo justificando los medios: trampear a un entrevistado, cobrar el espacio, prestarse a publicar ilícitos que no constan, ocultar las fuentes, inventar historias, plagiar trabajos y, entre otros puntos, actuar con malevolencia haciendo de los intereses creados el objetivo de la información. En el seminario mencionado, el ex-director de la revista "El Gráfico", Ernesto Cherquis Bialo, dijo que "la ética no es una manera de informar sino una actitud frente a la vida. Cada uno de nosotros sabe sobre sus obligaciones y éstas viven y laten en la conciencia de cada uno". Sentenció en su oportunidad, al referirse a la responsabilidad social que le compete a la prensa, que "lo que amenaza a la libertad y la democracia es la política sin ética. Pero la libertad y la democracia también están severamente amenazadas por una información sin ética".

Sin debate

En nuestro país, todavía no hay una preocupación por este tema. Si bien algunos indicios se plantearon en Puerto Iguazú, donde periodistas y editores se comprometieron a sistematizar el análisis de la ética profesional, todavía el debate no está bien presente en el periodismo argentino, a pesar de que ya se hable de la necesidad o no de implementar códigos y tribunales de disciplina. El periodista Mendelevich afirmó en el seminario que el debate sobre ética en el país se abordó siempre en forma asistemática y en un tono acusatorio más que analítico. En esos términos se advierte que las críticas más que constructivas fueron siempre muy sonoras. Como la efectuada por la periodista italiana Oriana Fallaci en julio de 1983, durante su visita a Buenos Aires. Sostuvo —en aquella oportunidad— que "los periodistas argentinos son cobardes frente a los militares". Otra fue la del periodista inglés Robert Cox cuando era director del "Buenos Aires Herald", que se tuvo que ir del país por graves amenazas. Dijo que "ese famoso dicho de que hay que cuidar la fuente de trabajo es una infamia, le ha hecho muy mal a la prensa. Lo que se debe defender es la razón por la que uno está trabajando. Escribir u obviar cualquier cosa por cuidar el empleo, es cosa de cobardes". En un editorial de ese diario (3-05-81) se decía sobre los periodistas que "todavía hay muchos que en privado palmean con gusto las espaldas de sus colegas, felicitándolos por defender los intereses de la comunidad, pero se esconden de la luz de una admisión pública, cuando deben tomar posición en las columnas de sus publicaciones".

Normas generales

Para muchos todavía la ética periodística es una gran nebulosa que se cierne sobre la prensa. En cierta forma, la ética profesional está regida por normas judiciales generales, por el criterio de los directores de los medios y por el buen sentido y la formación humana y profesional del periodista. John Merrill decía que la ética tiene que brindarle al periodista ciertas pautas básicas, mediante las cuales pueda juzgar si sus acciones son buenas o malas, correctas o incorrectas, responsables o irresponsables. Pero, a falta de reglas específicas, ya que el tema pasa por una estricta filosofía popular o de vida, la prensa deberá regirse por la libertad colectiva y la personal de los periodistas. Lo peor que le puede pasar a un hombre de prensa es renunciar a su autonomía, a su autenticidad, porque entonces se convierte nada más que en un títere. Decía García Remonda que "la razón es indudablemente la fuerza filosófica clave del periodismo auténtico, la cual, unida a la libertad personal, provee una fuente de poder motivador para el desarrollo de una filosofía periodística significativa y satisfactoria en sí misma". El periodista libre, que temple su periodismo con razón, sensibilidad y compromiso, será un periodista éticamente responsable.

EL SÍNDROME DE LAS MALAS NOTICIAS

Muchos sectores de la opinión pública critican a los medios de comunicación por el mensaje reiterado de desesperanza que ofrecen a través de las malas noticias. Se quejan de que siempre abundan las informaciones negativas, relacionadas a la delincuencia, narcoterrorismo, secuestros, lavado de dinero, intoxicaciones, volcanes en erupción, aviones que explotan en el aire, etc. La crítica se fundamenta en que abundan las noticias desagradables, negativas o pesimistas y escasean las agradables, positivas u optimistas, con lo que sumergen al público en un clima de profunda incertidumbre. Los entendidos se refieren a esta tendencia informativa como al síndrome de las malas noticias. Por diferencias de interpretación entre lo que observa el público y cómo se vive la comunicación profesional desde adentro, el periodismo poco se molesta en discutir la acusación de ser negativo y pesimista. Ted Smith III profesor de comunicaciones masivas de Richmond, EE.UU., decía que las malas noticias son la consecuencia directa y necesaria que indica que la prensa desempeñe su misión esencial de vigilancia en la sociedad. Si bien la gente apoya y entiende este papel de perro guardián que le cabe al periodismo, igualmente condena, a veces con razón, el negativismo de los medios.

Malas y negativas noticias

De todas maneras, hay que distinguir entre las malas noticias y el negativismo; es decir, la intencionalidad pesimista en los mensajes informativos. Cabe aclarar que muchas veces lo negativo depende del análisis o estado de ánimo de las personas. Porque si el cólera es algo feo y desagradable para algunos, en la óptica de un optimista es una denuncia muy buena, ya que ayuda a que la sociedad toda prevea mecanismos de autodefensa y de prevención. Las tapas de los diarios parecen ser negativas y pesimistas. Sin embargo, para los optimistas, que se destaque la evasión impositiva, los juicios políticos a los magistrados, la pelea de los políticos en contiendas electorales, el lavado de dinero, los estragos del cólera, la miseria del analfabetismo, el mal de Chagas y el SIDA, entre otras, son noticias muy buenas con las que el periodismo ayuda a que la sociedad cree los mecanismos necesarios para contrarrestar esas lacras sociales. También es cierto que los medios, al tener una tendencia ideológica o de principios que los sustenta, pierden objetividad en sus análisis. El caso concreto se dio a los pocos meses de lanzado el Plan de Convertibilidad por el ministro Domingo Cavallo. Muchos diarios titularon con optimismo que la inflación "sólo es del 3,4 %", mientras otros, tal vez más pesimistas, informaban que "aún es del 3,4 %".

James Deakin, periodista norteamericano, decía en la revista "Facetas" que aunque haya malas noticias, los medios sí informan las buenas nuevas aunque pasan más desapercibidas para la curiosidad de los lectores. "Se habla del desplome del comunismo en la Unión Soviética, por ejemplo, lo que representa una excelente noticia para Occidente. Los logros de la ciencia, la medicina, la tecnología, la exploración espacial, las artes creativas, la firma de tratados de paz, también tienen cabida en los medios aunque el público no las digiere como buenas noticias, sino como otras informaciones". Deakin se cuestiona que si los medios no dieran esas malas noticias "¿acaso desaparecerían esos hechos y sus consecuencias? Lo único que tal vez se lograría es que esos hechos no propalados tardarían en conocerse. De esta forma, el periodismo perdería su esencia y su obligación social de mantener informado al público".

Invención y credibilidad

La guerra del Golfo Pérsico fue una noticia muy negativa. Sin embargo, la cadena televisiva CNN se catapultó al estrellato con el mayor rating en la historia de la televisión universal. Lo mismo sucede con las informaciones policiales que son transformadas en novelas, con la intención de llegar a un público ávido y curioso, lo que le permitió, por ejemplo, al diario "Córdoba", durante 1991, aumentar su tirada de cuatro a catorce mil ejemplares por día con el suplemento novelesco del caso María Soledad, aunque luego del boom noticioso cayó estrepitosamente a niveles más bajos que los normales y fue al cierre. Esto indica que el público habla por un lado y lee por otro. Hay publicaciones que por más que se las defenestre por ser negativas, sangrientas o chismosas, como en el caso de la prensa sensacionalista o la prensa del corazón, igual se las consume.

Debido a este comportamiento consumista del público, algunos medios llegan hasta inventar informaciones. Esto sucede a menudo en la prensa inglesa sensacionalista que, en cierta forma, inventó el embarazo de la tenista Mónica Seles y siempre habla del divorcio del príncipe Carlos o de los intentos de suicidio de su esposa, la princesa Diana, sin dejar de lado presuntos embarazos extramatrimoniales de su concuñada, la princesa Sarah. También ocurre muy asiduamente en algunos medios de este país, por lo que sucede que, en el periodismo, los justos paguen por los pecadores y la credibilidad se deteriore. Sobre las invenciones y la inexactitud de la prensa, una encuesta realizada en EE.UU. en 1985 por la consultora Gallup reveló que el 34 % de la gente piensa que en el periodismo "las historias e informes son con frecuencia inexactos". En cuatro encuestas posteriores, entre 1988 y 1989, ese porcentaje había subido al 43 y 50 %. Otro sondeo de opinión, efectuado en ese mismo país por la empresa Yankelovich, en 1989, reveló que el 21 % de la gente cree que los periodistas tienen muy bajos niveles de ética, ubicándolos sólo por arriba de los abogados, pero debajo de los comerciantes, los congresistas y los funcionarios de gobierno.

Prestigio y desconfianza

A pesar de las críticas y el descenso incesante del apoyo popular a la prensa en el mundo, en este país los periodistas gozan de mayor prestigio que otros grupos de poder, según encuestas recientes. Es notable cómo con las malas noticias sube su prestigio. Presumiblemente después de la cobertura de la rebelión carapintada, en diciembre de 1990, de las críticas al indulto presidencial, de las denuncias sobre lavado de dinero proveniente del narcotráfico que involucran a parientes del Presidente y de los turbios actos en que se involucran sus amigos íntimos, los periodistas han ganado mayor notoriedad y son considerados como el grupo de mayor prestigio, muy por arriba del clero, de los políticos, los sindicalistas y los militares. Tal vez se deba a que el periodista, por más que se le critique su pesimismo, entiende que es su deber marcar las deficiencias de los distintos sectores, no para alimentar el deseo masoqueño del público, sino para advertir deficiencias que, reparadas, ayuden a que haya una sociedad más justa.

Para marcar tales deficiencias, el periodismo debe ser objetivo, equidistante y desconfiado. En este caso, el deber ingrato de la desconfianza se transforma en una virtud, ya que es una de las formas de no permitir el engaño constante. A veces se corre el peligro de que esa desconfianza mal aplicada haga que los comunicadores se sumerjan en su propio pesimismo olvidándose del equilibrio emocional que requiere la profesión. El escepticismo desequilibrado está a sólo un paso del cinismo y puede hacer que

las noticias se conviertan en informaciones deliberadamente interesadas e irónicas. De todas formas, los buenos o los malos en el periodismo son los buenos o los malos en la comunidad. Se debe comprender que los medios y los periodistas no pertenecen a otra galaxia sino a esta sociedad. Tanto los nobles como los viles, los optimistas como los pesimistas, acceden al trabajo o al consumo de los medios. De la visión y conducta de cada uno depende que los medios tengan malas o buenas noticias.

CAPÍTULO VIII

DESINFORMACIÓN, MANIPULACIÓN, OMISIÓN Y DISCRECIÓN

EL SILENCIO ¿ES SALUD?

En el periodismo el silencio no es salud. Después de recibir los mensajes informativos de los medios, los receptores se preguntan sobre la ausencia de algunos temas que, en la sociedad, se han transmitido de boca en boca. En esa ausencia informativa pueden estar presentes tres elementos: la manipulación u ocultación voluntaria; la omisión o silencio involuntario, y la discreción o ausencia ética dentro del mensaje. Tanto la manipulación como la omisión son elementos negativos en la comunicación, mientras que la discreción es una figura positiva.

La manipulación periodística puede ser ejercida por los propietarios de los medios, por el periodista o por las mismas fuentes informativas. Se trata del silencio o la tergiversación que intencionalmente se realiza para no herir susceptibilidades de los compromisos adquiridos, ya sean políticos o económicos. A veces este silencio deriva en la autocensura del medio; es decir, en noticias que se callan previniendo supuestas malas consecuencias.

Miguel Pérez Gaudio decía que:

La manipulación, este mal ético como califican los códigos de moral periodística, no es otra cosa que la violación al derecho de información que tiene como único depositario al receptor.

Tampoco el trabajador de prensa escapa a la responsabilidad de la manipulación. Existe la tendencia a que el periodista culpe al propietario y a las fuentes, pero ello no es otra cosa que dejar de reconocer que el periodista, en su acción de comunicar, posee una responsabilidad o derecho intelectual, cuando consulta y transmite el mensaje que emite la fuente. Es indudable que allí juegan un papel importantísimo la sensibilidad, criterio, libertad e intención del periodista. Si bien los hay rectos, hay otros que son interesados y ocultan, tergiversan o deforman los mensajes intencionalmente, a veces por soborno de las fuentes y otras por incompatibilidad de ideologías. También, de esa forma, el trabajador se convierte en una especie de juez despiadado que se arroga el derecho de coartar la libertad del público a informarse imparcial y verazmente.

Las fuentes informativas también suelen manipular la información. Muchas veces ponen piedras en la investigación de los periodistas para que la información no se vuelva en su contra y se perjudiquen sus intereses. Sucede a menudo con los políticos de turno que, como trabajan más en pos de próximas elecciones que para futuras generaciones, temen que los datos revelados jueguen en contra de sus proyectos. A nadie le gusta revelar sus limitaciones.

Fue justamente la ex secretaria de Salud de la Nación, Matilde Menéndez, el 23 de mayo de 1990, quien criticó la falta de información de los ministros de Salud de las provincias sobre la hepatitis. Las oficinas de prensa de los gobiernos, como decía Pablo Babini, son más bien oficinas de relaciones públicas y de propaganda que dicen y contestan lo que quieren.

Hay también una manipulación que se ejerce con el control estatal. En este país pasó por el oscurantismo de la censura previa, la confiscación de ejemplares, la expropiación de los medios y por el torniquete de la publicidad, ejercida por Télam. Si bien estos episodios se repiten en forma asistemática, el temor a ellos hace que muchos medios y periodistas vean en la autocensura una excusa que hasta la llegan a calificar de postura ética.

LA OMISIÓN

La omisión en el periodismo es tan amoral como la manipulación, aunque la omisión es menos condenable porque no hay una intención aviesa de hacer el mal. Sin embargo, éticamente, si bien en la omisión no se trata de ocultar algo, en los hechos se lo hace. Suele suceder que algunos medios no tienen la cantidad suficiente de periodistas para cubrir todas las noticias que se originan. Sin embargo, muchas veces la omisión parte del periodista por su inestabilidad, su distracción, su pereza mental, su indiferencia o por la ligereza con que trata los hechos noticiables.

Suele suceder, además, que debido a las limitaciones económicas, el periodista deba subsistir con otros empleos y no puede dedicarse de lleno a la profesión. Pero, de todas maneras, hay que tener en cuenta que la pereza mental y física son elementos que no pueden pertenecer a la profesión, porque ésta es eminentemente social y se debe exclusivamente al público.

La omisión también puede obedecer a falta de capacidad y preparación del periodista. Pérez Gaudio explicaba que:

Ocurre además que hay periodistas robotizados que sólo responden a los impulsos de quienes les ordenan en la escala laboral. Son los que hacen periodismo pasivo. Deambulan por los medios esquivando el trabajo o sólo lo hacen cuando se les indica. No son protagonistas activos y en esa quietud se desarrolla la omisión.

LA DISCRECIÓN

La discreción, en todo caso la prudencia, es una de las virtudes inherentes a la relación humana. Si bien a mucho público le agrada consumir noticias que comprometen al prójimo, es responsabilidad ética del periodismo actuar con discreción para no difamar, calumniar o dañar la honra de la persona humana. Así como se debe guardar el secreto de la fuente informativa se debe proteger el derecho del ciudadano a la vida íntima. La dignidad de la profesión exige respeto a la libertad ajena.

Para los medios existe, sí, el deber de ocultación siempre y cuando la información pueda dañar moralmente al público o a una parte de él (niños y adolescentes). En ningún caso es ético lo que es contrario a las buenas costumbres, a la salud moral. Por tanto, la morbosidad, la pornografía y la vulgaridad expresiva son incompatibles con la profesión.

Luka Brajnovic decía que:

En el periodismo el silencio es salud.

ACTITUD PERIODÍSTICA ANTE LA VIOLENCIA

A mediados de 1990 fueron varias las quejas que recibieron algunos comunicadores sobre el tratamiento informativo que se le brindó al caso del ingeniero Santos, quien hizo justicia por sus propias manos, disparándole a quemarropa a dos personas que lo habían asaltado. Más allá de entrar en disquisiciones sobre la polémica en sí y sobre la intimidad de los ciudadanos, reflejadas por encuestas, en cuanto a la actitud que adoptarían en caso de verse envueltos en situaciones similares, lo cierto es que el hecho permitió, una vez más, analizar el comportamiento de los medios de comunicación a la luz de su responsabilidad ética.

El caso denominado del "justiciero" tuvo, el 21 de junio de aquel año, una inesperada derivación al originar cuatro denuncias por instigación al delito contra el periodista Bernardo Neustadt, por reivindicar en su programa Tiempo Nuevo la justicia por mano propia. Si bien a la Justicia le quedó dar un veredicto sobre si hubo apología del delito o no, a la prensa le cabe una autocrítica para determinar qué grado de responsabilidad le compete ante los hechos violentos. Ello debido a que todos asienten en que la influencia y la persuasión de la información periodística son cada vez mayores y más poderosas que la que ejerce la familia o la escuela, sobre todo en aquellos casos en que estos núcleos de formación fallan.

Neustadt dijo en su programa que él habría actuado de la misma forma que Santos de encontrarse en similar situación. Pero enseguida un periodista español, Luis del Olmo, presente en la mesa, le replicó:

Neustadt respondió:

Tal vez la celeridad con que Neustadt trató el caso sucedió por la pasión en que incurre cuando trata algunos temas, razón que es comprensible. Sin embargo, debió haber pensado y analizado mejor el tema, debido a los efectos que su opinión suele acarrear en la opinión pública. Quien tiene mayor influencia en el público debe tener mayor responsabilidad.

Bernard Voyenne en La prensa en la sociedad contemporánea opina que, no obstante, aunque no existe objetividad en términos absolutos:

Pero ante esta circunstancia, ¿sería mejor que los medios silenciaran los hechos? No, no se trata de eso. Los investigadores aducen que no se deben silenciar u omitir hechos, pero sí que el periodismo trabaje a la luz de la prudencia y la discreción y con mucha cautela sepa pensar primero y escribir después. Pretender que los medios de comunicación sean los principales generadores de la violencia, como dijeron algunos diputados bonaerenses refiriéndose al caso Santos, es una gran equivocación. Sin embargo, por la influencia y la persuasión que consigue la prensa, le cabe a ésta una alta cuota de responsabilidad.

Los criminólogos de principio de siglo, Gabriel Tarde y Gustavo Le Bon, pusieron en circulación las nociones de contagio e imitación, tratando de establecer las causas externas que explicaran las conductas de los delincuentes. Tarde había citado que si las infecciones epidémicas se extienden con el aire o con el viento, las epidemias del crimen siguen la línea del telégrafo.

Hans Joachim Schneider, director del Departamento de Criminología de la Universidad de Münster (Alemania), afirmó que, al publicarse tantas informaciones violentas, se produce un clima de agresión

dentro de la sociedad, “lo que conduce a una peligrosa familiaridad de las personas con estos temas, considerándolos como algo habitual”. Expresó que la prensa resiste denodadamente todo intento de restricción en este aspecto, pues el rubro proporciona un público abundante que se solaza con él.

Entre los científicos no existe un criterio uniforme para juzgar los efectos que tal clase de información pueda tener en el medio social. La mayor parte de los criminólogos, psicólogos y educadores piensan que ella ejerce una influencia nociva, como factor desencadenante de una conducta delictiva sobre individuos ya predispuestos, sobre jóvenes y sobre ciertos adultos con tendencias psicopáticas, fácilmente sugestionables. Sin embargo, la escuela psicoanalítica sostiene que ella tiene el efecto de catarsis en el lector, en cuanto éste desahoga, a través de ella, sus propios impulsos delictivos.

Sobre el comportamiento de los medios ante la violencia, los códigos de ética periodística son contundentes. El de la Federación Internacional de Editores de Periódicos dice que:

Por su parte, el código de España especifica que:

El de Perú expresa que:

Asimismo, el de Grecia manifiesta que:

Por más que los hechos sean violentos, la prensa no puede obviarlos, porque el público tiene derecho a la información. Pero una cosa es el derecho del público y otra la necesidad de darle a conocer los hechos en forma inmediata, dramática, exhaustiva e irresponsable y colocar a sus protagonistas en posibilidades de hacer la apología de sus delitos, extremo en el que se ha caído muchas veces.

Aunque en la intimidad de sus corazones muchos estén de acuerdo con la conducta de los justicieros, según lo corroboraron encuestas cuyos resultados asentían con la determinación de Santos, estas posturas deben ser bien interpretadas y manejadas responsablemente por la prensa para no crear zozobra, angustia e incertidumbre en la comunidad.

Jorge Yarce en su libro Medios de Comunicación y Violencia dice que:

Paul Johnson decía que el problema radica en los periodistas, “en sus falsos valores, en su falta de formación, en su asombrosa despreocupación por la exactitud y su propensión a pronunciarse gregariamente en lugar de pensar por sí mismos”. Agregaba que ha de haber entonces una interiorizada actitud ética que lleve a los informadores a desarrollar un periodismo para la paz. Se debe entender que la violencia no puede ser nunca un camino de solución.

Tal vez la mejor conclusión a la que se ha arribado sobre el comportamiento de los periodistas ante la publicidad de hechos violentos sea la frase que pronunció el periodista español Luis del Olmo en Tiempo Nuevo:

LA INVASIÓN DE LAS NOTICIAS

La guerra electrónica desatada entre los Estados Unidos y Cuba, debida a la puesta en marcha de la TV Martí a principios de 1990, desencadenó una vieja polémica sobre el equilibrio mundial de las informaciones. Si bien la discusión se centró en relación a la comunicación dirigida, se reabrió la herida de la ideologización e invasión de las noticias, fenómeno que diariamente se suscita en todos los medios a nivel internacional y que despierta tantos debates en el seno de la UNESCO.

“Ciudadanos del mundo”

Pocas personas en el planeta pueden considerarse que no pertenecen a él. La tecnología de las comunicaciones ha evolucionado vertiginosamente y nos ha convertido en “ciudadanos del mundo”. Los medios de comunicación nos acercan cotidianamente la esperanzada lucha contra el cólera en el límite con Bolivia, la primera operación de apendicitis en la base argentina en la Antártida, la labor unificadora de Alemania, la desintegración de la ex Yugoslavia, la lucha de los campesinos peruanos contra Sendero Luminoso o la desactivación de los misiles rusos y estadounidenses.

Sin movernos de nuestros hogares, el mundo es puesto a nuestros pies y así nos convertimos en acompañantes de los avatares del planeta, asombrados, inmóviles y silenciosos. Sin entrar en detalles sobre la claridad informativa, desde un punto de vista cuantitativo, nadamos en la abundancia. Es tanta la información que recibimos a diario y proveniente de diversos medios masivos, que pareciera que el ser humano nada puede hacer para desatrofiar la capacidad de reacción y respuesta.

Juan Antonio Giner decía que nos rebelamos entonces ante lo que Oeller califica como:

Agregaba que:

Pérez Gaudio definía esta situación de la propalación de los medios como que sólo se encargan de “vociferar los apagones de la humanidad sin alumbrarlos, anunciar catástrofes y luego abandonarlas, incitar cambios que ignoran... y no hay que entramparse en la pornografía de la angustia sino en saber desbaratarla”.

“Estar al día”

Ante esta común unión entre todos los habitantes de la Tierra, cabe preguntarnos: ¿cuál es el precio de estar al día? ¿Debemos confiar ciegamente y delegar la responsabilidad de la verdad absoluta a las agencias de noticias o podemos desconfiar de las intenciones e intereses corporativos que se persiguen?

La función de informar sobre acontecimientos que escapan a la frontera inmediata de los medios es delegada a agencias nacionales e internacionales. Así, vemos, escuchamos o leemos noticias según la óptica de quienes testimonian o manejan esos hechos. La realidad objetiva sobre la libertad de Lituania es muy diferente para los periodistas de la agencia soviética TASS que para los de la Associated Press. El derrumbe del muro de Berlín se relató con detalles diferentes entre las agencias alemana DPA y la italiana ANSA. La conducta de Menem ante la corrupción de sus íntimos es analizada desde diferente óptica en ATC que en Canal 13. La realidad chilena no es tan progresista como demuestra o vende Televisión Nacional de Chile. La cadena Globo dice poco sobre que las riquezas brasileñas están distribuidas sólo en el 2 por ciento de su población.

“Vociferar los apagones de la humanidad sin alumbrarlos” se demuestra a diario. La competencia informativa sobre el caso Monzón y el caso Veira sólo quedaron en los hechos, pero nunca más se debatieron esos temas a la luz de la violencia doméstica y la perversión de menores. Pérez Gaudio reflexionaba con pesimismo que las agencias y medios “parecen hipnotizados marchando por caminos de tristes y pasajeros triunfalismos, espectaculares o superficiales”.

¿Agresión o derecho?

El 27 de marzo de 1990, con el lanzamiento de TV Martí, había comenzado una guerra electrónica entre Washington y La Habana. Más allá de la polémica sobre el "libre flujo de información" que proponen los norteamericanos y la agresión electrónica destinada a desestabilizar a nuestro gobierno que indican los cubanos, lo que quedó en el tapete es la discusión política en el seno del Grupo de Río que ese año se había reunido en México.

¿Agresión o derecho de los pueblos al libre acceso a la información? ¿Pueden los cubanos solamente estar atados al mundo a través de su agencia Prensa Latina o está el resto del planeta con derecho a brindarle a los cubanos información que su propio gobierno no quiere que escuchen?

Alejándonos de esta polémica política, que ocasionó Radio Martí en 1985, quedó en claro que se reabre otra sobre el Nuevo Orden Mundial de la Información que no es otra cosa que la discusión sobre el desequilibrio informativo a escala internacional.

Pérez Gaudio reflexionaba:

En todo caso, para abrir el debate o cerrarlo: informar más, ¿para qué?

CUANDO LOS MEDIOS SON BELICISTAS

Cuando los medios masivos de comunicación social son belicistas; es decir, cuando son autoritarios, dirigistas y manipuladores de toda información, se distorsiona completamente su objetivo, que es trabajar por un proceso de paz capaz de acercar y unir a los individuos que participan del acto informativo. Si los medios se prestan al juego de las rivalidades ideológicas o se disfrazan de periodísticos cuando sólo son vehículos de propaganda política, tal el caso de TV Martí o Radio Venceremos, se alejan de su concepción altruista para transformarse en medios belicistas. No se debe interpretar con esto que los medios se olviden de cronicar los hechos violentos, sino de que no participen de la violencia propiamente dicha.

Sobre los ideologismos en la comunicación, la periodista colombiana Silvia Jaramillo Echeverri en su texto El Ejercicio del Periodismo en Tiempo de Violencia dice que:

Así como en la guerra sucia puede propiciarse el alentar la represión, igual puede suceder con el silencio, la desinformación y la manipulación de la noticia. Afirmaba la periodista y diplomática Clara Nieto Ponce de León que periodistas de reconocida honestidad intelectual han denunciado estas prácticas utilizadas con mayor frecuencia cuando se trata de asuntos relacionados con el orden público y el proceso de paz. La información oficial, de ambos lados, es manipulada, y se abusa de la buena fe y de la credibilidad del periodista.

Sobre esta manipulación, tergiversación, propaganda o violencia ejercidas por los medios, el profesor español Francisco Gómez Antón en Prensa, Paz, Violencia y Terrorismo explica que:

Pero no es la verdad, sino su verdad, la que se estuvo poniendo en juego en lo que se denominó, a principios de 1990, la "guerra de las ondas" entre Estados Unidos y Cuba, a través de TV Martí, emisora televisiva que los norteamericanos dirigen hacia la isla caribeña con el objetivo de influenciar a su opinión pública y lograr cambios transformadores en la política comunista. A principios de abril de

ese año, Fidel Castro expresaba que devolvería golpe por golpe si los estadounidenses continuaban con su tesitura, lanzando al aire Radio Lincoln, emisora que neutralizaría a Radio y TV Martí.

De todas formas, en el campo de la comunicación los estadounidenses fueron los que devolvieron golpe por golpe a Castro y eso le dolió. Un año antes de la revolución contra el dictador Batista fueron el mismo Castro y el Che Guevara quienes pusieron al aire Radio Rebelde para defenestrar a la dictadura derechista que cayó finalmente en 1959. Ahora Radio Martí y la interferida TV Martí tratan de contrarrestar los medios oficiales castristas, como el diario Granma y la agencia Prensa Latina.

Más allá de esa polémica, lo condenable es que los medios periodísticos se transformen en medios belicosos, desprestigiando los conceptos enaltecedores que le caben al periodismo. Sucede ello con todo tipo de gobiernos. Todos quieren tener a su merced los medios para propagar su ideología; es decir, informar su verdad y no la verdad.

Al servicio de la guerra

Los medios de prensa al servicio de la guerra no son cosa nueva. Al final del siglo pasado, el editor norteamericano William Randolph Hearst instigó y brindó un apoyo ansioso e histérico a la guerra entre España y Estados Unidos, convencido de que la rebelión de Cuba contra España era un auténtico reverdecer del espíritu estadounidense de 1776. Hearst sabía que una guerra hace vender periódicos y fue en su diario donde nació la prensa sensacionalista, no porque contaba con la historieta de Yellow Kid impresa en papel amarillo, sino por haber elevado el espíritu belicoso y violento de aquellos días.

Parangón similar al que se percibió, en nuestro país e Inglaterra, durante la guerra de las Malvinas, en que los medios se prestaron al juego de la guerra psicológica de la información más que al relato e interpretación de los hechos. Muchos recuerdan los titulares optimistas de diarios y revistas de la época que acusaban victoria (“Estamos ganando”) casi hasta el mismo 14 de junio de 1982, cuando los militares argentinos se rindieron. En esa oportunidad, la prensa inglesa se prestó al juego del nacionalismo y del patriotismo que había empezado a practicar Margaret Thatcher. Con la ayuda de la prensa, Thatcher logró que la caída de su imagen, debido a la desocupación y a los nuevos impuestos para combatir la inflación, se disipara ante el recuerdo glorioso y patriótico de los viejos tiempos del imperio colonialista inglés.

Antes de esa guerra, en la Navidad de 1974, el ex director de Crónica, Héctor Ricardo García, trató de montar una seria campaña en pro de proceder a una invasión popular a las Malvinas. García se refería en sus publicaciones a los “piratas ingleses” y en sus titulares invitaba a los argentinos de “sangre caliente en las venas” a que se alistaran, voluntariamente, no en las filas del Ejército, sino en las de Crónica, diario que también publicaba anuncios pidiendo aviones de transporte para trasladar las fuerzas de asalto. Como consecuencia, el gobierno argentino, que siempre pretendió la soberanía de las islas, pero que veía que García desbarataba los esfuerzos por ganar la voluntad de los isleños, cerró Crónica el 20 de diciembre de ese año. El periódico apareció tres meses después con otro nombre y sin aludir a la invasión.

Interferencias

La interferencia técnica a TV Martí que hizo Castro en los primeros meses de emisión de señales, también la hicieron algunos gobiernos argentinos con Radio Colonia de Uruguay, que como propiedad de argentinos, contaba con la ventaja de no someterse a las normas argentinas. Siempre que circularan rumores de crisis, los argentinos, especialmente los porteños, sintonizaron esa radio para obtener información más veraz. Fue el gobierno de Perón el que más interfirió las señales de Radio Colonia, como se relata en un artículo del Miami Herald de marzo de 1974.

Sobre el periodismo al servicio de la violencia, ya sea silenciando o haciendo propaganda de ideologías, José María Desantes Guanter en La Información ante el Panorama de la Paz dice que:

EL APAGÓN DE LAS NOTICIAS

Las declaraciones del ex ministro del Interior, Julio Mera Figueroa, el 21 de febrero de 1990, y el asesinato de la periodista colombiana Silvia Duzán, el 26 de ese mes, demuestran la estrecha relación que existe entre la violencia y el periodismo.

Mera Figueroa, en medio de los asaltos y saqueos producidos en diferentes ciudades del país durante febrero a causa de la debacle económica de esos días, fustigó a “ciertos sectores de la prensa” por haber informado sobre los sucesos con un “sensacionalismo que puede traer consecuencias muy graves a la sociedad”. Agregó que el publicar noticias tremendistas hizo que el “clima se enrareciera y se multiplicaran los hechos delictivos”. Fue aquella una denuncia grave. Pero pretender que los medios de comunicación sean los principales generadores de la violencia es una gran y absurda equivocación. Sin embargo, se debe admitir que a la prensa le cabe una alta cuota de responsabilidad.

Vieja polémica

Vieja es en el mundo la polémica sobre la responsabilidad que compete a los medios en ambientes de violencia. No hay lugar violento donde la violencia no haya ganado mayores espacios en los medios. Diarios con fotos atrapantes y entrevistas profundas a secuestradores, televisión con imágenes y reportajes espectaculares a jefes de guerrilla y radios con transmisiones directas de escaramuzas, como si no hubiere diferencias entre estos hechos y los relatos deportivos, son algunos ejemplos. Claro que tampoco le cabe a la prensa omitir hechos, aunque debiera manejarlos con mayor responsabilidad y sin sobredimensionamientos.

Tal sobredimensión de los espacios informativos concedidos se observó en junio de 1991 en los medios de Buenos Aires, cuando se le dio al dirigente autocalificado como nacionalsocialista, Alejandro Biondini, titular del Partido Nacionalista de los Trabajadores, espacios enormes para que, al plantear la necesidad de que su agrupación utilizara la cruz esvástica, propagara y reivindicara las ideas de Hitler. De esa forma apareció en los medios, instigando con su ideología antisemita y antisionista. Con sus declaraciones consiguió adueñarse de los medios para publicitar su doctrina a favor de la discriminación humana.

Si bien es difícil pretender quitar el espacio por temor a caer en la censura, a veces se debe entender que el autocontrol, en procura de un bien mayor, permitiría no brindar tan grandes espacios para que los medios se transformen en vehículos de propaganda intencionada que atenten tan directamente contra la

raza humana. Lo que el periodismo debe tener en cuenta es lo que dice Paul Johnson, quien afirma que:

Mientras, la revista Time (15-07-85) calificó el secuestro de un avión estadounidense en Beirut como:

Con respecto al comportamiento que le cabe a la prensa en casos de violencia, en el capítulo Pasos para un Periodismo para la Paz de ese texto, Carlos Soria y Juan Antonio Giner manifiestan que el periodista debe rechazar el neutralismo informativo; es decir, que no puede refugiarse en la cómoda postura del simple difusor de versiones interesadas, parciales o contradictorias. El periodista puede y debe entender las causas del terrorismo, pero no debe haber el menor espacio para justificarlo porque continuamente viola el primordial imperativo ético del "no matarás". Hay que dejar de informar sobre el terrorismo desde la perspectiva de los terroristas y hacerlo desde sus víctimas. Y desde las víctimas, el terrorismo es sufrimiento puro, horror desnudo y muertes sin sentido.

Jacques Ellul en su libro Ideas Preconcebidas sobre la Información explica que muchos periodistas ven las noticias a través de unos cristales completamente transparentes, que carecen de la graduación necesaria para profundizar, ampliar y acercar la realidad a los ojos del público al que se ofrece una visión chata del mundo, sin relieve, peso ni proporciones.

Jorge Yarce en su libro dice que:

Debido a este comportamiento de la prensa, tal vez los grupos subversivos no necesitan invertir dinero en relaciones públicas y publicidad. Esto se debe en parte a un periodismo espectacular muy dependiente de ofrecer un producto noticioso escandaloso. Yarce agrega que:

Por la paz

Como consecuencia de los secuestros y muertes de periodistas como en el caso de Silvia Duzán, y la influencia y manipulación que se ejercían en la prensa a través del miedo y la compra de conciencia, como decía el periodista colombiano Castillo Muñoz, por parte de narcotraficantes y el M-19; en 1988, en una actitud sin precedentes en el periodismo internacional, las principales cadenas de radio, estaciones de televisión y diarios acordaron no entrevistar a personas secuestradas y secuestradores ni dar a conocer documentos suscritos por ellos, además de otras medidas para contrarrestar el apotegma "la violencia engendra más violencia".

Esa responsabilidad por la paz, adoptada por los periodistas colombianos después de una recalcitrante autocrítica, fue refrendada por un editorial de El Tiempo de Bogotá:

Días antes, una investigación sobre diarios de Bogotá, Medellín y Cali delataba el uso de la violencia en las primeras páginas: El Espectador, El Tiempo, El Colombiano y El País tenían más de 70 por ciento de noticias violentas en sus tapas que de hechos políticos o socioeconómicos.

"Otras violencias"

En el periodismo, a nivel interno, existen otros tipos de violencia que no son sólo físicas, como ocurrió con Silvia Duzán o, en nuestro país en esa misma semana, con el periodista de Radio Mitre Néstor Ibarra, a quien se le envió una granada a su estudio con una esquela manuscrita donde se lo intimaba a dejar de hablar sobre corrupción.

En una encuesta realizada entre 500 periodistas de 9 ciudades por el Círculo de Periodistas de Bogotá, el 90% estuvo de acuerdo con que existían presiones que incidían en su trabajo y que éstas provenían en un 28% de la pauta publicitaria, en un 26% de los propietarios de los medios, en un 19% de sectores militares y policiales y en un 0,8% de la opinión pública. Los encuestados dijeron en un 78% que practicaban la autocensura.

Jürgen Liminski, periodista alemán, decía que:

En ese sentido, la desinformación es una agresión directa y personal y restringe la libertad de los que de buena fe han comprado o se han suscrito a un producto. Es la violencia silenciosa.

Carlos Soria afirma que:

Y explica que puede resultar contraproducente al desatar rumores, levantar sospechas y alimentar un clima de incertidumbre que sólo beneficiaría a los interesados en la violencia. “La desinformación, el bulo y el rumor prepararían mejor la dictadura del miedo”.

El ex presidente de Colombia Virgilio Barco decía en un discurso en 1987 que no se discutía el deber-derecho de informar:

CAPÍTULO IX

SECRETO PERIODÍSTICO, FUENTES ANÓNIMAS Y EFECTOS DEL RUMOR

LOS PERIODISTAS Y SUS SECRETOS

A menudo, un juez cita a un periodista o a un editor para que revele el nombre de una fuente confiable. A simple vista las fuentes fidedignas no son tan creíbles porque se teme por la veracidad de la denuncia de un individuo que no quiere identificarse. Sin embargo, el no citar fuentes suele ser la única alternativa que le queda al periodista cuando la información es digna de publicarse y todas las partes han sido consultadas, pero ninguna puede revelar su nombre.

El secreto profesional periodístico es válido si se considera que, muchas veces, los empleados públicos son fuentes de información acerca de delitos, errores y corrupción de funcionarios de mayor jerarquía. Casi todas las investigaciones periodísticas sobre corrupción en el poder público nacieron de alguna infidencia de un empleado de baja jerarquía en una repartición de la administración pública. Por la vulnerabilidad de los empleados —amenazas a su seguridad y a la promoción laboral— es comprensible que requieran el anonimato. Si se claudica en mantener el secreto contraído las consecuencias son dolorosas. El periodista pierde su prestigio, a la opinión pública se le coarta su derecho a informarse y la fuente se somete a todo tipo de represalias, desde laborales hasta judiciales.

Luka Brajnovic define al secreto periodístico como el deber y derecho moral del comunicador de no revelar nada que en sí mismo debe ser considerado como secreto, o que se constituye en secreto a causa de la palabra empeñada de no descubrir la fuente de las informaciones recibidas en confianza.

Buscando una ley

Si no prosperan unos proyectos de ley impulsados por los senadores José Antonio Romero Feris y Juan Aguirre Lanari que se debatirán próximamente en el Parlamento, el secreto periodístico quedará sólo contemplado por la ética profesional y continuará el vacío en la legislación.

José María Desantes Guanter explica en La Función de Informar que el núcleo del problema del secreto profesional “está en la tensión entre las convicciones éticas personales y la legislación positiva”.

El informe publicado por el Instituto Internacional de Prensa de Zúrich en 1962 concluía que los juristas en general, y los legisladores en particular, no han comprendido, o no han querido comprender, el problema ético de los profesionales en la mayor parte de los países y han dejado huérfana de protección legal, eficazmente exigible, esta figura que la ética profesional y la conciencia de los informadores han consagrado en sus códigos deontológicos y en su conducta personal.

En la segunda semana de abril de 1991, la Cámara en lo Criminal de Concepción del Uruguay, Entre Ríos, en fallo unánime, reconoció, en forma expresa, la existencia en el derecho positivo del secreto profesional del periodista y el resguardo de la fuente de información, fundándolo en los artículos 14 y 32 de la Constitución nacional. En consecuencia, reconoció que el secreto profesional es un “derecho subjetivo de naturaleza pública que integra la libertad constitucional de prensa”.

El fallo se decidió en favor de un periodista de radio, Víctor Elizalde, quien no reveló ante la justicia la fuente por la que informó supuestos apremios ilegales de que habría sido objeto una menor en una sede policial. Fallo ejemplar si se considera el antecedente funesto para la prensa del procesamiento del director del diario La Arena de La Pampa, quien se negó a revelar el nombre del denunciante del incidente que protagonizara un conscripto que, en penitencia, fue encerrado y obligado a viajar con caballos en un vagón de ferrocarril. Lo positivo de la sentencia sobre Elizalde es que sentó jurisprudencia de avance en la larga lucha por una reivindicación legítima de la libertad de prensa, el derecho a mantener el secreto de la fuente de información, sin la cual se restringe arbitrariamente la misma, como explicó su defensor Héctor Marchese.

No es un privilegio

Así como tomó el riesgo Elizalde, y tantos otros periodistas que no corrieron mejor suerte, el secreto profesional es algo que el periodista no sólo debe respetar, sino también defender aun con el temor de sufrir consecuencias que le puedan causar hasta la pérdida de la libertad física. No se trata de altruismo, sino sólo de profesionalidad.

Manuel Bedoya González manifiesta que el derecho al secreto no es para el periodista un privilegio o un descargo de responsabilidad, sino la condición para ejercer más plenamente su función de informar. Sin este derecho no hay plena libertad informativa. El periodista debe proteger sus fuentes como una garantía de que continuará recibiendo información confidencial, si fuera necesario, facilitando al periódico la obtención y publicación de la información que se debe al público.

Interpretando esta realidad, en dos proyectos de ley diferentes, los senadores correntinos Aguirre Lanari y Romero Feris tratarán de que se consagre el derecho del periodismo de no revelar las informaciones obtenidas en el ejercicio de la profesión ni sus fuentes, cualquiera sea su naturaleza.

El proyecto del senador Romero Feris tiene sólo dos artículos. El primero garantiza el libre acceso de los hombres de prensa a las fuentes informativas de carácter público, y el segundo se refiere específicamente a la cuestión del secreto profesional. Sobre éste observa que en muchas ocasiones el periodista obtiene informaciones con el compromiso de no revelar la fuente que se las ha suministrado. “Se trata de una de las reglas básicas en el arte del periodismo”.

Mientras tanto, la iniciativa del senador Aguirre Lanari tiene trece artículos y establece, en el cuarto, que los periodistas “tendrán derecho a rehusarse a revelar, ante los jueces o autoridades competentes, las informaciones que hubiesen obtenido lícitamente en el ejercicio de la actividad y las fuentes de las mismas, cualquiera fuese su naturaleza”.

Mientras que se destacan como positivos esos proyectos de ley, no se puede comprender la actitud de los concejales de la ciudad de Córdoba a fines de diciembre de 1990, cuando, mediante solicitadas y cartas documento a La Voz del Interior, exigían que se identifique a la fuente informativa y al concejal que “estaría vendiendo las chapas o licencias para taxis en cifras que oscilan entre los 2.500 y 3.000 dólares”. A través del hostigamiento del Concejo Deliberante de Córdoba contra el diario se pretendía que se violara el secreto profesional y, por ende, la libertad de prensa, exigiendo que se informe sobre las fuentes, sin comprender que el secreto profesional no es un privilegio para el periodista sino una garantía para los ciudadanos.

Diferente actitud fue la asumida, el 24 de marzo de 1992, por senadores estadounidenses al rechazar la comparecencia forzada de periodistas para que confesaran quién les reveló la existencia de cargos por hostigamiento sexual contra el juez de la Suprema Corte de Justicia, Clarence Thomas. Los reporteros Timothy Phelps y Nina Totenberg, del diario Newsday y de la Radio Pública Nacional, respectivamente, habían informado el 6 de octubre de 1991 que Thomas había sido acusado de hostigamiento sexual por su ex ayudante Anita Hill.

Quien había pedido la comparecencia de los periodistas al Comité de Reglamentaciones del Senado fue Peter Fleming, un consejero del Comité Judicial Estatal. Fleming pretendió que se obedecieran sus órdenes o, de lo contrario, los periodistas enfrentarían cargos por desdén al Congreso así como posibles sentencias de prisión. Luego de un exhaustivo análisis, los senadores rechazaron la moción de Fleming, explicando que:

Esto en clara alusión al temor de las fuentes a hacer otra denuncia en caso de que su identificación haya sido revelada por los periodistas. Asimismo dijeron que:

Este problema del secreto profesional de las fuentes tuvo repercusión mundial cuando, hace unos veinte años, The New York Times se negó a revelar información sobre el caso de los Papeles del Pentágono. Con fallo a favor del diario, la Corte Suprema de Justicia absolvió al periodismo y quedó asentado:

Se debe considerar que si no existe una disposición legal positiva que reconozca y proteja el secreto, el periodista queda totalmente indefenso, ya que las leyes del procedimiento penal obligan a cooperar con la justicia bajo la amenaza de una sanción penal. Valga entonces el fallo dictado en Entre Ríos, que se adelanta a la legislación que busca establecer el derecho al secreto profesional. Razón que se funda en que la prensa —como dice Marchese— “es la garantía del sostenimiento de instituciones esenciales de la vida republicana, siendo el secreto de la fuente de información un elemento imprescindible de un periodismo libre y de defensa de los demás derechos y libertades constitucionales”.

SIN PRIVILEGIO, PERO CON GARANTÍAS

Muchas veces el periodismo se encuentra entre la espada y la pared: ante su cargo de conciencia de publicar denuncias y ante el cargo de justicia por su responsabilidad en la publicación. La mayoría de las denuncias a través del periodismo son hechas con el pedido expreso de las fuentes de guardar el anonimato, previendo de esta forma represalias. Se suele escribir “fuentes confiables”, “extraoficialmente se supo”, etc., para decir o denunciar hechos que, si bien no son inventados (al menos no deberían serlo), el denunciante no puede dar su nombre, pero debe decirlo en pos del bien común. La prensa, en estos casos, está autorizada éticamente a denunciar en honor a la verdad y de esta forma ejercer su cuarto poder, que no es otra cosa que el poder de controlar a los otros poderes del Estado. El no citar fuentes suele ser la única alternativa que queda, cuando todas las fuentes han sido consultadas y ninguna pudo revelar su nombre.

Después de las publicaciones, las redacciones se llenan de personas afectadas que quieren saber de dónde ha surgido la información y es allí donde sale a relucir el secreto profesional periodístico, figura que si bien es contemplada por la ética profesional, no lo es por la jurisprudencia, ya que en nuestro país, como en tantos otros, hay un vacío de legislación, como dice Saúl Santesteban en La Ética de los Periodistas Argentinos. Agrega que el secreto “no es un privilegio para el periodista, sino una garantía

para los ciudadanos”.

El secreto profesional es algo que el periodista no sólo debe respetar, sino también defender aun con el riesgo de sufrir consecuencias que le pueden causar hasta la pérdida de la libertad física. Esta figura es un deber moral del periodista y, como tal, incluye un derecho. Es decir, existe la obligación de guardar el secreto y el derecho de defenderlo.

Esta posición fue la adoptada por el ex director del diario La Arena de La Pampa, Raúl D'Atri, a quien el juez federal condenó a dos meses de prisión en suspenso por haberse negado a revelar los nombres de los cronistas que tuvieron a su cargo la cobertura de una nota publicada en 1987. En ella se describía el trato inhumano a que fue sometido un conscripto, obligado por sus superiores a viajar en tren junto a caballos.

Sobre este caso un editorial de La Nación de marzo de 1989 decía que:

¿Quién fue?

Cuando hay alguna denuncia, es típico en los medios esperar la pregunta de oficio ¿quién fue?, no sólo de parte de algún juez sino también del ciudadano afectado. No son muchos los periodistas que se mantienen firmes ante el deber-derecho del secreto profesional. Muchas veces, ante la presión de pensar que fue él, se llega a deschavar a otros colegas o, peor aún, los secretos informativos de los medios son revelados antes de que se publiquen y de esta forma el funcionario logra desbaratar o hacer omitir, tras sus influencias, la denuncia pública. Esto sucede a menudo por la obsecuencia que tienen algunos periodistas con los hombres de poder o por desconocimiento de las normas morales que guían a la profesión periodística, que de tal se transforma en un simple oficio pecuniario en el que no se distingue el rol social que le cabe al comunicador.

Este tipo de inmoralidad periodística se produjo el 23 de mayo de 1987. El juez federal Martín Irurzún no permitió que cinco diarios publicaran la solicitada con 5.400 firmas a favor del régimen de Videla por haber vencido a la subversión. Lo triste de aquella historia es que la denuncia ante el juez la realizaron periodistas y dirigentes gremiales vinculados con sindicatos que hacen a la vida periodística y que se enteraron del contenido de la solicitada por infidencias de los trabajadores de los diarios, violándose así el propio convenio colectivo de los gráficos que obliga a mantener la más absoluta reserva de las notas que se publiquen en los medios de prensa, como relató Gerardo Ancarola en un artículo de La Prensa en junio de 1989.

Protección de fuentes

Desantes Guanter dice que al deber de informar ha de corresponder el derecho de proteger las fuentes con el secreto, porque si se revelan se cierran o jamás volverán a abrirse y ni tampoco querrán correr igual suerte las demás. Por su parte, González Bedoya manifiesta que el derecho al secreto no es para el periodista un privilegio o un descargo de responsabilidad, sino la condición para ejercer más plenamente su función de informar. Sin este derecho no hay libertad informativa.

Ante estas definiciones cabe preguntar ¿cómo se puede confiar en el secreto?, porque sucede que los periodistas también pueden inventar historias o caer en el abuso de encubrir a un criminal. Es decir, hasta qué punto el periodista es el guardián del bien común o lo perjudica. Y ante esto la conclusión es

que todo depende de la conciencia profesional y de la formación ética del comunicador. En este sentido, Denis Barrelet advierte en La libertad de informar que esta figura puede ser considerada como una excepción a la libertad de expresión (o derecho de difundir) en virtud de una obligación social de más peso, como puede ser el respeto a los derechos individuales (fama, honor, intimidad) o a la colaboración con la justicia.

La especialización de los periodistas y el acceso de ellos a grupos disidentes hicieron atractiva la posibilidad de que los jueces buscaran información a través de citaciones judiciales, acusaciones de desacato y otros recursos legales. Los códigos de ética periodística insisten en el deber de guardar el secreto de las fuentes informativas, aun cuando el secreto profesional periodístico es una figura "huérfana de protección legal eficazmente exigible". Ante ello, al periodista no le cabe otra respuesta que defender su derecho y sufrir las consecuencias, como lo demostró el ex director de La Arena. Pero, por otro lado, el secreto profesional no debe ser una excusa para que el periodista comunique sin informarse o no investigue un hecho, solamente revelando la punta de un témpano, y dé a conocer una noticia irresponsable sin los elementos necesarios para formar a la opinión pública. No se debe tirar la piedra y esconder la mano.

Herbert Strentz en Periodistas y Fuentes Informativas señala que:

De la misma forma lo revela el código de ética profesional de los Estados Unidos cuando expresa que:

¿Y hasta dónde puede invocarse este derecho? Sobre ello la Organización de las Naciones Unidas expresa que las informaciones comunicadas confidencialmente forman parte del secreto profesional que ha de ser respetado. Este derecho puede invocarse, según la ONU, hasta el más extremo límite que la ley permite.

LOS RUMORES EN EL PERIODISMO

Cuando en febrero de 1990 se denunció que unos containers en el puerto de Buenos Aires contenían federales (billetes que suplantarían al Austral de aquellos días), renació la polémica sobre la utilización de los rumores en la prensa con la posible puesta en marcha del programa económico Erman IV con el peso Federal a la cabeza.

Jean-Noël Kapferer, uno de los prestigiosos investigadores sobre los rumores, explica en Rumores, el medio de difusión más antiguo del mundo que lo que se observa es que "las devaluaciones o cambios de moneda siempre van precedidos de rumores".

Sobre los containers con federales, el periodista Mario Marvick en Noticias (4-03-90) se refería a los rumores y decía que "en esta Argentina histérica que nos toca vivir, un rumor se trepa a los titulares de tapa de los diarios" y hasta es capaz de desplazar ominosamente a otras informaciones oficiales más importantes. Si bien la noticia de un nuevo signo monetario se desterró luego, lo cierto es que la polémica en la prensa sobre la publicación o no de los dichos de boca en boca o las informaciones no verificadas cobró nuevamente vigencia.

Las aguas periodísticas están divididas en este sentido. Se plantea un problema de ética informativa y de credibilidad ante los periodistas. Algunos medios los toman como información importante y otros tratan de no darle crédito. El diario español El País, en su manual de estilo, dice que "los rumores no

son noticias” y, por otro lado, la agencia Associated Press dice a sus periodistas que los “rumores deben ser verificados para publicarse”.

Kapferer explica que:

Lo cierto es que el rumor es una forma de comunicación que prevalece tanto en democracias como en dictaduras, aunque en los procesos se convierte, a veces, en la única fuente de información. La periodista porteña Viviana Gorbato decía en ese entonces que “el rumor como fenómeno en sí no es una invención de un grupo político alguno, más allá de que algunos sepan sacar mejor provecho de él que otros”.

Kapferer agrega que:

Efectos

Sobre el caso de los containers, Edgard Mainhardt de Ámbito Financiero dijo que “todo esto es muy curioso y sólo puede ocurrir en la Argentina. Somos los reyes en la compra de lo que en la jerga se llama carne podrida (informaciones falsas)”.

Sobre los efectos de los rumores, Alejandro Matvejczuck de Clarín contaba que “con el asunto de los containers la gente se asustó y salió corriendo a sacar plata de los bancos”. Hecho que corroboró el ministro de Economía, Antonio Erman González, quien advirtió a la prensa que “los rumores también generan inestabilidad”.

Jorge Emilio Gallardo de La Nación (9-10-89), con el título de Hiperinflación en el Brasil. El Gobierno contra los Rumores, se refería a que el resultado de las elecciones en Brasil repercutiría en la economía, induciendo al ex presidente José Sarney a tomar medidas contra las versiones sobre hecatombes financieras.

En ese entonces, la opinión pública se preguntaba el porqué de tantos rumores en aquella Argentina de inestabilidad económica, respuesta que ya dieran los psicólogos Gordon Allport y Leo Postman en Análisis del Rumor, donde explican que éstos “proliferan en las épocas de crisis”. Esto se apreció en toda su dimensión en el caso de la enfermedad y muerte del general Cáceres. Los diarios tenían su información proveniente de fuentes confiables acerca del sucesor. Ante estos rumores, fue el mismo ministro de Defensa, Humberto Romero, quien el 14 de marzo de 1990 exhortó a los periodistas para que “se abstengan de hacer especulaciones políticas sobre el lecho de un enfermo”.

Si bien la culpa se le echa sólo a la prensa, sucede que, a veces, el rumor es digitado por el mismo gobierno. Se le adjudicaba al actual gobierno la versión de la que se hizo eco la prensa sobre el cierre por decreto de los cuerpos colegiados. Por otra parte, el vocero presidencial Humberto Toledo desmentía rotundamente, el 12 de marzo, que el vicepresidente de los Estados Unidos, Dan Quayle, le hubiera solicitado al presidente Menem que presionara a Fidel Castro sobre la democratización de Cuba. La prensa argentina quedó mal parada por sólo dos días, ya que dos días después, en Brasilia, fue el mismo Quayle quien confirmó que sí le había pedido a Menem que presionara a Castro.

Quienes siguen de cerca el comportamiento de la opinión pública sobre los rumores, tampoco tienen definido si la prensa los debe silenciar o publicar. Cada caso es muy particular, aunque lo que sucede a menudo es que los rumores son noticias muy importantes y es la única forma de contrarrestar la

desinformación oficial. De todas maneras, el problema de los rumores es que, al ser transmitidos de boca en boca o de medio en medio, se desvirtúan cada vez más. Allport y Postman intentaron demostrar con la postura de boca en boca que el rumor no conduce sino al error.

“LEY ANTIRRUMOR” O “ANTIGLOBO DE ENSAYO”

Si se sancionara una ley antirrumores, inmediatamente se debería promulgar una contra los globos de ensayo. El diputado justicialista por Jujuy, Fernando Paz, y el senador Eduardo Menem quisieron terminar con esa sarta de rumores que día a día acaban con el país, presentando para su aprobación en el Congreso de la Nación, en enero de 1990, un proyecto de ley antirrumor.

ADEPA salió al cruce de aquel proyecto, advirtiendo que una ley de tal naturaleza entraña un “peligro fatal para la libertad de prensa”. La mayoría de las veces los rumores se originan en las mismas fuentes informativas y “cunden con más rigor cuando los agentes del Estado no pueden mantener un curso previsible de acción”, sentenciaba. Justamente de lo que se trata es de que la función de la prensa resulte peligrosa para toda política del Estado que puede agredir al interés ciudadano, y ella debe ejercerse sin miedo ni límites legales de ninguna especie. ADEPA señaló que no debe temerse a ninguna manifestación social milenaria que surge del hecho mismo de la convivencia humana. Pretender acabar con el rumor sería tanto como crear, a favor del Estado, un poder que lo llevaría inexorablemente al nefasto despotismo político sin tiempo y sin ley.

Aunque la polémica seguirá por parte de los sectores interesados, unos porque cercena el éxito de proyectos políticos y económicos y otros porque cercena la libertad de prensa, Kapferer dice que:

El vocero gubernamental del gobierno santiagueño expresaba que:

Sin lugar a dudas, sería retroceder al tiempo procesista o a épocas oscuras del periodismo en las que por el solo hecho de disentir u omitir, las leyes mordaza tapaban la boca de la prensa.

LOS DIGITADORES

A menudo se culpa a la prensa por ser vehículo de versiones. Sin embargo, muchas veces los rumores son digitados como globos de ensayo. Es decir, una fuente interesada los origina y espera que la prensa los publique inconscientemente para luego medir los efectos que tal información tiene en la opinión pública y obrar en consecuencia.

Hay una evidente crisis mundial de la información que proviene no sólo de la duda sobre la verdad de los hechos, sino de la duda sobre la interpretación de los mismos. Cada uno ve los sucesos a su manera. Y en este concepto no están incluidos solamente los periodistas o los editores. Aquí entran los digitadores, todo tipo de personas cuya función es la de lanzar globos de ensayo. La distorsión de las informaciones, muchas veces, es ajena a los medios.

Entonces no se puede acusar a los informadores como a los desestabilizadores, ya que a menudo el periodismo más que manipulador termina siendo manipulado con esos globos de ensayo que se largan con el solo efecto de medir consecuencias sobre una política gubernamental a tomar, o para determinar las tendencias y posiciones que adoptan sectores diversos de la sociedad. Ello sucedió con un alto funcionario del Ministerio de Economía santiagueño, cuyo titular era Antonio Mikkelsen Loth, en

mayo de 1992, quien pidiendo no ser identificado, brindó información a la prensa acerca de que la reforma del Estado en la provincia dejaría a unos 10.000 empleados públicos sin trabajo. A los pocos días, observando la reacción contraria de los sindicatos, desmintió categóricamente las informaciones que él mismo había generado.

Meses antes, los globos de ensayo estuvieron a la orden del día, a nivel nacional, cuando se lanzaron al ruedo los rumores de la dolarización de la economía a través del ex subsecretario de Coordinación Económica, Eduardo Curia.

De la misma forma en que los gobiernos miden las reacciones de la multitud sobre la base de los manipulados periodistas, a veces con informaciones fuera de contexto, con las famosas cortinas de humo tratan de derivar la atención, creando modas noticiosas. Tal es el caso, en plena hiperinflación en 1990, cuando se hablaba más de la misa de reconciliación nacional o del indulto presidencial que de los avatares económicos.

Los rumores no nacen sólo de los periodistas. Hay fuentes que los originan. Casi siempre parten del mismo gobierno. La prensa no inventó que Cavallo y Erman González manejaban la economía; fue Felipe Murolo. La supuesta intervención de la CGT partió del mismo Luis Barrionuevo, la renuncia de Néstor Rapanelli se produjo dos horas después del último desmentido oficial, el indulto presidencial se produjo tres horas después del último desmentido hecho por el mismo Menem, y la renuncia de Alfonsín el 8 de julio de 1989 fue precedida por rumores y desmentidos que duraron meses.

También fue un caso de desviación noticiosa provocada por lo ocurrido en los últimos meses de gestión de la privatización de ENTel. En aquel entonces, tuvo mayor valor informativo el sueldo de 11 millones de australes de la ex interventora María Julia Alsogaray (luego aclarado en sólo 632 mil) que el proceso criticado por los gremialistas.

Es práctica frecuente en la clase dirigente que los dichos al periodismo sean desmentidos cuando los efectos no son los deseados. El caso más recordado es el del diputado nacional por Catamarca, Ángel Luque, quien, después de hacer declaraciones impertinentes contra la justicia, acusó a la prensa de tergiversar sus dichos. Como lo tipificó La Nación:

Libertad y libertinaje

Eduardo Menem aseguró que con la ley antirrumores se trataba de que no haya libertinaje de prensa, pero sí libertad. Sin embargo, en estos casos, antes que la censura es preferible que haya libertinaje. Es decir, antes que no encontrar información es mejor que la gente castigue a esos medios que practican el libertinaje informativo mediante la no adquisición de esas tendencias noticiosas. De lo que se trata es de que la democracia no se fundamente en la omisión, sino en la valoración y criterio ciudadanos para consumir un determinado órgano de prensa. Este criterio selectivo ya se efectúa. Son muchos los que prefieren un tipo de diario a otro. Hay órganos de prensa que jamás trabajan con versiones hasta tanto las variadas fuentes consultadas y la información es corroborada. Otros lanzan las versiones y posteriormente las transforman en verdad o las desmienten. En los extremos del ovillo informativo basta citar los ejemplos de La Nación y de Ámbito Financiero. A nadie se lo obliga a comprar uno u otro diario; la gente selecciona de qué forma informarse. De todas maneras, es mejor que la misma prensa debata su problema a la luz de la ética profesional y no que la información sea cercenada por intereses sectoriales o particulares.

VERSIONES Y DESMENTIDOS

Por el halo de misterio que los rodea y por las dudas que originan, los rumores merecen casi siempre el interés de la opinión pública. El espíritu chismoso que envuelve a la masa hace también que sean más consumidos que las informaciones propiamente dichas; es decir, aquéllas en que explícitamente se identifican las fuentes. Esto constituye un verdadero problema para los medios de comunicación, que a veces sufren la tentación de dar prioridad a esa información solapada y muchas veces intencionada que se arrastra y se divulga de boca en boca distorsionándose cada vez más.

Sin embargo, no todos los rumores son malos. A veces son la única alternativa que queda para divulgar un hecho de interés público que trata de ocultarse. Generalmente se refieren a personas poderosas o hechos importantes que suelen afectar intereses particulares y de grupo y, hasta a veces, causar efectos no deseados. Al ser anónimos o identificados por fuentes confiables suelen ser perseguidos por protestas y desmentidos. Tal es el caso de la agrupación de Futbolistas Argentinos Agremiados que protestó duramente contra la revista El Gráfico por el caso Maradona, diciendo que:

Por otra parte, la embajada de Chile en este país tuvo que desmentir, en junio de 191, trascendidos provenientes de Santiago según los cuales cuatro nuevos puestos fronterizos de carabineros se habían instalado en la zona de la Laguna del Desierto, donde todavía existen discrepancias limítrofes. Tal vez el rumor hubiese pasado desapercibido en cualquier época, pero no justamente en esa época en que se insistía sobre el armamentismo chileno y en el desarme argentino después de la desactivación del Cóndor II. En este sentido, es fácil advertir que un rumor, por insignificante que parezca, puede ocasionar un terrible deterioro en las relaciones internacionales.

Negocios y rumores

Los rumores son utilizados cotidianamente para crear o desbaratar grandes negocios en el mundo financiero, a tal punto que en el Mercado de Valores de Nueva York se llega a penalizar con multas de 500.000 dólares o con cinco años de prisión por manipular el precio de una materia prima mediante “información falsa o engañosa o reconocidamente inexacta”. El Mercado de Valores prohíbe a sus miembros hacer circular rumores con carácter sensacionalista que podrían afectar las condiciones del mercado.

Bernd Debusmann, de Reuter, dice sobre el tema que es casi imposible rastrear los rumores hasta su fuente. Algunos parecen desvanecerse como fantasmas, con una vida efímera, pero suficiente para causar un pequeño eco que podría traducirse en grandes beneficios para un operario económico muy ágil.

Un ejemplo claro de la interferencia de los rumores en los mercados financieros lo dio la guerra en el Golfo Pérsico. Desde que Irak invadió Kuwait el 2 de agosto de 1990, los trascendidos vinculados con la guerra afectaron los precios del petróleo casi tanto como la verdadera información. Cuando se divulgó el rumor de que Saddam Hussein había soñado con el profeta Mahoma, quien le dijo que sus cohetes estaban apuntando en el sentido contrario, esa versión contribuyó a un descenso de 5,16 dólares en el precio del barril de petróleo, una de las caídas más importantes en la historia del mercado neoyorquino.

El problema mayor ante los rumores es cómo se hace para contrarrestarlos. Para Irv Schenkler, del Management Communication Program de la Universidad de Nueva York, la única salida consiste en encontrar un discurso equilibrado que suene como una voz responsable no promocional.

Responsabilidad

Debido a las consecuencias impredecibles que puede ocasionar el rumor tanto para los destinatarios como para quien lo origina, es necesario que este tipo de información sea tratado con responsabilidad en los medios de comunicación. A veces los rumores, cuando no tienen asidero alguno, aumentan las tensiones en la sociedad, creando un clima de incertidumbre que en nada favorece a la comunicación.

Es necesario que los comunicadores, mesurados por los límites naturales de la libertad de prensa, sopesen conscientemente los efectos que en una comunidad podría tener la difusión de trascendidos o versiones.

En concordancia con lo que dice el periodista Pepe Eliaschev sobre que:

Muchas agencias informativas y medios prohíben a sus periodistas manejarse con versiones. Todo debe ser escrupulosamente verificado antes de ser publicado, a pesar de la competencia. Insisten algunos autores, como Aquiles Menéndez en Ética Profesional, en que “es mejor ser segundo en la publicación de una noticia verdadera que primero en la publicación de una noticia falsa”.

CAPÍTULO X

OBJETIVIDAD INTENCIONADA, MENSAJE PERIODÍSTICO Y DISCURSO POLÍTICO

LA OBJETIVIDAD SUBJETIVA

Se dice con insistencia, y con acierto, que el periodismo ejerce el contralor de los tres poderes públicos. Sin embargo, a veces la prensa, al abusar de sus privilegios, no sólo trata de influir en la conducta de los hombres sino que también presiona para modificarla con un marcado tinte de subjetivismo. Prescindiendo de las notas de opinión, hay en el periodismo informativo algunas preguntas aparentemente objetivas que conllevan una presión constante para los entrevistados. Y son preguntas que se transforman en moda y que ningún periodista deja de hacerlas, a pesar de que el entrevistado haya desistido de responderlas por decoro, modestia o porque no quiere ser apriorísticamente presionado.

Esto sucede a menudo con la tenista Gabriela Sabatini a quien, cíclicamente, después de ganar algunos campeonatos, el periodismo busca influir enfáticamente con la frase “antes de fin de año serás la número uno”. También pasó con el ministro Domingo Cavallo, a quien, por reconocerle sus méritos en la economía, se le cuestionaba casi todos los días en tono imperativo si será presidenciable cuando las elecciones recién se harían en 1995. De esta forma, el periodismo informativo u objetivo, sin entrar en el de opinión influyente ni en el de interpretación educativa, se convierte en un género de presión.

La opinión pública descree del objetivismo y muchos periodistas consideran que la objetividad es una abstracción sublime, mientras otros dicen que se trata de una noticia sin comentarios o juicios de valor y, algunos, que es la contrastación de la información por varias fuentes. Lo cierto es que, por más que una noticia se acerque parcialmente a la verdad, el criterio de valoración y de selección del periodista o la tendencia económica o política del medio de difusión hacen que una información, aparentemente objetiva, tenga distinto tamaño o ubicación. Se entiende así que la objetividad informativa de la detección del SIDA en varios jóvenes de la clase 1973, en la revisión médica para el servicio militar en 1991, tuvo diferentes subjetividades en el espacio que se le otorgó en distintos medios. Obviamente, cada noticia tiene su respectiva connotación y cada medio la utiliza según su criterio y tendencia. No es lo mismo el tratamiento que se le da al dígito de inflación en Clarín que en el Cronista Comercial o en Página 12.

Si bien el público acepta que el ajuste a la verdad se hace subjetivo, dependiendo del sujeto que la origina (la fuente), el que la emite (el periodista) y el que la difunde (el medio), en términos prácticos, un sector del periodismo suele caer en el abuso de privilegios y se tiende a una información cargada de intencionalidad. Y no hace falta remontarse en el tiempo para tomar como ejemplo la tendenciosidad informativa de la guerra de las Malvinas, sino que se observan a diario noticias que, con aparente objetividad, son totalmente parciales y tendenciosas. Esta falta de imparcialidad o deliberada intención se percibe en algunos periodistas que trabajan a sueldo como simples mercenarios de distintos grupos de presión. En el marco de la libertad de prensa e incluso amparados en el canal estatal tiran bombas informativas, tratando de ejercer presión con sus espectaculares denuncias, incluso contra otros

periodistas.

También, en polémicas de café televisivas, son hábiles constructores de cortinas de humo para desviar la atención de los temas que a su patrón lo perjudican. Conocen el manejo de la propaganda y de la contrapropaganda y usan al periodismo como un servicio más de la red de inteligencia. Tal es el caso de Guillermo Patricio Kelly, quien sin concesiones deambuló siempre en esferas oficiales despotricando a los opositores de turno. Utilizan la máscara de la comunicación social con denuncias sensacionalistas que no buscan la verdad, sino favorecer los intereses de su patrón transitorio.

Es también como describía Pablo Arias de la agencia DyN al referirse al caso de Diego Maradona:

Este oportunismo profesional, al que le interesa manipular el mensaje informativo a través de la intención y de la exageración del lenguaje, es una degradación de la divulgación informativa, como decía Emil Dovifat. Es, en definitiva, una falta de respeto al público y un atropello a la dignidad de la profesión.

PRESIÓN Y MODIFICACIÓN DE ACTITUDES

La hiperinformación contemporánea, que hace que de una semana para otra desaparezca de la tapa de los diarios el cólera, el narcotráfico, el caso Maradona o el desdoblamiento del aguinaldo, resulta traumática para el público que absorbe mensajes sin el tiempo necesario para resolverlos. Obviamente, no se puede pretender que el periodista sea el ordenador del caos porque su misión es mostrar la realidad tal cual es. Lo peligroso es que los medios se mimeticen y trabajen como una fuerza gigantesca de presión influyendo sobre la masa. Esto se pudo observar en la prensa chilena con la visita de los “xeneizes” de Boca Juniors en 1991 para el partido de semifinales de la Copa Libertadores.

Fue tal la tensión y el clima casi bélico que despertaron los medios chilenos a través de titulares y comentarios sensacionalistas, que una supuesta mala jugada en el partido sirvió como desencadenante de toda la agresividad que acumulaban los deportistas, periodistas y público que se entremezclaron en una gran batahola. Tal fue el enojo reinante que Boca Juniors fue despedido por el periódico La Tercera con un remate impresionista: “Se van los matones de Boca”.

El enceguecido comportamiento de algunos medios chilenos y de periodistas argentinos que dispararon sus plumas con nacionalismo barato demostró que no hay nada más indigno que un mensaje imperativo y tendencioso que presiona a la multitud para transformarla en una masa violenta. No toda la culpa fue del periodismo, pero, en gran parte, la responsabilidad debe admitirse ante el clima bélico reflejado en centímetros publicados y segundos emitidos.

Cuando los periodistas o los medios presionan y buscan modificar actitudes demuestran su ignorancia y debilidad. Ignorancia, porque desconocen la misión de comunicadores que deben adoptar en la sociedad. Debilidad, porque tratan de conseguir por la fuerza de la influencia lo que no pueden lograr con el poder de la pluma. Tampoco se trata de convivir con medios ascéticos y escépticos, sino simplemente de que haya más responsabilidad con el objeto de buscar la verdad en mérito al bien común. De lo contrario, con un comportamiento intencionado, ningún profesional podrá sorprenderse de los reproches y reclamos que grita la sociedad.

Marcela Gómez Tejera, de sólo 16 años, en el Congreso Argentino de Pediatría realizado en Las Termas de Río Hondo en 1991, decía:

Fue también el arzobispo de Santa Fe, monseñor Edgardo Storni, quien mostró su preocupación por cierto clima de tensión en el ambiente político, a mediados de ese año, creado por algunos comunicadores. Calificó a ese periodismo de sensacionalista y oportunista y a los periodistas más jóvenes, tal vez advirtiéndoles sobre la maldad de la intención, les reclamó que se guiaran por la razón y con un gran espíritu cristiano: “con una visión de fe en el hombre y un sentido muy solidario de amor al prójimo”.

LA OBJETIVIDAD UTILIZADA

Como dijo monseñor Storni, sucede a menudo que ese oportunismo sea utilizado por periodistas que detentan parte de la torta de poder. Así sus medios se convierten rápidamente en vehículos propagandísticos de su ideología personal y atacan al poder público para ganarse el corazón de alguna gente y, de esa forma, lograr consenso y, en un futuro, votos que los catapulten a algún espacio político. Esto pasa cuando los periodistas abusan de su privilegio de ser los patrones de los medios y los utilizan como vehículos de su extensión personal.

Un hecho tragicómico de estas características sucedió en Santiago del Estero, en junio de 1992, cuando el director de la radio LV11 y del Nuevo Diario, José María Cantos, utilizó sus medios (dos horas de radio y fotos y declaraciones en primera plana y páginas centrales de su tabloide, por varios días ininterrumpidamente) como el lanzamiento de su propia campaña política. Con la mentira de que había donado 600 millones de dólares al gobierno provincial, trató de meterse en el corazón del público ingenuo.

La mentira fue tan grande que hasta tuvo visos de credibilidad en un primer momento, por lo que no solamente el público la creyó, sino también una gran variedad de medios periodísticos del país, especialmente de la televisión, acostumbrada a utilizar hechos contundentes y espectaculares. La donación fue reproducida y muchos ni siquiera repararon en que ese donaire se hubiera concretado sólo en caso de cobrar un hipotético juicio a la Nación, que todavía no sucedió. Más allá de la patraña y de la ingenuidad de los medios, Cantos aprovechó la ocasión, con un estilo muy político, para utilizar a sus propios medios y manipular a la opinión pública y a parte del periodismo en su beneficio público personal. En aquella semana, la revista Noticias (21-06-92) publicó el caso con una entrevista a Cantos y la fotocopia del dictamen, pero no consultó las fuentes en Buenos Aires, es decir, la Procuración del Tesoro y la Corte Suprema de Justicia.

Tal utilización de los medios hizo recordar un episodio político en que se vio involucrado al senador norteamericano Joseph McCarthy cuando, en 1950, dijo a los periodistas que en su bolsillo tenía una lista de 205 nombres de comunistas que trabajaban en el gobierno. Al día siguiente, la prensa de todo ese país publicó con ejemplar objetividad las acusaciones del senador. Nadie se preguntó si ello era verdad o mentira. La prensa se limitó a cumplir con su deber. Precisamente por la objetividad de ella, McCarthy pudo seguir su ascendente campaña. La prensa estaba siendo utilizada a su favor.

Este caso sirvió para demostrar las limitaciones de la simple objetividad. Sobre aquel caso se recuerda que una de las autocríticas del periodismo fue que cuando un político tiene la lista en su bolsillo, lo que

debe hacer un buen periodista es pedirle que la enseñe, exigirle que demuestre la indeseabilidad de las personas a quienes acusa y escuchar la otra campana. Esa conducta fue la que debió haber existido en el caso de Cantos, para evitar que una mentira se propalara y evitar la irresponsabilidad de brindar mensajes manipuladores. Cabe entonces no ser tan objetivos. Si pensar en hacer más preguntas a otras fuentes y consultar a la Procuraduría del Tesoro de la Nación sobre una demanda de Cantos, para tener la otra parte de la verdad, es ser subjetivo, vale entonces utilizar el subjetivismo en procura de alcanzar la verdad.

La conocida Comisión Hutchins sobre Libertad de Prensa del Congreso de los Estados Unidos, en 1947, (que dio origen a la teoría de la responsabilidad social de los medios en la comunicación de masas) concluía un informe explicando que los medios no se podían limitar a transmitir hechos bajo la óptica clásica de la objetividad:

MENSAJE PERIODÍSTICO Y DISCURSO POLÍTICO

Encuestas varias, a nivel mundial, revelan que las profesiones con menos grado de credibilidad son el periodismo y la política. La empresa Gallup a fines de 1990 en este país auscultó que los comunicadores gozan de menos confianza que los integrantes del Parlamento, mientras que en Francia Le Nouvel Observateur publicó un sondeo en el que los parisienses consideran a las prostitutas y a los diputados en la categoría de menor utilidad social.

Evidentemente este descrédito del mensaje periodístico y del discurso político se debe a que ambos están en oídos, ojos y boca de todos. Por su carácter de excelencia pública y su exposición cotidiana es también natural que sufran los embates más fuertes y las críticas más despiadadas por parte de las audiencias.

Especialistas en mensajes advierten que una causa importante de la desconfianza está dada por la poca claridad del lenguaje que manejan ambas profesiones. Tal vez los políticos por usar un estilo administrativo, burocrático y hermético que después de cientos de palabras no dice nada; y los periodistas por transmitir ese estilo sin decodificarlo y no clarificarlo ante la audiencia.

Armando Jozami, vicepresidente de la UCeDe santiagueña, refiriéndose al lenguaje de los políticos, expresó que:

El catedrático español José Martínez Albertos en El Lenguaje Periodístico expresa que el lenguaje de los políticos puede poner en peligro el derecho de los ciudadanos a recibir libremente y de forma racional informaciones y opiniones sobre cuestiones de interés general.

Según la Enciclopedia Mundial de la Prensa, en su reporte de 1989, el mayor de-terioro de la prensa argentina, como consecuencia de la censura y la inflación de décadas pasadas, se registró en la calidad del lenguaje que en otra época fue motivo de orgullo. En algunos casos se creó un castellano elíptico que constituyó un nuevo idioma de doble lectura o lectura entre líneas para evitar la censura. Añade el informe que la prensa argentina está infectada de jergas burocráticas y multiplicidad de eufemismos, y ensaya que, entre los factores constitutivos que influyeron sobre ella, fueron los patrones español y británico, combinación bastante excepcional. De los españoles, conquistadores y colonizadores del país, proviene una estresante discusión filosófica, teológica y literaria aún no desenmarañada. De los

británicos heredó los modelos de los diarios tradicionales de Londres, junto con algunas ideas liberales europeas.

Mientras tanto, sobre el peligro de la terminología hermética, apelativa, arbitraria y propagandística, Ramón Nieto en El Lenguaje y la Política dice que el lenguaje político ha sido siempre algo misterioso:

El derecho a recibir información está condicionado a que los relatos se formulen en un lenguaje adecuado para que la gente los comprenda, y éste es el deber del periodista. Debe ser el traductor de los políticos. Debe transformar en mensaje lo que el político dice como discurso. Por lo tanto, su función decodificadora es esencial para el derecho a la información y para ello necesita una preparación y una capacitación permanentes. Esto no se plantea como un simple objetivo para ser mejor profesional, sino como un deber y responsabilidad ante el sublime derecho de la opinión pública de recibir mensajes claros, concisos y sencillos. El problema surge, como dice Martínez Albertos, cuando el lenguaje perifrásico y esotérico de los políticos se contagia a los periodistas: “Si el mensaje no es claro se enmascara la realidad... se perjudica al público”.

MIMETISMO

Todas las profesiones tienen procedimientos del habla particulares. Los científicos, los médicos, los futbolistas, los abogados, los obreros... tienen sus terminologías lingüísticas. El inconveniente es cuando el periodista se mimetiza con los grupos que conforman las fuentes informativas y cae en el absurdo de hablar como un técnico en economía: “créditos stand-by lograrán mayor flexibilidad...”; o como científicos en medicina: “Los hemofílicos y el riesgo en las técnicas de hemodiálisis”.

La misión del comunicador es difundir con claridad y sencillez, aunque ello no implica con vulgarismos. Pero sucede que muchos informan sin entender y por eso se abusa de los entrecomillados o se escribe para los amigos periodistas con los que se logra una suerte de competencia vedettista que el público no entiende.

El paso de la vida cotidiana va cambiando el lenguaje. Por ejemplo, la palabra “intuitivo” connotó valores diferentes desde que así se lo calificó al presidente Menem. El presumir acontecimientos sin conocimientos previos es calificado como un valor, hasta que, como lo demuestra nuestra historia de idolatrías, se torna un disvalor cuando falla la intuición. Con Raúl Alfonsín se vio que lo intelectual era lo más meritorio que podía tener un político y que “con la democracia se come, se educa...” hasta que se derrumbó el Plan Austral y lo intelectual fue sinónimo de “con ello no basta para gobernar un país”.

Estela Asaf de Ledesma, integrante de la mesa nacional de la Izquierda Democrática Popular, hizo hincapié en que la desconfianza en el político se origina en el doble mensaje de quienes dicen algo que después no hacen, y puntualizó que últimamente se “agudizaron la falta de pudor y la desvergüenza”. En este rubro podrían entrar las declaraciones de Menem a Bush en su visita a la Argentina a fines de ese año, a quien le dijo que el envío de las fragatas al Golfo Pérsico era “por convicción propia, por la paz... sin esperar nada a cambio”, cuando los argentinos sabían que el envío se admitió en primera instancia como una forma de “alinearnos al Primer Mundo... a la espera de alguna clase de contribución”, según decían los mismos peronistas.

También el doble mensaje se atribuyó en Estados Unidos a Gary Hart, a quien se le truncó su aspiración política no por estar un fin de semana con una modelo, sino por asegurar que el episodio era una mentira y patraña de la prensa, cuando las fotografías demostraron lo contrario. En aquel caso se penalizó la mentira, no el hecho infiel.

José Scaglione, ex presidente de la Junta Departamental Banda de Fuerza Republicana, expresó que:

En este sentido, el plebiscito bonaerense por la reforma de la Constitución fue un golpe de atención para los políticos.

Práctica maliciosa

Martínez Albertos agrega que el lenguaje de los políticos —unas veces como resultado de prácticas maliciosas y otras como un simple hecho derivado de la escasa pericia lingüística— está dirigido normalmente al encantamiento y sugestión de sus clientes electorales: es un lenguaje programado para dominar y seducir a los ciudadanos. Esta actitud mental es una disposición viciosa y corruptora: no hay nada más contrario a una verdadera comunicación humana que la utilización del otro como un simple objeto deshumanizado para provocar en él la respuesta de un voto favorable a los intereses de quien habla. Aquí el inconveniente es que el discurso político se transforme en mensaje periodístico. Aunque a veces no se entiende que el medio simplemente es el vehículo del discurso político, lo que jamás debería pasar es que el medio se transforme en esclavo de ese discurso. Como un individuo deja de creer en el otro cuando no cumple con su palabra, así deja de creer la gente en el político. Y en los medios la gente deja de prestar atención y de confiar cuando los mensajes son ambivalentes, poco claros y herméticos.

“SÍ” A LA INFORMACIÓN, “NO” A LA PROPAGANDA

Los mensajes periodísticos suelen tener visos de objetividad o de subjetividad según las técnicas que se empleen. Pero es en el género de opinión donde no sólo se busca mostrar una opinión, sino también influir en pos de esa opinión personal o del medio. A veces la misma subjetividad social (si no hay alimentos la gente se muere) justifica que se utilice la influencia en pos del bien común. Lo que no es recomendable es que la influencia en los medios se utilice para garantizar un bien particular en detrimento de otro mayor.

La reforma de la Constitución nacional siempre fue muy subjetiva desde el ángulo de vista de los grupos antagónicos. Conviene entonces observar el comportamiento de los políticos y de algunos periodistas de influencia que sobre ella plebiscitaron en Buenos Aires a principios de agosto de 1990.

Más allá del resultado desfavorable a la reforma en aquella oportunidad, vale recordar que hubo decenas de miles de centímetros en los diarios y segundos en la televisión y la radio con una propaganda política (espacios pagados) dirigida a favor del sí. Poca por el no. Y hubo también mucho espacio para la opinión de periodistas —especialmente de los más influyentes como Bernardo Neustadt, Mariano Grondona, etc.— que en su mayoría estaban por el no y que abrían los medios para el debate. Ahí se entabló una guerra que repercutió en el ciudadano.

Toda una parafernalia reformista de propaganda asignaba soluciones milagrosas con una nueva Carta Magna... más trabajo, más comida e incluso una reelección. Por otro lado, la opinión de periodistas

influyentes, más el debate que propiciaban entre liberales e izquierdistas, se refería a la expropiación y a los nuevos impuestos que podrían imponer los municipios con su renovado poder. Acicateados por la propaganda a favor y la información en contra de la reforma, el pueblo decidió. Le dio el no a la propaganda y el sí a la información. La información de opinión tuvo mayor influencia que la propaganda, a pesar de que los políticos creían que esta última haría todo el trabajo de volcar el electorado a su favor. Se equivocaron. Creyeron que ideologizando a la masa la convencerían. Se olvidaron de la información educativa. Grave error.

Una encuesta post-plebiscito lanzada por Clarín auscultó que un alto porcentaje de los que votaron por el no y por el sí no sabían bien de qué se trataba. Se votó en contra de hombres y de partidos, de proyectos obsoletos. La gente está harta de propaganda, de promesas incumplidas. Quiere hechos concretos y que no se le mienta. Si le dicen que un producto es de chocolate, quiere que no sólo tenga ese aspecto sino que el sabor sea real, porque de lo contrario rechazará todo otro tipo de publicidad mentira que esa fuente emita. El público rechazó casi en un 80% que lo vuelvan a engañar. Tenía miedo de pecar de ingenuo, como tantas veces. La propaganda se transformó en contrapropaganda.

Ya Descartes lo enseñaba:

Y en ese rito democrático, la gente trató de ser, por una vez, inteligente. En democracia el público quiere participar y no ser manipulado por las autoridades de turno. A todos les hubiera gustado participar y debatir sobre la reforma más que simplemente votar por un proyecto. Por eso los empresarios le pagaron al diputado Alberto Albamonte una campaña por el no.

Jean Lacroix se refería a las debilidades de este sistema:

Límites al poder

Esa experiencia reciente es muy buena para los hombres que se dedican a las comunicaciones y a la elaboración o modificación de imágenes, ya que se prueba una vez más que la propaganda por poderosa que sea y “aunque aliente la certidumbre de la victoria —como decía Jean-Marie Domenach— puede ser detenida por una propaganda bien organizada en sentido contrario”. ¿Cuál fue la otra propaganda? La pura información, aunque en este caso con opinión.

Clara Mariño en El Cronista Comercial (7-08-90) al hablar sobre la influencia de los medios dijo que:

Eso sí es democracia moderna, afirmaba.

Sobre los límites que la prensa les ha puesto a los partidos, el sociólogo Edgardo Catterberg, próximo al radicalismo, expresaba que la presencia de los medios masivos debilita la máquina de los partidos. El liderazgo político ya no se comunica a través de la estructura partidaria sino por diarios, radio y televisión. Los periodistas más destacados, como Neustadt y Grondona, no sólo opinaban e influenciaban por el no, sino que también abrieron toda su estrategia ante políticos que los querían sindicar como los irresponsables de la reforma, tal el caso de Raúl Alfonsín, quien tildó a los medios de “terroristas ideológicos”, y de Carlos Grosso, que les endilgó la "bosta".

No podemos decir que todos los que opinaron en el plebiscito lo hicieron en forma consciente. Lo hicieron, muchos, a base de lo que los periodistas sindicaban como mal y bien. Se votó en contra de políticos con imagen desgastada y de proyectos de vida considerados obsoletos. Al menos así lo hacían

ver los comunicadores.

Al individuo le cuesta mucho trabajo formarse una opinión. Es incluso raro que intente tener un juicio propio, aun en aquellos asuntos que le son accesibles aunque un poco confusos como éste. Entonces comienza a tomar referencias en el grupo social en que vive, en los diarios, en los amigos, en el hogar. Jean Stoetzel decía que:

Domenach cita en La Propaganda Política que para Sigmund Freud no hay instinto primario; el mundo del individuo se circunscribe a un pequeño grupo de hombres que han adquirido ante sí mismos una importancia grandiosa. Esto lo confirmó la consultora Gallup: “la tendencia de la mayoría a seguir lo que los psicólogos llaman la impresión de la totalidad debe ser interpretada como la tendencia a seguir, no la opinión del conjunto de la Nación, sino del pequeño grupo íntimo que representa el mundo bien delimitado del elector”.

Obviamente, el comunicador Bernardo Neustadt, sindicado en distintas épocas como el más influyente periodista de la Argentina, fue el referente del no, detrás del cual se encolumnó una gran parte de los plebiscitados. Aunque no guste esta realidad, Neustadt, el periodista más viejo y mirado que aparece en el living de casa detrás de una pantalla, en el taller con la radio y en la oficina con los diarios, estaba al tope del ranking de influencias sobre la opinión pública según una encuesta de ese entonces realizada por el Estudio Kolsky. El programa de mayor influencia era, según el sondeo, Tiempo Nuevo. Ocho de cada diez entrevistados lo destacaban como el periodista más influyente. Su escolta era Mariano Grondona.

Sin influencia

En ese caso, no estamos hablando de que el periodismo de opinión haya servido para manipular a la gente. Para nada, porque la opinión pública hubiese rechazado de plano esa información, como Descartes lo afirma. Los periodistas, como Neustadt y Grondona, no trataron de influir en la opinión invadiendo injustificadamente la autonomía personal, sino que influyeron en fuerzas colectivas.

Decían los periodistas que votar por el sí de la reforma era retrotraer al país a un sistema social que hasta ahora nunca dio pruebas ni dará garantías de mayores fuentes de trabajo y, por ende, de bienestar general. Esa lectura objetiva de la realidad nacional de los últimos tiempos bastó. Por otro lado, la propaganda apuntó a una Argentina nueva, con un flamenco proyecto que proveería la posibilidad de una reelección política con más riqueza para el futuro. Esa lectura no bastó. Así de simple.

La mayoría de la gente votó por el no. Su tendencia fue a embanderarse con su grupo íntimo, en este caso el de los periodistas más influyentes con los que pasa horas diariamente en el living de su casa. Una vez más el poder de los periodistas sirvió para que aquéllos que esgrimen el poder público sean sometidos a un firme escrutinio. Eso es democracia moderna. Neustadt fue consciente de su influencia: en su primer comentario después del plebiscito comenzó su columna en el Cronista Comercial (6-08-90) diciendo: ¡qué rating tuvo el no!

CAPÍTULO XI

EL ESPEJISMO DE LA BUENA IMAGEN, LA CREDIBILIDAD Y LA INVESTIGACIÓN

LA COMUNICACIÓN HORIZONTAL

El futuro de los medios de comunicación social se visualiza sobre una temática más humana, dirigida al individuo y no a la masa. Los medios deberán adaptarse a los nuevos tiempos y, sin obnubilarse por los acelerados cambios tecnológicos, tendrán que fortalecer la relación de calidad con sus dos grandes cuentas del patrimonio comunicacional: el público externo, como consumidor, y el público interno, como productor. La tecnología (satélite, láser, etc.) debe ser sólo un instrumento para agilizar, aumentar y hacer crecer cálidamente el mensaje entre el medio y la audiencia, en un proceso más humano, directo, persona a persona.

Los medios deberán ser interactivos, en una suerte de diálogo retroalimentado con el público. Siguiendo una tendencia mundial, los medios argentinos fueron acomodándose a los cambios tecnológicos. La electrónica, a precios más accesibles, fue dando paso a un periodo de high tech en el que es usual la recepción informativa por satélite, lo que ha convertido al mundo en una aldea global. Sin embargo, en este periodo de recambio interno, poco se hizo y se pensó sobre la nueva valoración del público externo. No hubo tiempo. Ahora, en el reacomodo, se debe pensar en la comunicación horizontal, en el estudio de las conductas de la audiencia y en la investigación periodística.

Sucede que los medios suelen ser serios o, mejor dicho, muy institucionalistas. Las noticias se originan a menudo en fuentes oficiales y es costumbre de muchos hombres de medios considerar que lo importante, o la información más sobresaliente, se origina en el vértice superior de una estructura verticalmente piramidal.

La tendencia de las últimas décadas fue la preocupación por ganar la credibilidad de los públicos, a través del acercamiento a la verdad, por medio de la confrontación de las fuentes; objetivo por demás alentador para revertir la lamentable crisis de confiabilidad que atraviesa el periodismo a nivel planetario. Sin embargo, la preocupación sigue siendo también la de revertir la pirámide en el criterio de selección y valoración de las informaciones.

Se trata de que la mayor cantidad de gente, sobre todo aquellos silenciados de siempre, tengan la más amplia participación posible. Así, los medios dejarán de comunicar de arriba abajo, para ser más comunicativos horizontalmente. Se necesita dar paso a grandes proyectos periodísticos, asentados sobre la base de la investigación. La comunicación horizontal no es solamente la participación del público en cartas al director o en premios televisivos vía teléfono, sino en investigaciones periodísticas de donde pueda aprender, pensar y valorar. Que realmente sea el sujeto y no el objeto de la información. Tampoco se trata de que, ante la investigación de la audiencia, se le dé a ésta lo que quiera, porque los medios también tienen la función de ser vehículos educativos y orientativos, y no dedicarse excesivamente al mero entretenimiento.

LA INVESTIGACIÓN

La comunicación horizontal es investigación. El tema de las figuritas repetidas en los medios se debe a la falta de descubrimientos noticiosos, porque no se investiga. La culpa no se la puede endilgar exclusivamente a alguien, ya que, por un lado, los medios en esta etapa económica de la Argentina no pueden disponer de suficientes fondos para la investigación y, por el otro, en este país no hay una cultura de la investigación.

John Ullmann, periodista norteamericano que en 1990 accedió al premio Pulitzer por trabajos investigativos sobre incendios intencionados en un pueblito de su país, expresaba que:

Con esto, Ullmann da a entender que la investigación es necesaria para que el comunicador eduque, oriente, denuncie y haga pensar al público, y no para que piense por él; para que el sujeto se sienta frente al mundo, capaz de someterlo y no para ser sometido por él. Se trata de no opinar para influir, sino de informar para formar.

Para revalorizar al periodismo, para que no desaparezca ni pierda su identidad, se debe volver al periodismo duro (investigativo), como dice el español Martínez Albertos, porque si no se "puede producir la muerte por asfixia del periodismo". Se estima que un comunicador, para ser tal, debe profundizar en los hechos e investigarlos, aunque no todo sea para publicarse. No se puede transmitir sin conocer. No se puede educar sin aprender.

Sin esta toma de conciencia sobre la investigación para llegar a una comunicación horizontal, los adelantos técnicos que incorporen las empresas serán estériles. La calidad informativa en los medios no está ligada a las nuevas tecnologías, sino —como decía Giner— a los equipos humanos. Las ventajas radican exclusivamente en los hombres, en el rigor del trabajo, la creatividad, la imaginación y la investigación. La calidad de una empresa se visualiza por su patrimonio humano. La tecnología es lo accidental de los tiempos. Las mentes son lo sustancial.

Para lograr la tan mentada comunicación horizontal, para invertir la pirámide informativa y lograr un proceso persona a persona, se necesita una verdadera cultura investigativa. Pero esta cultura no nacerá automáticamente en los medios. El sistema educativo es el responsable. Ahí es donde debe experimentarse el cambio porque, al fin y al cabo, el periodista es producto de ese sistema.

EL ESPEJISMO DE LA BUENA IMAGEN

En los últimos años, la mayoría de las encuestas que se han hecho sobre la imagen de los distintos grupos de poder en el país ubica a los periodistas como el grupo de mayor prestigio. Salvo excepciones, como la empresa Gallup, el resto de las consultoras que han hecho encuestas coinciden en que la imagen de los periodistas está por encima del clero, los empresarios, los políticos, los militares y los sindicalistas.

El Centro de Estudios Unión para la Nueva Mayoría realizó una encuesta (publicada en la revista "Gente", 18-06-92) que le da una imagen positiva a los medios de comunicación del 47,7% por sobre otras instituciones. La Iglesia Católica obtuvo el 46,6% de los votos positivos; las Fuerzas Armadas, el 37,2%; el empresariado, el 21,6%; el Poder Judicial, el 16%; los partidos políticos, el 14,6%; el Congreso, el 13,3% y los sindicatos, el 8,3%.

Este favoritismo en la imagen del periodismo nacional, en los últimos tiempos, seguramente está dado porque, en contraposición con décadas anteriores, el comunicador es más combativo. Se ha pasado de un periodismo pasivo a uno activo en la denuncia, aunque las denuncias no han provenido únicamente de la investigación propia del periodismo, sino de la reproducción de las denuncias que realizan los grupos de oposición de cada sector social. Ha ayudado también a este prestigio la cantidad de información cruzada que el público recibe, teniendo en cuenta la cantidad de nuevos medios independientes que existen, luego de que se privatizaran los canales estatales y de que la estabilidad económica cooperara para que se abrieran nuevos diarios y surgiera una enorme cantidad de radios de frecuencia modulada y de estaciones de televisión por cable. Las últimas denuncias de los medios sobre la corrupción en el gobierno han hecho que el prestigio aumente.

Cualquier observador se da cuenta de que el periodismo está en inmejorable situación y en el momento propicio para denunciar hechos de corrupción y asumir la responsabilidad de velar para que las instituciones democráticas funcionen correctamente y que nadie cometa excesos en contra de los intereses de los ciudadanos, amparándose en los privilegios que otorga el ejercicio de cualquier tipo de poder.

Sin embargo, el peligro para el periodismo sería que estas encuestas de prestigio se sobrestimen, porque se correría el riesgo de estancarse en el conformismo y no entrar a un periodismo más comprometido con la investigación y la verdad. Además, tampoco se debe confundir el prestigio con la credibilidad.

Sucede también que, si bien el periodismo tiene mejor imagen que otros grupos, su prestigio no es absoluto. Es decir, como el público argentino ya es bastante escéptico de las instituciones, vota a favor de los comunicadores por el gran desgaste de los otros sectores. Y ello indicaría que, en el desprestigio generalizado, sobresalga el periodismo por tener un poquito de mejor imagen y de credibilidad que los otros grupos.

Porque, si los medios tienen un 47,7% de imagen favorable, un 52,3% no opina lo mismo ni le da al periodismo ese prestigio ni esa confianza. Esta parte pesimista de las encuestas es lo que en otros países alerta a los comunicadores y es la preocupación de estudio constante que lleva a que el periodismo, sin subestimarse tampoco, se replantee su posición en la sociedad. Por lo pronto, el periodismo nacional debería mirar con mayor atención ese 52,3% y no dejarse subyugar por el espejismo de la buena imagen.

Tal espejismo es también lo que obnubila a las consultoras y a los medios que hacen y piden encuestas de imagen, porque distinta sería la historia y mucho más provechosa si los sondeos estuvieran destinados a obtener las críticas del público hacia los medios, para poder corregir los errores. Lo único que permiten estas encuestas de imagen es que el periodismo se sobrevalore y adquiera un halo de poder, espacio que no necesariamente debe ocupar para cumplir la tarea que la responsabilidad social le demanda.

DESCONFIANZA

Una encuesta realizada por “El Liberal”, en febrero de 1990, sobre el periodismo santiagueño, arrojó datos que corroboran la reacción mundial de la sociedad ante la prensa: la falta de credibilidad. Los resultados en Santiago, obvios si se los toma dentro del contexto de la crisis planetaria que sufre el periodismo, golpearon de frente a muchos periodistas que creían que la sociedad algo les debía por su trabajo.

Un 60% de los entrevistados afirmó estar desinformado y mal informado, y acusó como causas: el compromiso político y económico de medios y periodistas, la omisión de hechos, la falta de objetividad y el soborno en la profesión, entre otras cosas.

Algunos de estos motivos de descrédito que se observan en otras latitudes motivaron un estudio patrocinado por la Asociación Norteamericana de Editores de Diarios (ASNE) en 1985, que arrojó las siguientes conclusiones: muchos periodistas infravaloran las demandas informativas del público; sobrevaloran el deseo de la gente por el sensacionalismo; rechazan el criticismo de los lectores sobre los periódicos; se muestran arrogantes en su trabajo informativo; reconocen estar alejados del sentir de sus lectores y mantener valores diferentes; rechazan la investigación de audiencias como instrumento para incrementar su conocimiento de las reacciones y deseos del público; están desarraigados de sus comunidades y son cínicos acerca de la sabiduría popular.

Durante el tercer encuentro de periodistas latinoamericanos, celebrado en Buenos Aires en 1988, el investigador en comunicaciones Juan Antonio Giner reveló que:

Con el caso Watergate, el periodismo mundial obtuvo, a partir de 1973, mayor confiabilidad, a pesar de que en esos años se hablaba estrictamente de un periodismo objetivo. Sin embargo, con el discurso de Aleksandr Solzhenitsyn (Harvard, 1978) sobre la superficialidad y precipitación de la prensa, renació la desconfianza hacia el periodismo.

El Centro Nacional de Investigación de la Opinión Pública de EE.UU., en 1976, especificaba que sólo el 29% de la población tenía gran “confianza en la prensa”, pero diez años después, en 1986, esa credibilidad había descendido al 13,7%. Durante esas encuestas quedó determinado que otras instituciones (científicos, banqueros, etc.) gozaban de mayor confianza del público, aunque los periodistas estaban adelante, en prestigio, de la burocracia estatal y de los legisladores.

En 1981, otra encuesta de Gallup señalaba que sólo 3 de cada 10 personas creían en la honestidad de los periodistas. Situación todavía peor en Europa, donde una encuesta de Mori publicada en el “Sunday Times” de Londres demostraba que sólo 2 de cada 10 entrevistados pensaban que los periodistas dicen la verdad. En 1983, una encuesta de “ABC News” y el “Washington Post” demostraba que el 73% del público pensaba que la televisión se concentraba demasiado en las malas noticias, omitiendo las buenas.

EXACTITUD Y VERACIDAD

Otros opinaron que los niveles de precisión informativa eran cada vez más bajos. Y si en 1958 una encuesta de Gallup indicaba que para el 70% de la gente las noticias de la prensa siempre, o casi siempre, eran “exactas”, lo cierto es que un sondeo de opinión en 1986 indicó que sólo el 41% reconoció la exactitud de los periodistas.

Sobre la credibilidad de los periódicos, la ASNE publicó en 1985, sobre la base de su investigación, que:

Exactitud y veracidad fue lo que reclamaron los argentinos a los medios de comunicación en una encuesta efectuada por la Fundación Noble en este país, en 1987, sobre la credibilidad en los medios de comunicación. A igual conclusión se arribó en los sondeos del mismo tipo efectuados, ese año, en EE.UU. por la Sociedad Americana de Editores de Periódicos y el Centro Gannett para el Estudio de Medios.

Se pedía más exactitud y veracidad o, dicho de otra forma, se exigía que la información fuera más documentada e investigada. Se deducía que los ciudadanos creían más en los medios con información apoyada por datos objetivos, que en aquellos donde abunda la mera intuición. Ocurre que se privilegia mucho a las palabras y poco a los datos.

Mucho verso, pocas cifras. Mucho relato, poca demostración. Muchas entrevistas, poca confrontación de fuentes. Mucho trabajo, poco esfuerzo. Mucha opinión, poca interpretación. Mucha intuición, poca investigación.

ENTRE LA ÉTICA Y LA CREDIBILIDAD

Una de las causas del descrédito que sufre el periodismo a nivel mundial es la crisis moral por la que atraviesa la profesión, en un contexto de crisis global que afecta a todas las profesiones. Monseñor Estanislao Karlic advirtió, en noviembre de 1990, que:

La falta de confianza en los medios y periodistas es manifestada continuamente por algunos funcionarios. El presidente Menem, el 6 de ese mes y año, dijo que nunca hubo tanta libertad de prensa en el país, aunque advirtió que el Estado se debe defender cuando “se miente mucho, se tergiversan las informaciones y no se informa objetivamente”. También el sindicalista Lorenzo Miguel, después de la reunión en Olivos con el Presidente y Saúl Ubaldini, se negó a hacer declaraciones a la prensa “porque no le tengo confianza al periodismo que hace su propia interpretación de lo que yo digo”. También el Presidente, poco después de que se firmara el traspaso de ENTel a manos privadas, exhortó a los medios a que reflejen la realidad.

La falta de confianza en el periodismo no es criticada solamente por figuras públicas. Una encuesta realizada por Gallup en 1990 en el país, que tuvo muy poca difusión en los medios, reveló que el periodismo goza de menor credibilidad que el Parlamento. Ello connota que, si bien los avances tecnológicos aceleraron y mejoraron el procesamiento de la información, poco se ha avanzado en el tratamiento ético de la misma.

Además, en reiteradas ocasiones, los medios sobredimensionan el valor de la información y de la simpleza noticiosa se pasa al espectáculo informativo, al sensacionalismo. Género en el que se busca destacar hechos para confundir, exagerar para mentir y exaltar para vender. Incluso inventando noticias, globos de ensayo o cortinas de humo, se cae en la búsqueda del éxito cuantitativo, que no es otra cosa que el abuso de la tan mentada libertad de expresión.

Muchas veces, lo que es peor, trasciende en la sociedad que tanto periodistas (amparados en la famosa frase de que "la plata no alcanza") como propietarios se venden a los intereses del mejor postor, transformando la noble acción comunicativa en un burdo acto al servicio de la propaganda.

Eugene Goodwin, en su obra A la Búsqueda de una Ética en el Periodismo, dice que:

Tentados por el poder. En un panel sobre la credibilidad en el periodismo, convocado por la Fundación CEMES en septiembre de 1990, Mariano Grondona atribuyó la desconfianza de los medios, haciendo salvedades de empresas y periodistas, a la crisis moral:

En esa misma mesa, Magdalena Ruiz Guiñazú advirtió que:

DIARIO, RADIO Y TELEVISIÓN

En julio de ese año, a pedido de y publicado por la revista “Humor”, fue realizado un estudio sobre la credibilidad de cinco diarios argentinos por el Centro de Estudios Superiores de Periodismo de Investigación. En una muestra de 501 personas, “La Nación” resultó ser el diario más creíble con un 69,4%; seguido por “Clarín” con un 51,1%; “Ámbito Financiero” con 49%; “Página/12” con un 42,3% y “Crónica” que obtuvo también el 42,3%.

Las hipótesis arriesgadas trataron de demostrar que los encuestados, por convicciones o prejuicios, dividirían estos medios en tres grupos: independientes, ideológicos o de opinión, y sensacionalistas. Se explicó que en el primer sector encuadrarían a “Clarín” y “La Nación”. En el segundo a “Ámbito Financiero” y a “Página/12”. En el tercero a “Crónica”.

En la muestra publicada por “Humor” se advertía que de esa supuesta independencia surgiría la mayor credibilidad, amplia, de “La Nación”, seguida por “Clarín”. “Ámbito Financiero” representaría intereses ideológicos, al igual que “Página/12”, aunque contrapuestos. En el caso de “Crónica”, el descrédito señalado por la encuesta era previsible, aunque no debe desestimarse una alta cuota de prejuicio, pues es probable que muchos de los encuestados no hayan leído ese diario siquiera una vez.

Por otra parte, una encuesta realizada a principios de 1992 por el Centro de Estudios Unión para la Nueva Mayoría (DyN, 21-03-92) en Capital Federal y el Gran Buenos Aires, entre mil personas, adjudica a la radio la mayor credibilidad entre los medios de comunicación y a la televisión la menor, a pesar de que ésta es apoyada con fervor por las mujeres.

El muestreo indicó que difiere fundamentalmente el sentido de credibilidad de un medio entre los habitantes de la capital y el Gran Buenos Aires, presumiblemente por los distintos niveles socio-económicos. En la capital del país, por ejemplo, el medio escrito es el más creíble con el 40,9%; la radio lo sigue con el 39,3% y la televisión con el 19,8%. Mientras que en el Gran Buenos Aires, la radio tiene el 36,1% de credibilidad, los gráficos el 29,9% y la televisión el 34%.

La discriminación realizada por los encuestadores también muestra que las mujeres confían más en la televisión y la radio que en los medios gráficos, mientras que los hombres prefieren las radios y las revistas. La credibilidad de los medios por sexo muestra, entre los varones, un 54% para los gráficos, un 49,6% para la radio y un 45,2% para la televisión. Las respuestas femeninas, en cambio, dieron un 54,8% para la televisión, un 50,4% para la radio y un 46,1% para los medios gráficos.

En el aspecto educativo, el instituto auscultó que, entre quienes tienen nivel primario, la mayor credibilidad está centrada en la televisión con el 63,5%, seguida por la radio con el 53,7% y los medios escritos con el 31,8%. En el nivel secundario, los medios gráficos tienen el 43,2%, la radio el 34% y la televisión el 27,7%. Finalmente, en el nivel terciario o universitario, los medios gráficos tienen el 25,2%, la radio el 12,3% y la televisión apenas el 8,8%.

REVERTIR LA IMAGEN CON LA INVESTIGACIÓN

Para ganar mayor credibilidad, no sólo basta seguir emitiendo o publicando las denuncias de los distintos grupos, porque éstas, a veces, terminan siendo desmentidas por los mismos generadores. Se trata, en todo caso, de que los medios realicen investigaciones propias, lo que permitirá una mayor exactitud y veracidad.

Se trata de no intuir demasiado ni de opinar subjetivamente, sino de interpretar objetivamente los hechos a través de datos complementarios y antecedentes que ubiquen al ciudadano ante una información educativa y orientada para que él piense, no para que se piense por él. No se trata de opinar para someter al lector, se trata de interpretar para liberarlo.

Pérez Gaudio decía que:

Desgraciadamente, mucho más espacio en los medios argentinos han conseguido los periodistas intuitivos que los investigativos. Cuatro entrevistados debaten frente a un micrófono y ya se estima que la misión periodística se está cumpliendo. Así se habla jactanciosamente de la influencia que ejerce Bernardo Neustadt sobre el Presidente y, de esta forma, se sigue creyendo que el cuarto poder (luego segundo y ahora primero) debe ejercerse sobre la base de la influencia y no de la educación de la opinión pública.

En contrapartida de este periodismo intuitivo, Desantes Guanter advierte en Teoría y Régimen Jurídico de la Documentación que el derecho y deber a la investigación informativa son facultades inseparables del derecho a la información; y Martínez Albertos sentencia que se debe volver al periodismo duro (la investigación), porque de lo contrario se puede producir la muerte por asfixia del periodismo.

Haciendo un parangón con la confianza que el periodismo despierta en otras latitudes, uno de los secretarios de redacción de Télam, Pablo Babini, explica que, sin caer en la idealización de Europa o de los Estados Unidos:

En un seminario de la SIP realizado en Lima, Perú, en 1990, sobre Periodismo de Investigación, se reflejó que existe un abismo entre los métodos y hábitos de trabajo que se practican en Latinoamérica y en los Estados Unidos. La disponibilidad de medios económicos y tecnológicos no es la única causa.

En aquel país, esa actividad iniciada en la década de los sesenta se aproxima a una labor policial o de comisión parlamentaria investigadora; en cambio, en Latinoamérica surgió posteriormente y, en algunos casos, como una moda que por lo general produjo informes o largas exposiciones, pero no un genuino periodismo investigativo. Este tipo de trabajo, calificado como solitario, tedioso, frustrante, costoso, riesgoso, de largo aliento y que demanda un alto componente ético, a veces no es fácil ponerlo en práctica, sobre todo cuando la sociedad argentina no tiene una cultura investigativa y el periodista es fruto de esa sociedad.

La investigación es un hábito de trabajo y, si ésta no se enseña desde la niñez, difícilmente pueda ejercerse. Lamentablemente, la investigación en este país está desjerarquizada. Desde los científicos, que no poseen los instrumentos ni el presupuesto necesarios, hasta la falta de incentivos en las escuelas para aprender mediante la búsqueda y consulta de diversos autores.

Se prefiere la enseñanza textual a través de libros que a veces hasta son impuestos por los mismos sistemas educativos. Estamos acostumbrados al autoritarismo del libro de turno. Lo mismo pasa en las universidades: no hay formación investigadora, todo es memorizar textos o, a lo sumo, la mera práctica empírica de un oficio.

Si el aprendizaje de los métodos y técnicas de investigación no viene incorporado desde la infancia, es muy difícil que el comunicador despierte espontáneamente al fascinante mundo de la investigación. Los medios más prestigiosos del mundo han llegado a serlo por sus notas de profundidad, pero el periodismo de este país se caracteriza por la chatura, como decía Enrique Vázquez en la revista “Sur” en julio de 1990:

Babini sentencia con pesimismo, aunque con esperanza, que:

Las dificultades para la investigación en los medios son muchas. Una de ellas es la económica. Pocos medios podrían disponer de personal libre que trabaje días o meses sobre un hecho para luego sólo cubrir una octava parte de página o dos minutos de noticiero. Otra dificultad es la manipulación u ocultamiento de información por parte de las fuentes. En este país, donde muchos funcionarios privilegian las etapas electorales más que los proyectos estadistas de proyección futura, es obvio que tapen la información para que ésta no se vuelva en su contra.

Tampoco se puede pensar que el periodista sea un perito en todas las materias. El diario “La Opinión”, en su momento, fue el que interpretó el fenómeno y el primero en contratar a profesionales de diversas disciplinas para su redacción. Después de veinte años, hoy se observa que casi todos los medios cuentan con especialistas para hablar con mayor rigurosidad científica sobre medicina, economía, etc., y que varios periodistas se especializan en un solo tema. Se deduce de ello que un comunicador, para ser tal, debe al menos profundizar en los hechos, investigarlos, aunque no todo sea para publicar. No puede transmitir sin conocer. No puede educar sin aprender.

EFECTOS DESEADOS

Es cierto que, si los medios de comunicación no asumen su responsabilidad como críticos frente a la sociedad, los pocos cambios que se han ido consiguiendo hasta ahora ni siquiera habrían existido. Aunque lo frustrante para los periodistas es que son muy pocas las veces en que, detrás de miles de centímetros de composición, se consiguen los efectos deseados. El desaliento cunde cuando el periodista observa que las denuncias sobre la corrupción no prenden ni en el gobierno ni en la opinión pública. ¿Entonces para qué invertir tanto esfuerzo económico y humano?

Sin embargo, no debería preocupar el hecho de que la investigación periodística no consiga el efecto deseado, ya que la misión del periodismo no es cambiar directamente las cosas, sino simplemente inducir el cambio educando y orientando a la opinión pública. Los estadounidenses Bolch y Miller, en su libro Investigación y Reportajes Profundos, manifiestan que los periodistas sólo pueden indicar lo que necesita ser cambiado. El cuarto poder no promulga leyes, no hace cambios en las normativas ni prende al culpable por el pescuezo para ingresarlo en la cárcel. Su labor informativa se agota con la publicación de sus mensajes, y los efectos que deriven de ellos no debieran incumbir, ni tampoco afectar, a los profesionales de los medios.

Sin esta responsabilidad de la investigación por parte de los periodistas, de nada sirven los adelantos técnicos que incorporen las empresas. El periodismo sigue siendo una misión, una profesión eminentemente humana, y las máquinas sólo son útiles como instrumentos para acelerar y mejorar la comunicación.

Giner dice que hay que convencerse de que la calidad informativa en los medios no está ligada a las nuevas tecnologías, sino a los equipos humanos. Las ventajas radican exclusivamente en los hombres; en el rigor, la creatividad y la imaginación:

CAPÍTULO XII

SENSACIONALISMO, EL ÉXITO CUANTITATIVO

LA INFORMACIÓN EN POS DEL ESPECTÁCULO

“Paul, el exhibicionista, se suicidó en el Parque Central”; “Monja violada por ateos quedó embarazada”; “Perro vagabundo comía carroña de niño descuartizado”, son sólo ejemplos de los titulares que algunos periódicos y revistas usan espectacularmente con tal de atraer al lector a cualquier costo. Además, parte de la televisión y la radio usan los mismos argumentos sensacionalistas y exagerados para atrapar al público.

Periodistas que, entre fingidos jadeos, narran minuciosos detalles morbosos capaces de competir informativamente con las películas de Stephen King. Así, el espectador nunca sabe si se trata de un noticiero de televisión real porque, confundido y aturdido, observa el mismo guión que en una película de suspenso. De esta forma, se sobredimensiona el valor de la información y de la simplicidad noticiosa se pasa al espectáculo informativo, al sensacionalismo.

Éste, que es una forma de corrupción en el periodismo, no busca otra cosa que destacar para confundir, exagerar para mentir y exaltar para vender. Este fenómeno no es otra cosa que la exageración del valor informativo de la noticia, y uno de los pecados más atroces que tiene el periodismo moderno. Porque, así como se defiende la libertad de prensa, se debe interpretar que en el sensacionalismo se cae en el abuso de esa libertad, por cuanto en reiteradas oportunidades se dañan sentimientos morales y religiosos.

Gabriel Jaime Pérez (en la revista “Chasqui” - CIESPAL, abril de 1992) dice que:

Al periodismo le toca una alta cuota de responsabilidad cuando informa sobre hechos violentos, porque esos sucesos, brindados en forma dramática, exhaustiva y acelerada, no hacen otra cosa que crear zozobra, inseguridad e incertidumbre en la ciudadanía. Cuando existe irresponsabilidad en el tratamiento de los temas, el periodista puede fácilmente caer en el espectáculo que lo incita al empleo de técnicas amarillistas como la exageración, la exaltación y la mentira. Aunque no mienta, el hecho de exagerar la importancia de un suceso desgasta la comunicación, por cuanto afecta el derecho del público a ser bien informado.

Así, el sensacionalismo o prensa amarilla tiene como objetivo fundamental impactar el sentimiento del receptor más que despertar su razonamiento reflexivo y crítico. La exageración de las noticias a través de titulares impactantes, fotografías escalofriantes, imágenes sangrientas o relatos morbosos, no es justamente la expurgación o la catarsis de la violencia a través de los medios, sino la búsqueda del exagerado beneficio económico.

En este fenómeno también influye el ansia de espectacularidad del receptor que, si bien desprecia y se queja públicamente de las manifestaciones periodísticas sensacionalistas, en su intimidad consume ese material haciendo subir marcadamente el rating de programas televisivos malintencionados y premiando con altos tirajes a alguna prensa escrita. Vieja es la anécdota de cuando en el país el lector aparentaba públicamente cierta seriedad en su lectura a través de “La Razón”, aunque dentro de ese

periódico escondía “Crónica”.

BENEFICIO ECONÓMICO

Desde que nació la prensa amarilla hasta ahora, su objetivo primordial fue lo económico. William Randolph Hearst, el editor norteamericano, sabía que una guerra hace vender periódicos. Fue en su diario, a fines del siglo pasado, donde se dio origen a la prensa sensacionalista (denominada también amarilla, porque contaba con páginas impresas de ese color y con la inserción de la historieta “Yellow Kid”), por haber alimentado un espíritu belicoso y violento durante la guerra entre España y los Estados Unidos.

Davis, en su columna Los Noticieros Derraman Sangre, Dolor y Lágrimas, de “Ámbito Financiero”, hacía un análisis de la situación de los canales televisivos, poco después de que fueran privatizados, refiriéndose a la proliferación de las noticias sensacionales porque:

En clara alusión a que nada se ha ganado con la privatización de los canales, explicaba que, como actualmente todo pasa por el rating, es el consumidor quien manda; y sentencia que si hay un número suficientemente elevado de espectadores que quieren sangre y lágrimas, las van a tener.

Brajnovic dice que el sensacionalismo de este tipo induce o puede inducir a la perversidad, excitando a la violencia, al odio, a la prostitución, allí también donde no existe. Hans Joachim Schneider, de la Universidad de Münster, afirmó que, al publicarse tantas informaciones violentas, se produce un clima de agresión dentro de la sociedad “lo que conduce a una peligrosa familiaridad de las personas con estos temas, considerándolos como algo habitual”. Incluso advirtió sobre el excesivo modo de destacar los suicidios, información que serviría como detonante para que otras personas se decidan a cometerlo.

Es por ello que el código de ética de los periodistas de Noruega dice que el suicidio y los intentos no deberán, como regla general, ser publicados. Mientras que el código sueco agrega que se debe tener gran cuidado en la publicación, particularmente por la salvaguarda de la intimidad y el respeto a los familiares, y para evitar infracciones que atenten directamente contra la vida privada:

LOS LÍMITES

Enrique Villalobos Quirós, en un seminario realizado para diarios en 1989, en Mar del Plata, decía que:

Como decía San Pablo, un hombre que no tenía pelos en la lengua, a sus discípulos: “Hay que decir la verdad con caridad, sin herir” (veritatem facientes in caritate).

El código de ética de Oregon (EE.UU.) explica que uno de nuestros cánones deberá ser que la compasión y la bondad sean consideraciones legítimas del periodismo en cualquier lugar, y que si el interés público o social parece ser mejor conservado por la supresión, podemos suprimir, pero que el motivo, en tales casos, debe ser siempre el interés público o social, y no el personal o comercial. Y acota que:

Ante los argumentos explicados, cabe decir que las culpas son concurrentes en cuanto al sensacionalismo, porque así como los medios lo difunden irresponsablemente, los consumidores íntimamente lo devoran. Aunque, es justo decirlo, a los medios les cabe la primera responsabilidad, por

ser justamente los que originan la exageración. Cabe entonces una pregunta: ¿puede el objetivo enaltecedor de la comunicación (la simple verdad) ser prostituida por el sensacionalismo, por esa desmesurada y espectacular exageración de lo económico?

TELEVISIÓN, EL ÉXITO CUANTITATIVO

Cuando un empresario quiere tener éxito, hay que identificar de qué clase: éxito de calidad o de cantidad. Producir y vender más a costa de cualquier artilugio, sin importar los efectos en los demás, es buscar el éxito de cantidad. Mejorar el producto y el servicio, y que el resultado económico sea el complemento de la acción desplegada, es querer el éxito de calidad.

En el caso de los medios masivos de comunicación social, el tema del éxito es más complejo aún. Ello se debe a que los medios no son sólo empresas que ofrecen productos y servicios, sino que por su función social influyen en conciencias, modifican conductas y refuerzan actitudes. A la empresa periodística, ante esa tremenda función en la sociedad, le cabe una mayor responsabilidad regida por sólidas pautas éticas.

Es fácil ser un empresario de éxito cuantitativo en los medios. Sólo basta con mostrar una política agresiva respecto del sexo y la violencia... y el resultado económico será la consecuencia. Al menos así pareciera que sucede particularmente con la televisión.

VIOLENCIA Y SEXO

La famosa carrera por el rating ha hecho que, en los últimos años, con el advenimiento de la privatización de la televisión, la competencia de los canales se fundamente en programas taquilleros en los cuales el sexo y la violencia están al orden del día.

Un sondeo sobre la programación total de cuatro canales de Buenos Aires que son vistos en el interior del país (Canales 9, 11, 13 y ATC), realizado por la revista “Noticias” entre el 27 de julio y el 2 de agosto de 1990, dio el siguiente resultado: se vieron 773 tiros, 380 muertes, 812 peleas, 247 golpes, 67 violaciones y 583 malos tratos, respecto de la violencia. En cuanto al sexo, hubo 44 relaciones sexuales, 60 referencias a la homosexualidad, 837 palabrotas, 345 desnudos y 160 alusiones al sexo. Todo ello en programas de ficción.

A más de dos años de ese estudio, la progresión no parece haber cambiado, al contrario. Lo que más deslumbra de todo este fenómeno es que justamente los programas con más sexualidad explícita son los más vistos. Todo el mundo se queja de la mala televisión, pero también casi todos se mostraron desairados cuando la actriz porno italiana y ex-diputada Cicciolina, en su visita a la Argentina, no mostró sus pechos en un programa nocturno. Ello quiere significar que el éxito cuantitativo de un empresario es también responsabilidad del público. Seleccionando un programa determinado, la opinión pública vota a favor de la continuidad de ese éxito.

Para contrarrestar este éxito, calificado de amoral por muchos, el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) alargó de 22 a 23 horas, a partir de septiembre de 1990, el horario de protección al menor. Esta medida no aportó mayores soluciones porque el sexo y la violencia aparecen más en el horario de 20 a 23 horas.

Según León Guinsburg, titular del COMFER, la medida estuvo destinada a poner límites a las emisiones con mensajes e imágenes explícitos vinculados con la sexualidad. Aseguró que, en los meses anteriores a esa fecha, “se ha producido un recrudecimiento de infracciones que sorprenden por su reiteración, atrevimiento y también por el manifiesto desparpajo y tono desafiante que suelen adoptar quienes las cometen”.

Lo sorprendente fue la respuesta que obtuvo Guinsburg de parte de Alejandro Romay, propietario de Canal 9. Tuvo algunas frases que realmente lo definieron como empresario de éxito cuantitativo: “Guinsburg no tiene templanza y se asusta cuando lo atacan las instituciones pacatas del país”, “está pasando por un momento difícil en lo erótico y sexual”, “la televisión argentina, en el contexto mundial, es una televisión para niños de diez años”, y sobre el programa de su canal, “Finalísima”, en el que algunas señoritas mostraban sus pechos, dijo que:

IRRESPONSABILIDAD

Evidentemente, lo que esa guerra de palabras dejó al descubierto fue la falta de responsabilidad de algunos empresarios y el aprovechamiento que hacen de los medios de comunicación para conseguir cantidades y no calidades. La televisión exige un gran cuidado en su mensaje, teniendo en cuenta la influencia que ejerce en el pensamiento, lenguaje y conducta de parte del público.

Es común escuchar que, quienes están tratando de que haya más responsabilidad en los medios, sean tildados de moralistas. Siempre se piensa que hablar de ética es retrógrado y que ello condujo a que este país y los vecinos siempre sean considerados de tercer tipo en el contexto de las naciones. Lo que no se sabe es que, en países más desarrollados como Estados Unidos, Inglaterra, Alemania o Francia, el debate sobre la ética de los medios y su responsabilidad social ante la programación de neto corte sexual y violento tiene más de medio siglo de vida. Aquí nosotros estamos en pañales y el sólo hablar del tema es convertirse en censor o moralista.

Esta cuestión del sexo y la violencia en la televisión será difícil de erradicar o regular con medidas que tiendan solamente a su prohibición en determinados horarios. No se trata de que haya censura, sino de concientizar a todos los sectores de la sociedad sobre los beneficios que acarrearía una autorregulación fundamentada en recomendaciones de ética profesional, actualmente inexistentes.

Según González Bedoya:

LAS “NOTICIAS VENDEDORAS” Y LA ÉTICA

Si bien es normal que los medios acudan a las noticias vendedoras, ello no quiere decir que sea lo correcto, ya que muchas veces la búsqueda del beneficio económico exagerado sólo lleva a transgredir valiosas pautas éticas de la profesión. Esta pasión de muchos medios por el éxito cuantitativo hace que el valor informativo de la noticia se exagere y que el mensaje, que debe estar regido por la verdad y la misericordia, se transforme en amarillo o sensacionalista. Así, la cantidad, en detrimento de la calidad y de la exactitud informativa, conlleva el peligro de abusar de la libertad de prensa que tanto se defiende.

Es entonces cuando las noticias vendedoras se consiguen a cualquier precio; y se redactan novelas y muestran fotos espeluznantes en las primeras páginas sobre la tercera autopsia del cadáver de María

Soledad, como hicieron algunos tabloides amarillistas, o se inventan novelas como la del diario “Córdoba” en aquel caso. Si bien esa maniobra en un primer momento lo ayudó a subir las ventas de 4.500 a 15.000 ejemplares, luego cayó estrepitosamente.

Quedó con ese caso comprobado que tampoco se debe subestimar al público, ya que en la carrera larga éste siempre detectará la mentira y preferirá darle rating al periodismo que se base, no en la exagerada y morbosa espectacularidad, sino en la información honesta.

Debido al derecho del público a la información, muchos medios creen que, por el sólo hecho de poseer una nota o una foto con exclusividad, la deben publicar. Sin embargo, les resta comprender que tanto el derecho a la información como la libertad de prensa tienen sus límites en el bien común. Todo hecho es digno de publicarse, a excepción de los que revelen la intimidad de una persona privada, porque de lo contrario se corre el riesgo de caer en la difamación, en la quita de la fama y de la honra, derechos inalienables del ser humano.

En algunos casos, por suerte en muy pocos, con la noticia vendedora de María Soledad, muchos perdieron de vista el daño moral que se les pudo causar a sus familiares y amigos. A modo de ejemplo, se lee en Moral Profesional de Antonio Peinador Navarro que:

“EL ÁRBOL CAÍDO”

No se trata de que los hechos se silencien, todo lo contrario; sino de que se publiquen con la mesura que corresponde. Poseer exclusividades sobre la pasada intimidad de Diego Maradona y revelarlas espectacularmente en el momento en que el árbol está caído y haberlas escondido (como el supuesto consumo de cocaína en su fiesta de casamiento en el Luna Park) durante la época brillante de apogeo, es no corresponder a un periodismo misericordioso.

Fue Monseñor Antonio Quarracino quien fustigó a:

Códigos de ética periodística de otras naciones explican que la compasión y la bondad son consideraciones legítimas del periodismo, y que si el interés social parece ser mejor conservado por la supresión, se puede suprimir, pero el motivo debe ser siempre el interés social y no el personal o comercial. Destacan que las publicaciones se deben conducir con justicia, amabilidad y misericordia.

La noticia vendedora del caso Maradona fue tratada con equidad por muchos medios, aunque otros, por el afán de una mejor comercialización de su producto, hicieron de la indiscreción su negocio. Se tejió todo tipo de argumentos, incluso algunos no muy prudentes que le sindicaban la adicción a la homosexualidad. Sin embargo, otros medios, sin poner las manos en el fuego, prefirieron la mesura, a pesar de que conocían los rumores y hubiesen podido publicarlos competitivamente hablando.

Así, con todo el dolor de haber sido también defraudados por un ídolo, se pusieron en resguardo de la discreción pensando, tal vez, en que el hombre comete errores y que se le deben dar nuevas oportunidades para restablecerse. A contrapelo del tentador éxito cuantitativo, prefirieron proteger el derecho del ciudadano a la vida íntima, a sabiendas de que la dignidad de la profesión exige respeto por la libertad ajena.

Brajnovic dice en Deontología Periodística que:

De ahí es fácil deducir que para los medios existe el deber de ocultación, siempre y cuando se trate de información que pueda dañar moralmente al público o a una parte de él, como a los adolescentes y a los niños. En ningún caso es ético lo que resulta contrario a las buenas costumbres, a la salud moral. Por tanto, la morbosidad, la pornografía y la vulgaridad expresiva son totalmente incompatibles con la profesión.

“INTELIGENCIA” E IDENTIDAD

Ante el caso Maradona, es posible que algunos sectores, como se especuló oportunamente, hayan querido desviar la atención del supuesto lavado de narcodólares, hecho en el que se involucra a la familia Yoma. Los artífices de la inteligencia son especialistas en cortinas de humo. Así, los medios exitistas agradecen la aparición de otra noticia vendedora y siguen tras ella haciendo el caldo gordo a los intencionados hacedores de imágenes.

Esto suele suceder cuando no existen noticias naturales, como podría ser una inflación mensual del cincuenta por ciento, que seguramente desplazaría del escaparate periodístico a las noticias espectaculares. A veces el negocio es perfecto. Los de inteligencia desvían la atención, los periodistas se cansan de un mismo tema (el cierre judicial del caso Swift-Yoma pasó casi desapercibido) y los medios deben proseguir con su nivel de audiencias.

Búsqueda del éxito cuantitativo, calificativo que también mereció el “New York Times” de parte de la opinión pública al ser acusado de competir con los tabloides amarillos neoyorquinos por una mejor circulación, al publicar la identidad de la mujer supuestamente violada por un Kennedy. Si bien la cadena televisiva NBC dio primeramente el nombre de la víctima, la mayoría de los medios no lo brindó, escudándose en la tradición de la prensa de no divulgar, porque “desafortunadamente la sociedad todavía tiende a ver el delito de violación como una manera de culpar a la víctima”.

“A veces es una estrategia de la defensa... atacar la credibilidad de la víctima, en vez de analizar los hechos del incidente”, decía sobre el caso Rosemary Dempsey, de la Organización Nacional de Mujeres de aquel país. Dar los nombres de las víctimas de violación sería contraproducente porque “podría provocar una severa disminución de denuncias, única arma para combatir ese delito”.

HÉROES Y VEDETTES

La rebelión carapintada de principios de diciembre de 1990, ya comentada, también tiene otra lectura. Hubo periodistas que, tratando de arrogarse la calidad de héroes, aprovecharon para vivir su anhelado sueño de convertirse en parte del celuloide y asemejarse a los corresponsales de guerra de “El Salvador”, “Pelotón” y otras tantas películas. La diferencia es que aquellos periodistas no daban signos de competencia con otros medios, como sucedió aquí.

Fue común escuchar por televisión: “ATC, el único medio que informa desde el Congreso”, “TELEFE más cerca que otros canales de la línea de fuego”, “Canal 13 con la primicia”, “Canal 9 difunde a todo el país y gracias amigos de Chile, Uruguay y Paraguay”. Las radios también tuvieron lo suyo. La gente quería saber si los sediciosos se rendían y no escuchar a periodistas que se arrogaban ser los mejores.

En algunos periodistas la imprudencia resultó lamentable, pues preguntaban a algunos leales qué hacían cuando éstos estaban parapetados en los muros del Regimiento de Patricios. Otros se mostraron muy frívolos y subjetivos cuando relataban que los uniformes verdes de los leales se confundían con el follaje, y que los sediciosos del edificio Libertador estaban a metros de la espalda del sillón presidencial de Carlos Menem. Otros no distinguían la diferencia entre un avión bombardero Mirage y un avión de transporte, o un fusil FAL con una ametralladora liviana. Aunque cabe resaltar que fueron contados los periodistas que intentaron erigirse en héroes nacionales.

También hubo periodistas vedettes. Romay, de Canal 9, fue uno de ellos. Como un periodista más, entablaba diálogos con funcionarios en los cuales destacaba el valor de la democracia y le preguntaba al gobernador de Entre Ríos, Jorge Busti, “Jorge, ¿cómo está tu mujer?”, mientras su partenaire, Silvia Fernández Barrios, hacía poco por esconder su nerviosismo ante las noticias escalofriantes de las bajas. Tampoco Romay estuvo muy lúcido cuando dialogó con Julio Ramos de “Ámbito Financiero” y le dijo: “Julio... debemos estar al frente como periodistas por la gravedad de los hechos...”.

De todas formas, cabe resaltar que las imprudencias periodísticas son propias de la inexperiencia. Evidentemente, un corresponsal de guerra o un comunicador especializado está preparado psicológicamente y tiene conocimiento para afrontar hechos inéditos y sorpresivos como los de aquella rebelión. Por lo tanto, más allá de algunas deficiencias, la sublevación fue cubierta y tratada valientemente.

Incluso los periodistas de interiores de noticieros tuvieron sus dificultades cuando se trataba de ordenar el material confuso y desordenado que llegaba de las decenas de cronistas que estaban cubriendo en exteriores. Unos cuarenta días antes de ese episodio, la prensa publicó una carta de Seineldín en la que se dirigía a Menem. Se difundió antes de que el Presidente la leyera, lo que deja traslucir que fue un artilugio propagandístico del ex-coronel. El panfleto del carapintada adelantaba que, a corto plazo, se iban a producir “acontecimientos imprevisibles para el país”. Y ante este hecho, cabe la pregunta: ¿hizo bien la prensa en publicar esa carta? O simplemente, debido a la competencia de la primicia, ¿no se apresuró y se convirtió así en una prensa manipulada? ¿Qué responsabilidad les cabe a los medios en estos casos? ¿Fue la carta de Seineldín un panfleto o una información que se debía publicar bien destacada?

ACOSADOS POR LA “CAJA DE IMÁGENES”

Mucho se habla del acoso sexual en los medios de comunicación, pero poco se dice sobre el acoso que éstos perpetran contra la opinión pública. Como la moda llega siempre del norte, el tema del acoso sexual del juez Thomas, denunciado a fines de 1991 por Anita Hill en EE.UU., repercutió en el país manchando a varios personajes de la farándula, como a Ante Garmaz, quien fuera denunciado por acoso sexual por Atilio Veronelli durante el programa “Indiscreciones”, conducido por Lucho Avilés (18-11-91), aunque luego se haya retractado públicamente mediante solicitadas (22-05-92) en los diarios.

Aunque las denuncias y el debate del tema hayan sido muy interesantes, no dejan de ser simplemente la parte flotante del témpano. Lo superficial, lo que se ve. Hay una parte más profunda y que involucra a los medios de comunicación, especialmente a la televisión, y que se disimula en el debate de los medios. Se trata de los mensajes sexuados y violentos que irrumpen en el living de cada casa, a

cualquier hora, sin respetar a los más desprotegidos: los más pequeños, los más influenciables, a pesar de un inservible e incumplido horario de protección al menor. La imagen erótica y de venta de la mujer, el placer del sexo exento de amor, las escenas de extrema violencia y morbosidad... son algunos de los conflictos más comunes que los niños absorben con total pasividad. De esta forma, la caja de imágenes los acosa, los moldea, los educa.

Una de las primeras denuncias sobre el acoso que proviene de los medios fue hecha por la Liga de Amas de Casa, en un documento de principios de noviembre de 1991, al sostener que a diario y a cualquier hora, los medios introducen en los hogares un mensaje que se relaciona con el sexo, con todo tipo de perversiones, violencia, exhibicionismo y chabacanería, y al advertir que se "desvía la sana evolución sexual de nuestros hijos, con imágenes que perturban su desarrollo emocional, haciendo aparecer como normal lo que no lo es", sugirieron, como contrapartida, no comprar productos en cuya publicidad se denigre la imagen de la mujer, la familia o la juventud, por medio de imágenes de mal gusto o publicidad engañosa, tanto en programas televisivos como en otros medios de comunicación.

LOS CATÓLICOS

Por otra parte, se excedió el límite de la libertad de expresión al presentarse un anunciado desnudo en el programa de Susana Giménez, por Canal 9, tercer desnudo que marcó una tendencia mercantilista que sólo se compara a los tabloides sensacionalistas que buscan impresionar más que informar o, en este caso, entretener. Esta apología de la pornografía, como fue calificado por el Episcopado Argentino, demuestra que algunos canales están más preocupados por elevar su propio nivel económico que el cultural de la población. Ante este abuso de libertad anteponen sus intereses particulares al bien común.

A este tipo de programas deberían agregársele todos aquéllos que, de alguna manera, siguieron la línea de las malas palabras, las vulgaridades, las groserías y el doble sentido que para el humor impuso Alberto Olmedo. Hoy es muy difícil reírse con actores que hagan chistes decentes. Gasalla, Guinsburg o animadores como Pergolini y tantos otros deben apelar a las palabrotas. Y si no las hay, un par de nalgas descubiertas alcanza. Lo peor es que quienes detectan los errores del lenguaje del subdesarrollo son tildados o desautorizados por quienes los acusan de moralistas. Parece que nadie soporta que se hable de moral. Todos quieren gozar de la impunidad mental de la indecencia y desean arrastrar por ese camino a los más pudorosos. Ningún honesto quiere ventilar su honestidad temiendo que un error, por pequeñísimo que sea, se transforme en su talón de Aquiles. Ser inmoral es ser auténtico, moderno, contemporáneo... Pretender cierta moralidad es ser del pasado, reprobable. Toda una rareza. Un cambalache.

Los obispos siempre cuestionaron la indecencia de la televisión. El cardenal Antonio Quarracino planteó duras críticas a ese medio, especialmente por la explotación del sexo, ejemplificando que "parece una especie de barro indecente lo que baja de numerosos programas televisivos". Dijo que la televisión:

Cuando en el programa de Mirtha Legrand se trató el tema de la homosexualidad, la Iglesia criticó diciendo que la creciente apertura de la televisión a modalidades sexualistas no es sino la puerta abierta a expresiones decididamente pornográficas, ofensivas para el pudor.

Cuando en el programa de Mariano Grondona, “Hora Clave”, se pasaron fragmentos de películas con un marcado tinte de erotismo, muchos católicos coincidieron con Bartolomé de Vedia (“La Nación”) al rescatar las palabras de la ex-integrante de la comisión calificadora de películas, Patricia Ceballos. Ella se mostró preocupada por la desprotección de los menores —por ejemplo, cuando irrumpen, en los horarios destinados a ellos, los "avances" o colas de las películas programadas para la noche— y recalcó que la Iglesia no piensa que la televisión sea pornográfica, sino que:

De Vedia manifestó que, desde el campo católico, se objeta fundamentalmente:

Fue por sostener la misma posición que Alberto Solanet, presidente de la Corporación de Abogados Católicos, dirigió una carta al presidente Menem expresándole su sorpresa por la derogación de los artículos 2 y 81 del decreto 286/81, reglamentario de la Ley de Radiodifusión, por medio de los cuales los particulares podían denunciar al COMFER a “los programas de televisión que promoviesen la apología del delito o de la violencia y que alentasen o contribuyeran a difundir vicios o que expresasen perversión”. Además, obligaban a los canales a abstenerse de “expresiones obscenas y de manifestaciones que causen menoscabo o agravios de sentimientos religiosos”.

Pero, más allá de los diferentes criterios de si estuvo bien aplicada la desregulación o no, lo cierto es que ahora la televisión tendrá mayor libertad, pero mayor responsabilidad civil, teniendo en cuenta lo perjudicial que pueda resultar para el niño la absorción continua de disvalores. Ricardo Porto, en el periódico “Broadcasting”, decía que ya se ha demostrado el impacto y la influencia que ejerce ese medio sobre las conductas juveniles; por lo que resulta adecuado establecer mecanismos que procuren evitar las consecuencias nocivas que pueden acarrear a los menores cierto tipo de programación. El problema se agudiza cuando se trata de precisar qué medida jurídica en concreto se debe instrumentar para alcanzar tal propósito, habida cuenta de que se trata de conciliar dos bienes igualmente valiosos: la libertad de expresión y la protección de la minoridad.

La libertad tiene límites, y éstos entran a jugar cuando la libertad individual daña la moralidad, el honor o la fama de las demás personas. En esta posición se basa el Pacto de San José de Costa Rica, ratificado por ley 23.054, que ha establecido la posibilidad de restringir la libertad de expresión con el objeto de proteger la moral de la infancia y de la adolescencia. Parecería que aplicar un simple horario de protección al menor fuera un justificativo de las autoridades, más que la búsqueda de una solución concreta, porque ya se ha comprobado que esa protección es insuficiente, considerando que el protegido absorbe hasta una escena erótica, casi pornográfica, o violenta, a través de cualquier programa a media tarde.

Pero ante este avasallamiento de la televisión, no significa que se la trate de eliminar, sino de combatir con armas más loables. Evidentemente, si esta modalidad de televisión sexuada y violenta no puede erradicarse, como no se lo ha podido hacer en ninguna parte del mundo, lo bueno sería que se la atacara con educación. Para ello sería aconsejable educar al niño, al menos en el currículum oculto de la enseñanza, si no se dispone de una ley educativa que contemple la enseñanza crítica sobre los medios de comunicación, dándole importancia al tema, como se le da a las matemáticas, la historia o la instrucción cívica.

Lo más seguro es que las críticas a la televisión caigan en saco roto. Por eso, tal vez mejor que criticarla sería empezar a trabajar para ayudar a los niños a formarse una conciencia y actitud crítica ante los

medios. Si la televisión no cambia o mejora, la decisión de cambio debe estar dada por los responsables de la educación. El sexo, la violencia y las groserías existen en la vida (y en la televisión) y quizá convenga enseñar a convivir con estos disvalores. No sirve de nada oponerse a la televisión y endilgarle la responsabilidad solamente a los empresarios, porque el problema debe ser atacado responsablemente por todos los sectores, incluidos los padres. De nada valdría que todos se rasgaran las vestiduras. Tanto los maestros como los principales educadores —los padres— deben ayudar al niño a no ser un espectador pasivo y a no usar la televisión como la gran compañera o la "baby sitter". Se deberían estimular las apreciaciones, reacciones y el sentido crítico del niño, para que éste aprenda que el mundo ficticio de la caja de imágenes será su realidad en el futuro mediato.

Sobre la participación y responsabilidad de la familia en el seguimiento del niño y la televisión, el Código Internacional de Televisión (CIT) dice que:

Una postura más razonable, como desarrollar el sentido crítico del niño y el púber, permitirá una salida más favorable. Enseñar a asumir la realidad obviamente es más difícil y cuesta más trabajo que simplemente taparla. Pero es necesario que se le brinden a los adolescentes los elementos necesarios para asumir su propia conducta frente a los vertiginosos cambios de la sociedad. Los cambios son tan acelerados que, en un abrir y cerrar de ojos, los adolescentes deben estar preparados, por ejemplo, para aceptar la amenaza del SIDA, para aceptar que la palabra condón ya dejó de ser una mala palabra y para inmiscuirse con su sentido crítico y participativo en el debate sobre la campaña de prevención a través del preservativo propiciada por el Estado y cuestionada en sus principios por la Iglesia y otros sectores de la sociedad. Es muy saludable incentivar el sentido crítico de los más jóvenes ante estos problemas y ante los medios de comunicación.

Sirve para que al periodismo se le recuerden constantemente los límites de la libertad de expresión y que la profesión necesita de una alta cuota de responsabilidad y de un mayor respeto por el público. Con esta concepción más amplia de la responsabilidad que le cabe a la televisión, pero también a los educadores y a los padres, se verá que la posición de la Liga de Amas de Casa sobre la violencia en la televisión, por la que cree que “se entorpece así el ejemplo de miles de familias que enseñan a sus hijos con el ejemplo del amor, la privacidad, la comprensión y el respeto mutuo”, es muy limitativa. Si bien la responsabilidad mayor le cabe a la televisión por ser el órgano difusor, también le compete a los educadores y, sobre todo, a los padres, quienes deben asumir un rol activo para que los niños no sean invadidos despóticamente por la caja de imágenes.

LA “POBRE IMAGEN” DE LA TELEVISIÓN

La televisión es uno de los avances más fascinantes y espectaculares y, tal vez, sea el medio de comunicación más difundido. De todas maneras, mundialmente, la televisión es criticada por su falta de inventiva, su pobreza creativa y su baja calidad cultural. Los satélites pueden llevar las imágenes hasta los pueblos más apartados, pero ello de nada sirve con la programación actual. Es suficiente hacer un repaso mental sobre los programas que se consumen a diario para darse cuenta de que tanto en la televisión internacional como en la argentina hay pocas excepciones. Sin embargo, a pesar de que todos la desdeñen, la televisión ejerce una real influencia en la sociedad.

La crítica intelectual la rechaza por transmitir valores triviales, por ser escapista y rebajar el nivel cultural, más que todo porque roba tiempo a las actividades intelectuales y por el hábito de pasividad mental que genera. Además, ejerce una función hipnótica y embrutecedora, ya que absorbe la vista y el oído en atención total.

Sobre la influencia de la televisión en el hombre, Pérez Gaudio explica que:

Agrega que lo que se terminará logrando será la rebelión de los sentidos y del inconsciente, algo así como un hombre animalizado, incapaz de creer y hasta de aspirar a tener razones para vivir.

Bedoya González explica que el fabuloso avance técnico de la televisión ha sido acompañado por cierta "atrofia y parálisis mental creativa", y agrega que, por primera vez en la historia, los avances técnicos superan a los proyectos culturales. Esta atrofia o parálisis mental creativa pareciera haberse adueñado de la televisión argentina.

Una encuesta realizada a mediados de mayo de 1990, encargada por el gobierno, reveló que el 32,8% de 1.292 consultas considera a la televisión como mala; el 17,7% la calificó de pésima; el 21,3% la tildó de regular; el 10,3% de mediocre y sólo el 17,9% argumentó que es buena. Esta encuesta, efectuada en el Gran Buenos Aires, reveló que a un 82,1% de los habitantes argentinos no les agradaba la programación de ese entonces.

El cardenal Quarracino, en el diario "Ámbito Financiero" (25-06-91), advertía que con la privatización de los canales:

¿Omnipotencia? De todas maneras, no se puede aceptar el mito de omnipotente que tiene la televisión. No se puede considerar al televidente como un individuo que absorbe todo lo que se le da, sin ninguna capacidad de discernimiento. Si bien se absorben valores irreales, como el caso del consumo invitado por la publicidad, el adulto puede desmenuzar los mensajes y anteponer su experiencia de vida ante lo que se trata de vender o influir.

Pero, a pesar de que el adulto puede no claudicar ante los embates televisivos, el problema mayor se plantea con el público infantil. Para los niños, la televisión no es sólo un entretenimiento, sino más bien una fuente de materiales para organizar e interpretar sus experiencias.

Como explica Pérez Gaudio en su libro Están solos y Debemos Ayudarlos:

Los profesores H. J. Eysenck y K. B. Nias, del Instituto de Psiquiatría de la Universidad de Londres, aseguran haber hallado pruebas de que las escenas de agresión, de sexo y de violencia en los medios de difusión (cine y televisión esencialmente) afectan el comportamiento y las actitudes de las personas. Los expertos recomiendan en su informe Sexo, Violencia y Medios de Comunicación, elaborado tras dos años de investigaciones, que se tomen medidas de censura más severas para controlar los perniciosos efectos en los espectadores.

Siendo la televisión una fuente de aprendizaje para el niño, muchos infantes creen que el mundo que ven en la pantalla es un reflejo de la realidad; por eso, muchos adolescentes siguen en la vida real modelos televisivos. Monseñor Quarracino dice que:

GROSERÍAS Y MALAS COSTUMBRES

La ciudadanía está acostumbrada y soporta con resignada entereza las groserías y malas costumbres que reproducen algunos medios de comunicación o las que en ellos se originan. Individuos que los usan para insultar o que los manipulan a través de la mentira para beneficio propio, y propietarios a los que sólo los mueve la competencia a costa de cualquier cosa, forman parte de una nueva escena en que los medios se han convertido en todo, menos en vehículos de común unión entre las personas. Malas palabras, insultos, vulgaridades, groserías, desnudos y agresiones que lesionan la vida íntima de las personas son algunos de los nuevos elementos estelares de los medios de difusión. Es como si la época indicara que la moda pasa por practicar las malas costumbres en lugar de las buenas.

Las agresiones verbales que los políticos se propinan entre sí constituyen parte de lo que ahora denominan una mayor libertad de prensa. Justificada cada discusión en nombre de la libertad y la democracia, pocos son los que no entran en el torbellino de las acusaciones personales. Fácilmente sucumben ante la hazaña de defenestrar a sus adversarios —hasta con improperios relacionados a la vida íntima— y olvidan que la política debe centrarse en el debate de las ideas a plasmarse en el plazo mediato, y no en la discusión mentirosa, chabacana y pasatista que busca ganar una elección por cualquier medio, como se comprobó en las elecciones realizadas el 28 de junio de 1992 entre Avelino Porto y Fernando de la Rúa por la senaduría de la Capital Federal.

Aunque los asesores manden a hacer o decir cosas en el momento adecuado, hay que tener en cuenta que buscar esta espectacularidad en la política puede contribuir a su trivialización. Cuando se discute sobre trivialidades, se puede inducir al público a descreer del discurso político y, peor aún, de la propia política. Las ofensas verbales que los políticos utilizan con fines propagandísticos en contra de integrantes de su misma clase no resultan beneficiosas para el prestigio del grupo. Tal vez en las agresiones que se propinan en sus discursos, en las internas partidarias o dentro de los recintos legislativos, y que son reproducidas por los medios de comunicación, radique su desprestigio.

Quizás el grupo no tenga que buscar tan lejos como en los medios de comunicación para encontrar un chivo expiatorio que purgue su mala imagen. Bastaría con pulir el lenguaje del discurso político y algo, al menos, se habría ganado. Se trata de preservar libre al mensaje de toda contaminación. Antonio Kinnen (“El Liberal”, 19-05-91) dijo que este tipo de discusiones no ayudan al fortalecimiento del sistema y terminan en descrédito de la clase política. Desconfianza que, para el sociólogo Carlos Zurita, refleja el atraso de los representantes, quienes se manejan con escasos componentes racionales en sus conductas.

Es lícito y bueno que en democracia las personas luchen por imponer sus ideas, pero es ilícito que la opinión pública resulte salpicada por los insultos, como ocurrió en la batalla electoral de octubre de 1991 entre los candidatos a la gobernación de Santiago del Estero, Carlos Juárez (PJ) y José Luis Zavalía (UCR), en la que el lenguaje era tan bajo y en contra de las buenas costumbres que los periodistas debieron limpiarlo para poder publicarlo. La psicóloga Elsa Trucco estimó que tales actitudes “afectan en forma negativa a la salud mental” de una comunidad, porque se pueden transformar en un estereotipo a imitar. Agregó que la sociedad entra en confusión al comprobar que el modelo de político no coincide con la realidad.

Sin embargo, muchos políticos le endilgan gran parte de sus males a los periodistas y creen que su desprestigio es originado en los medios. Tanto el diputado Álvaro Alsogaray como su hija María Julia sostuvieron que “en este destape participan activamente los medios de comunicación, difundiendo cosas que no son ciertas o que perturban a la sociedad, ya que primero se arma un escándalo y luego se desmiente la información”. Raúl Alfonsín, después de la Convención Nacional del Radicalismo de 1990, en la que había empezado a perder influencia en su partido, dijo que el periodismo dio una imagen deformada de la convención, responsabilizando a los grandes medios “que han cambiado un triunfo por una derrota en la imagen”. Aquella fue una crítica que se diluyó con el delarruazo sobre la Coordinadora y así se desmitificó su denuncia contra los medios.

UNIVERSALIZACIÓN DE LA CULTURA

El 26 de junio de 1992, el gobernador santiagueño planteaba ante el gobierno nacional el problema de seguridad en su provincia, un juez indagaba a Al Kassar por su conexión con el narcotráfico internacional y la cotización de la Bolsa se deprimía en una semana temiendo que se desbaratara la tendencia alcista de los últimos meses. Aunque estos tres hechos sean incongruentes, tienen un denominador común: sabemos de ellos al mismo tiempo, y en el mismo instante en que se producen.

Los detalles nos llegan a través de los medios y es, justamente, la televisión la que une todos los hechos y nos permite ser ciudadanos del mundo. Y en esta ciudadanía que ofrecen los medios se ubican, en igualdad de condiciones, tanto el porteño como el santiagueño capitalino o el quimilense. Todos tienen acceso a las fuentes informativas. Y ya no sólo se trata de enterarnos de acontecimientos internacionales. Ahora, gracias a la nueva tecnología, la televisión satelital, accedemos a programación totalmente extranjera. En nuestro caso, a la televisión chilena, española, mexicana, venezolana y estadounidense. Así como el sumampeño o el termeño acceden a realidades de todo el país y de otra parte del mundo, podemos afirmar que no sólo se llegó a la federalización de la cultura, sino a su universalización.

Ésa es una realidad objetiva, aunque tampoco se pueda dejar de citar su consecuencia, que es la desnacionalización de la cultura o la transculturalización. Cuando miramos televisión extranjera observamos a otras personas con conductas diferentes, y absorbemos su cultura. Sabemos cómo y por qué ríen, si se saludan con uno o dos besos, distinguimos su contextura física y, a través del audio, diferenciamos el acento del chileno del español y el mexicano. Conocemos acerca de sus días patrios, de sus sentimientos, de su sentido de justicia, de sus dietas, de sus deportes, de sus canciones, de sus deudas externas, de su inflación... Sabemos... y los conocemos. Los valoramos. Nos enriquecemos.

Nos agrada el “Informe Especial” de la televisión chilena, “Verano” de la española, “De Domingo a Domingo” de la mexicana, “Dossier” de la venezolana y las noticias de la “CNN” estadounidense. A través de sus intérpretes nos acercamos a la realidad de ellos, los entendemos y, por momentos, nos convertimos en ciudadanos de ese país... del mundo.

Distinto, tal vez, hubiera sido el sentimiento del pueblo argentino en 1978, cuando casi entramos en guerra contra los chilenos, si los hubiéramos conocido y valorado como ahora, gracias al acercamiento de la televisión. En aquella oportunidad, nuestro sentimiento de odio se debía a nuestra ignorancia sobre el pueblo andino. Hoy lo sabemos hermano y la televisión actúa como un emisario de paz. Hoy la

televisión nos transforma. Nos conecta y enchufa con el resto del mundo. Nuestra visión se amplía y, por ende, nuestros juicios de valor. Obviamente interpretamos la realidad en forma diferente. Nos comparamos. Hay un espejo en la pantalla. Y mientras los japoneses, alemanes y norteamericanos con nueva tecnología reducen el tamaño de los aparatos, el alcance de la televisión sigue aumentando. En el país ya quedan pocas localidades sin antenas satelitales. Valga el ejemplo de Santiago del Estero, una provincia de las más pobres del país, donde cinco años atrás jamás se hubiera pensado que poblaciones como Sumampa, Añatuya, Quimilí, Monte Quemado, Suncho Corral, Ojo de Agua, Bandera, Fernández o Lugones tuvieran sistemas de televisión satelital.

DESNACIONALIZACIÓN

Tampoco se puede pecar de ingenuo y pensar que la televisión sólo acarrea ventajas. Esta universalización es mucho más compleja. Como decía Carlos Duhourq en su libro Esta Hora de Cambio:

Así se refería a que la televisión facilita el contacto humano pero no llega al interior de la persona. Todo es superficial, todo es espectáculo. Por un lado, la televisión rompió las barreras fronterizas, pero también destruyó la autonomía. Invadió nuestra vida entera y, si bien facilita el aprendizaje (nuestros hijos son más despiertos), complica la enseñanza. La familia y la escuela deben dirigir y vehiculizar sus contenidos, de acuerdo con las pautas que maneja la televisión.

La televisión logró que haya más igualdad en la población. Todos acceden a la misma programación y vuelan con su imaginación a mundos inimaginables. Se asimilan valores y costumbres del mundo moderno rápidamente (como lo indica la instrucción pastoral Communio et Progressio). Sin embargo, los valores de la nueva sociedad fácilmente entran en conflicto con los autóctonos. El bombardeo de imágenes y sonidos foráneos produce una suerte de desnacionalización de la cultura, aunque esto no sea producto de una acción deliberada e ideológica, al menos de los países que nos universalizan con su programación. Sería difícil pensar que los gobiernos español, mexicano o chileno quieran someter culturalmente al ciudadano quimilense o al de Nueva Esperanza.

Sucede que, en el campo de la televisión, la producción depende muchísimo del factor económico. Son tan caras las producciones que diversificar el mercado de venta del producto sería imposible. Así es como la Argentina exporta telenovelas o los paraguayos acceden a la señal de ATC. El más reciente documento pontificio sobre las comunicaciones sociales, Aetatis Novae (que se destaca como un suplemento de Communio et Progressio), advierte que:

LA TORRE DE BABEL

Lo que no se debe confundir es la universalización con la desculturalización. Está de moda criticar lo extranjerizante desde una óptica celosa y nacionalista. Es como prohibir la entrada al país de un libro de García Márquez o que salga una nota musical de Piazzolla. Es como prohibir el enriquecimiento que brinda la conformación y unión de dos culturas. Es querer que continúen los límites impuestos por la Torre de Babel.

Criticar es fácil, hacer es difícil. Criticamos todo lo que viene "enlatado" a Santiago de Estero, pero hacemos poco para no mandar enlatados a Quimilí. Nos quejamos de la desnacionalización de la

cultura que origina la programación extranjera en Santiago, pero no nos interesa la desprovincialización de la cultura que se produce desde la capital hacia el interior de la provincia.

La misma televisión nuestra, la provincial y la nacional, se distinguen poco en su programación. Casi todo es de afuera, muy poco es local o regional. ¿La excusa habitual? Que la producción es cara, que el mercado no da para ello o que la publicidad no subvenciona. Lo que se debe hacer es no criticar lo de afuera, porque eso no lo vamos a cambiar. Todos se resisten a vivir sin tecnología y ella nos acerca al mundo. Jamás se podría censurar la libertad de la persona de acceder a otros mundos. Estamos en la última década del siglo.

Lo que sí se debe hacer es mejorar. Rediseñar la programación, localizarla, regionalizarla, federalizarla. Vivir con menos enlatados. Aprender de los programas extranjeros y competir con ellos en lo que mejor sabemos, con programas propios y de calidad, y no intentar burdas copias foráneas como “Miami Vice”, porque para eso están los otros. Que la televisión sirva para entretener, pero sobre todo para educar. El medio no debe quedar solamente en el asombro de su tecnología. El asombro debe ser más profundo. Nos une, nos universaliza, pero hasta ahora no ha contribuido a resolver los problemas de fondo del mundo. Y eso es grave. Ésa debe ser la mayor preocupación de todos.

CAPÍTULO XIII

PUBLICIDAD, PROPAGANDA Y DEMAGOGIA INFORMATIVA

INFORMAR, PERO CON COCA COLA Y LE MANS

“El presidente Menem anunció la privatización de Yacimientos Petrolíferos Fiscales y aprovechó la oportunidad para brindar con los periodistas por una Argentina en el Primer Mundo con litros de Coca Cola”. “El canciller Di Tella, mientras fumaba un Le Mans o un Marlboro, prohibió a los funcionarios de su cartera que hicieran declaraciones sobre el desastroso stand argentino en la feria internacional Expo-Sevilla ’92”. “El ministro Manzano, después de saborear un rico café Bonafide, dijo que todo el excedente de pan en Buenos Aires será enviado a los damnificados por las inundaciones en el Litoral (este espacio fue auspiciado por Panadería Benito, su comercio amigo)”.

Aunque los párrafos precedentes sean pura ficción, ésa podría ser la nueva forma de publicidad en la prensa escrita si adoptara la misma tendencia de la televisión actual, en la que algunos programas con publicidad solapada parecen catálogos comerciales más que ediciones informativas y de entretenimiento.

Desde que el fallecido Alberto Olmedo promocionaba en un gag cómico a la Lotería de La Rioja hasta hoy, en que la publicidad no respeta las tandas porque está inserta en todo tipo de programación, no ha pasado mucho tiempo. La publicidad, sin reservarse a los espacios predestinados, aparece en televisión en programas de premios, informativos, telenovelas, etc. Las revistas la utilizan en crónicas donde se pierde la noción o la diferencia entre lo informativo y lo comercial; en diarios ya se usa en los vértices de las fotografías deportivas, confundiéndose como publicidad estática de los estadios; en radio los locutores hablan de las bondades de algunos productos durante las emisiones informativas, etc. Seguramente, el cine adoptará esta modalidad en un futuro inmediato.

En 1990, la productora Walt Disney desató en Estados Unidos un debate sobre la ética, ya que estaba buscando publicidad encubierta para financiar su película “African Destiny”. Las tarifas serían de 20 mil dólares por una presencia visual de un producto, 40 mil por la presencia más la mención, y 60 mil si uno de los actores lo usa. Es tanta la necesidad que tiene la sociedad de seguir creando consumo, como la necesidad de los medios de comunicación de solventar sus gastos, que ya no se repara en la distinción que, por respeto al público, debe haber entre publicidad e información.

Alberto Borrini, en su espacio habitual sobre el mundo de la publicidad en el diario “La Nación”, se refiere a este fenómeno como los “avisos en offside”. Explica que:

En una forma de advertir sobre la ética publicitaria e informativa, dice que ese tipo de pseudoavisos se hacen astutamente, cuando el público está con la guardia baja, disfrutando de un programa que se presume comercialmente neutral. “Ni el público ni la publicidad —expresa— merecen que se les sirva gato por liebre, por más deprimida que esté, momentáneamente, la facturación de los canales”.

PRINCIPIOS ÉTICOS

Así como toda disciplina profesional, la publicidad no está exenta de ser abarcada por la ética. En ese sentido, hay al menos, según algunos autores, cuatro principios deontológicos que la rigen. En este caso, vale citar el principio de la identificación o autenticidad, el cual establece que el público tiene derecho a que toda actividad publicitaria se identifique fácilmente como tal, y advierte que los medios deben deslindar perfectamente las afirmaciones hechas dentro de su función general de información y las que hagan como simples vehículos de publicidad.

No es infrecuente la presentación de publicidad encubierta como información. De lo que se trata es de no engañar al público con publicidad disfrazada, ya que esa actividad está demarcada especialmente por las tandas y por los espacios específicos que se brindan en los medios. ¿Por qué, entonces, esa tendencia a sacar los límites a la publicidad, justamente a esa actividad cuya mayor virtud es la transparencia?

Así como otro principio ético, el de la veracidad, persigue la verdad en la información (mensaje), el de la autenticidad pretende la verdad de la publicidad (lenguaje). Los códigos de ética sobre el tema señalan que el destinatario ha de poder distinguir lo que es publicidad con el fin de preparar sus propias defensas psicológicas frente a la persuasión, puesto que no es igual la credulidad del receptor ante un mensaje informativo que ante uno publicitario.

Hay que tener en cuenta que la publicidad, en breves palabras, es la técnica dedicada a informar al público sobre la promoción de consumo de bienes o servicios. Pero tiene, además, no sólo una dimensión informativa sino también una dimensión estimulativa o persuasiva. Además de informar objetiva y racionalmente sobre el producto a vender, también apela a argumentos de tipo irracional y emocional, a sentimientos que van desde la simpatía al afecto y a influjos de tipo subliminal e instintivos. Por eso, a veces, el individuo compra autoconfianza en lugar de colonia, juventud en vez de cosméticos o prestigio social en lugar de un automóvil.

Si se piensa en las tendencias manipulativas que tienen en sí mismas algunas técnicas publicitarias, fácil es advertir que ellas deben, al menos en los medios de comunicación, estar delimitadas o separadas de la información. Así se favorecerá al público para que pueda elegir si quiere escucharlas, verlas o leerlas. De otra forma se le reduciría la libertad al individuo o se lo obligaría, subliminalmente, a convertirse en consumidor cuando sólo busca ser informado.

RIESGO DE CONTAMINACIÓN

El periodista Ted Córdova Claure, que trabajó en varios medios de América Latina, explica en su ensayo en La Ética de los Periodistas Argentinos que la frontera entre la información y la promoción comercial o la propaganda política suele ser fácilmente traspasada por el periodista desprevenido, necesitado o corrupto. Dice que la noticia químicamente pura está en permanente riesgo de contaminación, al referirse a toda aquella información que las fuentes pagan, a veces al medio, otras al periodista, con el objetivo de que solapadamente los anuncios publicitarios o de propaganda se conviertan ante el lector en pura información.

Advierte que ese riesgo se corre más en estos países que en los más industrializados, debido a la estructura política, a la idiosincrasia de los pueblos, a la estructura de propiedad de los medios y a la escasa preparación y pobreza de los periodistas. En definitiva, así como en la actividad publicitaria hay una lucha ética interna sobre las técnicas informativas y persuasivas, se necesita un debate parecido en cuanto a la diferenciación que debería existir entre el anuncio comercial y el contenido editorial del medio periodístico. De lo que se trata, al fin, es de seguir bregando por la verdad, la autenticidad y la transparencia, y de respetar al público.

LOS “VENDEDORES ELECTRÓNICOS”

Hasta hace poco, gracias al zapping, el televidente se sentía amo y señor de la televisión. Saltando de programa en programa evitaba invariablemente las tandas publicitarias que no le agradaban o que se excedían en su tiempo, más allá de lo que estuviera estipulado por ley. ¿Qué tuvieron que hacer los canales para revalorizar la publicidad? Muy simple: el contraataque se hace con los “vendedores electrónicos”. Ésa es la denominación que se les ha dado a los comunicadores, animadores y artistas de la televisión que, durante los programas, hablan de las bondades de productos comerciales; avisos que, por estar fuera de las pautas publicitarias de las tandas, son calificados popularmente como “chivos”.

Los chivos proliferan en todo tipo de programas, desde los de entretenimiento a los cómicos, pasando por los informativos. Es así como ahora el televidente desprevenido es sorprendido: los soldados argentinos como integrantes de la fuerza de paz de la ONU en la ex-Yugoslavia aparecen con un buen edulcorante en “Despertar”; un sucio sketch de El Mundo de Antonio Gasalla brilla con cera para pisos; un monólogo de Tato Bores es sazonado con un plato de fideos; una mesa de “Polémica en el Bar” es discutida con un polvo digestivo; un “Dulce de Leche” es amenizado con un juguete de Rambo; un “Hágalo por Mí” con un buen reloj para vos; un “Fútbol de Primera” aromatizado con un café de segunda...

Borrini fue quien acuñó el nombre de “vendedores electrónicos” para quienes hacen menciones orales a los productos, o que permiten menciones visuales en los programas con carteles que se parecen más a la publicidad estática de los estadios de fútbol:

“...ÉRAMOS TAN POBRES”

Este tipo de avisos, que se iniciaron históricamente con Alberto Olmedo, quien justificaba el beneficio de una lotería provincial con el “...éramos tan pobres”, prosiguen actualmente con argumentos como el de Gasalla, que en un programa justificó sus chivos con: “Nosotros somos pobres, lo decimos con dignidad”. Los chivos nacieron como un paliativo a las magras recaudaciones de los canales, y se acentuaron en el tiempo por la posibilidad que tienen las empresas pequeñas de promocionar sus productos en igualdad de condiciones con las más grandes.

En “Tato, en Busca de la Vereda del Sol”, una mención tenía un piso de 1.500 dólares, precio extremadamente menor que lo que valdría en una tanda producida por una agencia, por supuesto sin la adecuada estrategia de marketing. Pero, aparentemente, los chivos tampoco son bien vistos por los mismos canales. El brasileño Luis Borgerth, en el seminario Los Medios del Futuro realizado en Buenos Aires en 1990, expresó que:

El gerente comercial de Telefe, Juan Carlos Fernández, decía que:

Ante toda esta supuesta seducción comercial orquestada por los locutores televisivos, cabe la pregunta: ¿alguien pensó si al público le agrada? Osvaldo Marzullo, ex-comentarista sobre medios de comunicación de la agencia Noticias Argentinas, explicó que los programas cuestionados por sus menciones no han visto declinar su rating, por lo tanto pareciera que a la audiencia no le molestan. Aunque aclaró que también debe tenerse en cuenta que los que hacen menciones comerciales tienen las tandas más exuberantes, por lo tanto no se justifica una producción que deba estar apelando a recursos extras.

Una investigación realizada por la revista “Noticias” en septiembre de 1990 sobre programas taquilleros reveló que en “La Noche del Domingo” de Gerardo Sofovich (entonces emitido por Telefe) el 51,95% de la publicidad fue emitida dentro del programa, y en “Todo al 9” de Berugo Carámbula, esa misma noche, el 74,33% de los avisos también se insertó en la programación. Ejemplo claro de la proliferación de los chivos que, en julio de ese mismo año, alcanzaban el 5% promedio en los cinco canales de Buenos Aires, según un estudio de la empresa Fuentes y Cía. dedicada al control de espacios comerciales.

A pesar de que este recurso fue, desde un comienzo, defenestrado por la misma gente de la televisión, la experiencia demuestra que, año tras año, ese porcentaje es cada vez mayor. Alejandro Massot, presidente de la Asociación de Telerradiodifusoras Argentinas (ATA), dijo en 1990 que los chivos no ayudan a nadie, ensucian la comercialización y la degradan. Afirmó que, tanto en canales como el 11 y el 13, se trataría de eliminar este tipo de publicidad, cosa que hasta el momento no sucedió.

Mientras tanto, Jorge Gandolfo, titular de la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad, explicaba que los chivos son contraproducentes para la imagen y prestigio de los productos mencionados, y sobre la proliferación de estos pseudoavisos dijo que representan la negación de la publicidad. Para el titular del COMFER, Guinsburg, la cosa era más simple: “O se cambia la ley y se regula la forma de hacer publicidad, o no se hace más publicidad dentro de los programas”. La norma a la que se refería era la Ley 22.285, en cuyo artículo primero, inciso M, “prohíbe incluir en los programas, en forma directa o indirecta, promoción o publicidad”. Luego, a fines de 1991, a sus palabras se las llevó el viento con la desregulación en esa materia, ya comentada.

Los chivos son perjudiciales para todo. Como dice Borrini, para el público, porque le venden gato o chivo por liebre; para los canales, porque pierden el control de las menciones que se emiten y porque les será difícil volver a la disciplina de las tandas; y para las agencias publicitarias, porque sin estar involucradas en la práctica, exponen igualmente su imagen y prestigio ante un público que no sabe discernir entre lo legítimo y lo infiltrado.

El problema es grave. Hay productores, locutores, empresarios y artistas que privilegian el éxito cuantitativo ante el éxito cualitativo, sin importarles mayormente el público. Por supuesto que es cierto que hacer dinero es lícito y loable, pero también es cierto que se lo debe hacer en forma legítima, dentro de la ley. No ha de pasar mucho tiempo, antes de que sea demasiado tarde y hasta los mismos anunciantes pierdan credibilidad, para que quienes están involucrados de alguna forma en el tema debatan seriamente sobre si conviene seguir llenando los bolsillos a costa del engaño sistemático al público.

LA RESPONSABILIDAD ANTE LA PUBLICIDAD

“La publicidad hace bien” es el eslogan que utilizaba en 1990 el Consejo Publicitario Argentino en una campaña para despertar conciencia sobre los beneficios de los avisos comerciales en la sociedad. Añadía que, cuando la publicidad está hecha por agencias, anunciantes y medios de comunicación reunidos para trabajar por el bien común, hace muchísimo mejor. De esta forma, el Consejo deja sentada la responsabilidad que debe delimitar a cualquier anuncio comercial, en clara respuesta a toda clase de irregularidades que últimamente se observan en los medios con respecto a la publicidad.

El publirreportaje (publicidad encubierta por el medio como noticia) utilizado especialmente en medios escritos; los avisos chivos (menciones comerciales en la televisión y la radio hechas por actores y conductores fuera de las tandas) en los cuales se hace publicidad con datos falsos y "milagrosos", que apañan medicamentos de dudosa procedencia; anuncios que no informan, sino que erotizan; otros que desprestigian a la competencia y que difaman a personas e instituciones, son algunas de las irregularidades que van directamente en contra del código de ética publicitario y de las normas jurídicas.

Ante aquella campaña, que apuntaba “a que todos podamos vivir en una sociedad mejor”, cabe preguntarse quién es, en definitiva, el responsable de la publicidad: ¿el medio que la divulga, la agencia que la crea o el particular que vende el servicio o el producto? La instrucción pastoral Communio et Progressio dice que la publicidad es laudable siempre que quede a salvo la libertad de elección por parte del comprador. Aunque se utilicen las necesidades primarias, excitando el deseo de unos bienes, la publicidad debe tener en cuenta la verdad dentro de su propio estilo:

Por lo cual se expresa que los anunciantes deben establecer sus propios límites, de manera que la publicidad no hiera ni dañe a la comunidad. Pero no sólo los anunciantes son los responsables de la mala publicidad. Luka Brajnovic dice que la responsabilidad de los que financian y difunden la publicidad inmoral es mayor que la que tienen los fabricantes de un producto de fines dudosos, porque a través de la publicidad aquel producto o servicio obtiene notoriedad.

Esto demuestra que, a pesar de lo que traten de justificar muchos medios, el responsable mayor es el mismo medio y debe ser el encargado de velar por lo que publica, tanto en su espacio informativo como publicitario. La relación entre moralidad y publicidad radica, por tanto, en la verdad. La responsabilidad moral está repartida entre la empresa vendedora, la anunciadora (agencia publicitaria) y el medio que la divulga.

UNIDAD EDITORIAL

Un medio de comunicación no puede ser indiferente a la publicidad que en él se inserta. Aunque con fines diferentes, tanto la información como la publicidad componen la unidad de edición y no escapan a las limitaciones éticas y jurídicas. Sería ridículo pensar que un medio pueda considerar solamente a la información como línea editorial y no controlara la publicidad. Tan ridículo como estar editorialmente en contra del control de la natalidad y publicitar una clínica de abortos, o en contra de la prostitución y la pornografía y divulgar avisos de call girls o clubes nocturnos donde se practique el nudismo erótico. Tan absurdo como cuidar la fama de las personas en la información y permitir la difamación en los anuncios comerciales.

Así como la ética informativa condena la mentira, la difamación y la pornografía, es evidente que en la publicidad tampoco debe haber nada que ataque a la verdad, al honor personal y a la moralidad pública. Muchas veces, regidos por intereses netamente económicos, toda clase de publicidad se justifica bajo los principios de la libertad de expresión y de comercio.

En los casos más extremos, la pornografía, por ejemplo, tiende a ampararse en la libertad para la difusión de ideas y teorías morales, empeño tan vano como el de amparar la venta de comestibles vencidos con el pretexto del abaratamiento de costos o el tráfico de drogas con la libertad de comerciar. Poner limitaciones a la publicidad no significa poner obstáculos a la concepción democrática de los medios (libertad de expresión), como piensan muchos, sino defender a la sociedad, al bien común y a la dignidad de la persona.

Sucedió en Santiago del Estero que el diario “El Liberal” publicó un anuncio de un particular que pedía los servicios de un contador público, pero que no fuera egresado de la Universidad Católica de esa provincia. En este caso, el receptor, obrando de buena fe, no se percató de que dicho anuncio pudo constituirse en un agravio gratuito a esa casa de estudios, a los contadores de allí egresados y a los estudiantes y personal actual. Tal vez haberse negado a publicarlo no hubiera significado ir en contra de la libertad de expresión, porque esta última figura siempre está limitada por un bien social de mayor peso: el derecho a la fama y a la honra de que gozan las personas e instituciones.

Aunque para muchos el control de calidad de la publicidad es una transgresión a las libertades, en casi todos los países del mundo, más o menos liberales, existen leyes, estatutos y reglamentos sobre los avisos. Estas limitaciones no son cosa nueva, como se cree. En 1911, Burt W. Roper reunió disposiciones legales en el State Advertising Legislation de EE.UU. y, un año más tarde, la Associated Advertising Club of the World comenzó una gran campaña en defensa de la moralidad en la publicidad con el eslogan “La verdad ante todo”. En Francia, por ejemplo, en 1914 se fundó la Cámara Sindical de la Publicidad; en 1921 entró en vigencia el Código de Usos de la Publicidad y desde 1947 existe la Oficina de la Verdad en la Publicidad.

En el campo internacional existe un código publicitario publicado por la Cámara de Comercio Internacional, que le sirve al jurado (con sede en París) como norma orientadora en caso de tener que pronunciarse sobre abusos morales, comerciales o profesionales. En nuestro país, diferentes cámaras y asociaciones que nuclean a publicitarios elaboraron en 1976 un Código de Ética y Autorregulación que, entre otras cosas, limita lo irreverente (todo agravio hacia lo ético), lo disociable (todo lo que insinúe ir

contra la ley), lo inmoral (todo lo que estimule indecencias), lo truculento (todo lo que contenga expresiones de violencia), lo desleal (todo lo que implique menosprecio a la competencia), lo engañoso o exagerado, lo obsceno y lo lesivo a la intimidad. Asimismo, hace una serie de recomendaciones sobre la publicidad dirigida a los niños y adolescentes, tratando de que se evite todo tipo de anuncios que creen en los niños exageradas expectativas falsas que, de no ser posible lograrlas, los haga sentir disminuidos.

AUTORREGULACIÓN

La publicidad, tanto como la información, tiene sus vicios y decoros y todo depende de cómo se la emplee y, en todo caso, de cómo se la consuma. Orienta o desorienta el consumo, asegura la competencia; descubre las necesidades reales o crea ficticias; contribuye a la expansión económica y a la elevación del nivel de vida, pero somete a la tentación de compras irracionales; ayuda a modificar las costumbres en el vestir, en el comer; dirige sus objetivos a propósitos nobles o deshonestos... En fin, cada individuo la consume y es afectado de diversas maneras.

Es por ello que, en varios países, tiene limitaciones en materia de anuncios médicos, productos farmacéuticos, promesas de belleza y salud, propaganda de loterías, servicios de falsas profesiones (como la de prestamistas y videntes adivinadores del futuro) y todo tipo de avisos que creen, a través de la mentira, falsas expectativas e infundadas esperanzas. Inclusive, en algunos lugares se trata de limitar y poner fin a los anuncios que destacan la felicidad concebida únicamente como la posesión de bienes materiales. Lo cierto es que, debido a su subjetividad y a la persuasión que busca para “vender” artículos o servicios, a veces de buena y otras de mala forma, es necesario que la publicidad se autorregule y discipline bajo ciertas normas éticas para que contemple, como decía el Consejo Publicitario Argentino, hacer el bien común.

IMÁGENES DE LA PROPAGANDA POLÍTICA

“Dime con quién andas y te diré quién eres”, “no todo lo que reluce es oro”, “las apariencias engañan”, “quien no parece, perece”, son simples dichos populares que esconden la enorme importancia que tiene para el individuo la imagen de sí mismo y la de los otros. Todo destella una imagen: las personas, los servicios, los productos, las marcas, las instituciones, las profesiones, etc. Como decía Oscar Pedro Billorou:

La imagen es una toma de posición emotiva ante la generación de experiencias. Todo y todos generan una imagen. La profesión de médico o abogado nos genera una imagen de erudición y bienestar económico, a pesar de que el doctorcito de la esquina vive de un taxi. Una fábrica con una buena fachada y un hermoso jardín nos despierta una sensación de progreso y de disciplina, aunque adentro los salarios sean bajísimos. Un Renault 21, un Peugeot 405 o un Ford Galaxy nos dan la pauta de prestigio social. Un Rolex de oro connota decisiones al más alto nivel. Los expedientes acumulados en la administración pública denotan burocracia y lentitud generalizada.

Pero lo que también hay en este rubro de la imagen son profesionales que tratan de cambiarla. Así como hay personas que reviven con la juventud que depara una constante visita al cirujano plástico, en el campo de la comunicación existen profesionales que se dedican a reforzar, cambiar y preservar las

imágenes. Podemos distinguir en este aspecto a los que lo hacen en la publicidad de aquellos que hacen propaganda.

Si antes entendemos como publicidad aquella disciplina que trata de vender un producto mediante la persuasión, y como propaganda la que trata de convencer sobre unas ideas políticas, religiosas, etc., Jean Marie Domenach, en su obra La Propaganda Política, dice que:

Es tanta la influencia de la propaganda y tan grande la importancia que se le da, que ya Lenin decía: “Lo principal es la agitación y la propaganda en todas las castas del pueblo”. Y Hitler afirmó, respaldado seguramente en su Ministerio de Propaganda manejado por Joseph Goebbels:

EL CASO MARÍA JULIA

La propaganda política es utilizada como instrumento para tratar de cambiar la apariencia de una persona, a fin de que su popularidad en la opinión pública sea más eficaz. En estos términos se puede hablar de la imagen distinta que, a través de los medios de comunicación, se trató de dar a María Julia Alsogaray. Bastó una foto con hombros y brazos descubiertos, perpetuada para la inmortalidad en una tapa de la revista “Noticias”, para cambiar su apariencia severa por una imagen más accesible. Evidentemente, todos tenían una opinión personal formada sobre ella antes y después de la foto, aun sin haberla tratado nunca. Ese juicio de valor, esa toma de posición emotiva, se limita a expresar la imagen. Una imagen distinta y en lo que seguramente algunos profesionales de la imagen habrán tenido la misión de efectuar: de política inteligente a política humana, de mujer seria a "femme fatale", de inalcanzable a popular; de "mala de la película" con el aumento de las tarifas telefónicas antes de la privatización de ENTel, a buena con la que destruyó a la deficiente empresa estatal. Quizá su cambio no fue del todo orquestado, pero de seguro hubo estrategia.

Así lo corrobora la revista “Noticias” que, al final de una nota, describe la situación como la historia actual de una mujer mal querida y criticada hasta meses atrás que hoy es aceptada con su halo de reina, de fatal, la historia de la que es hoy una mujer de agradable y elegante simpatía; a lo que se podría agregar: la mujer que ayer, en plena campaña política, tildaba de "curandero" al Presidente y hoy de "Señor Presidente", porque lo admira profundamente.

IMAGEN DEL PAÍS

Las imágenes que teje la propaganda política en los medios son muy importantes hasta para las naciones. El ex-presidente Raúl Alfonsín, después de la dictadura, necesitó al embajador Solari Yrigoyen para que deambulara por el mundo con un mensaje de democracia y castigo para los violadores de los derechos humanos. Carlos Menem, en otra etapa, cuando la democracia ya estaba consolidada, necesitó como embajadora a Amalia Lacroze de Fortabat para dar una imagen de progreso y poder económico, y a Domingo Cavallo en la Cancillería para mostrar una política exterior pensada en la economía y no en la tilinguería del discurso.

El mismo Presidente necesitó un buen asesoramiento y una sólida estrategia de profesionales para terminar con sus contradicciones. Con el correr de su mandato fueron quedando atrás los titubeos, fue depurando su lenguaje y desaparecieron sus patillas. Una picadura de abeja le sacó arrugas de su rostro y sus cabellos se tornaron tan tupidos como en su adolescencia.

En abril de 1990, Julio Blanck, en “Clarín”, pronosticaba que el gobierno se aprestaba a lanzar dos campañas de propaganda: una sobre el campo, particularmente con la cosecha de soja y la exportación de cereales, y otra sobre el incremento de la actividad petrolera, especialmente en lo referente a las empresas privadas. A dos años de aquella premonición, se detecta que de la privatización de YPF depende la política previsional para que los jubilados puedan cobrar el 82% móvil, promesa declamada por los distintos gobiernos en las campañas electorales, pero todavía incumplida.

El caso de Alfonsín fue, tal vez, el primer caso en el que se vio abiertamente la venta de imagen o, al menos, se palpó la asesoría en imagen y comunicación. Alfonsín tuvo en esa tarea, además de otros profesionales, a David Ratto, quien condujo la campaña de propaganda en 1983 y fue su asesor hasta 1987. Ratto fue quien puso mayor énfasis en la importancia de los medios electrónicos. Hasta se llegó a decir de Alfonsín que subió a la presidencia por la influencia que tuvo en la opinión pública o en la buena imagen que despertó en ella. Apuntó a la mujer, a la familia y, por supuesto, al enemigo común de ellas (en ese entonces), los militares militaristas.

Para Eduardo Angeloz, la propaganda fue guiada para brindar una imagen de cambio. Debía pasar de provinciano, casi desconocido, a reconocido nacionalmente. En eso lo aventajaba Menem, quien desde años anteriores salía fotografiado como único protagonista peronista junto a su entonces admirado amigo Alfonsín. De Angeloz se necesitaba crear la imagen del hombre moderno y progresista que requería el país. Sus apariciones propagandísticas eran en familia y con bibliotecas detrás: "Sí se puede, hacia el futuro" y no con un "siganmé" o "sígannos al pasado". Debía ser el progresista.

Hablar de imágenes y propaganda es hablar de medios de comunicación. La influencia de la propaganda es tremenda, porque se ve ampliada masivamente y al instante. Cambiar o preservar una imagen política no es malo en sí mismo. Lo que sí se torna perverso es la utilización de la mentira y la hipocresía para persuadir sobre algunas ideas en lugar de informar, y la repetición incesante de las figuras de los mismos interlocutores. Tal vez lo que el lúcido, pero nefasto Joseph Goebbels definía como propaganda lo estamos sufriendo sin darnos cuenta, cuando decía que “hacer propaganda es hablar de la idea en todas partes, hasta en el tranvía”.

ENCUESTAS, PROPAGANDA Y DEMAGOGIA

Cada vez con mayor frecuencia, el político encuentra en el resultado de las encuestas la aprobación o desaprobación de su función y actúa en consecuencia. En esta especie de saber lo que la gente quiere, encuentra los resortes necesarios para su gestión del futuro inmediato. De esta forma, el político se transforma en un mero comerciante y hace suyo el eslogan: el cliente siempre tiene la razón. Muchos funcionarios dan carácter sagrado a los resultados de las encuestas y, de esta forma, producen cambios en sus discursos, adecuándolos a lo que el público requiere.

Aunque también las encuestas han sufrido una crisis de credibilidad. Ejemplo de ello es el hecho de que, en las elecciones de 1987, de 17 pronósticos de encuestadores principales, sólo 3 acertaran, habiendo dado erróneamente la mayoría como virtual ganador a Antonio Cafiero sobre Juan Manuel Casella.

Sin embargo, los sondeos de opinión son cruciales para los políticos. Tal el caso del secretario de la Presidencia, Eduardo Bauzá, quien desistió de postularse a gobernador en Mendoza porque una

investigación en esa provincia lo mostraba como uno de los políticos más impopulares. También los resultados de los sondeos modifican, alteran o agrandan la imagen; tal el caso del intendente de San Isidro, Melchor Posse, quien fue catapultado a la precandidatura del radicalismo para la gobernación de Buenos Aires cuando poco se lo conocía o tenía en cuenta en el resto de la provincia.

Hay un creciente número de políticos que, desde 1983 y con mayor vehemencia desde 1987, no dan un paso sin consultar los oráculos de imágenes que emanan de las encuestas. Como ejemplo vale recordar que, después de que estudios de consultoras determinaran a la drogadicción y al narcotráfico como uno de los problemas inmediatos de la Argentina, el ex-vicepresidente Eduardo Duhalde hizo suyo ese fenómeno en sus discursos. De tal forma modificó una imagen de inacción vicepresidencial (creada históricamente por Víctor Martínez) e hizo de su gestión de lucha contra la droga una cruzada popular, a tal punto que se lo comparaba a la función de Nancy Reagan en el gobierno de Ronald Reagan, a pesar de que en junio de 1992 la revista estadounidense “Newsday” anunció la publicación de un libro en el que se le vinculaba con el narcotráfico.

ACCIONES PSICOLÓGICAS

Si bien las encuestas son una forma de comunicación horizontal, ya que el de arriba (el del poder) se horizontaliza con el de abajo (los gobernados) para conocer consecuencias y medir efectos y reacciones; también se pueden transformar en armas certeras de la propaganda política, si se las utiliza con el fin de provocar acciones psicológicas. De ese modo, actuando de la forma en que se piensa que la mayoría de la gente desea, se termina en la más pura demagogia.

Por modificar discursos y rumbos de gestión en virtud de lo que cree que la gente quiere, el político cae frecuentemente en el error de dejar de lado la función de líder para la cual ha sido votado o designado. La misión del líder no es hacer lo que la mayoría anhela en cada instante, sino más bien representar una luz en la oscuridad, abriendo caminos hacia una gestión de futuro mediato: es adelantarse a la opinión generalizada y marcar un rumbo ético más allá de las necesidades inmediatas.

Siempre se corre el riesgo de que el funcionario, por el sólo hecho de gozar de consenso y de buena imagen, utilice todos los medios a su alcance para provocar una conducta, bajo el criterio del estímulo mínimo, cesando de operar una vez que su conducta electoral es lograda. Así, se transforma en un simple demagogo que actúa mediante las apariencias, dando al pueblo lo que éste quiere momentáneamente y no lo que realmente necesitaría en pos de un bien común.

No todas, pero sí muchas de las encuestas se mueven al servicio del mejor postor. Rosendo Fraga, director del Centro de Estudios para la Nueva Mayoría, admitió en la revista “Somos” (24-10-90) que existen colegas que no sólo inventan encuestas, sino que las venden a determinados dirigentes, ofreciéndoles aparecer bien posicionados para realzar su imagen. Este tipo de acción psicológica se utiliza por lo general cerca de las elecciones, en las que se da como virtual ganador a un candidato para producir así lo que los sociólogos denominan el “efecto catarata”, es decir, la identificación del electorado con un ganador, ya que a nadie le agrada tirar su voto con un perdedor. Al hombre le gusta armonizar con sus semejantes y rara vez osará romper esa armonía o expresará algo distinto de la muchedumbre. Así, una gran cantidad de opiniones publicadas son sólo una adición de conformismos.

El sociólogo Esteban Lijalad, titular de la consultora Equas, explicaba que:

Es así como el político se transforma en demagogo y los medios periodísticos en manipuladores, cuando solamente dan a conocer los resultados de aquellas encuestas que son favorables para sus intereses particulares.

Vance Packard, en Las Formas Ocultas de la Propaganda, explica que los manipuladores políticos no son descubrimientos de este siglo, y cita a Napoleón, quien tenía una Oficina de Opinión Pública cuya función era fabricar tendencias políticas a pedido. Las encuestas se tornan peligrosas cuando se les presta exagerada atención y, actualmente en la Argentina, se las endiosa.

Robert Teeter, titular de una consultora de opinión republicana de los Estados Unidos, dice que:

El peligro de las encuestas radica principalmente en que tanto el que las utiliza como el espectador se convierten en meros consumidores pasivos de la política. Es difícil no dejarse arrastrar por el impulso de las opiniones de los demás, y es difícil también identificar la encuesta verdadera de la falsa o manipulada, aquella que busca una acción psicológica de control. Los conocedores sospechan de todas las consultoras que tienen alguna afinidad política estrecha con un sector determinado, aunque eso no quiere decir que constantemente una investigadora de origen partidario deje de ser objetiva.

De todas maneras, una encuesta no debe valorarse solamente por los resultados, sino también por la firma y trayectoria del profesional que realizó ese estudio. En una investigación realizada por la revista “Somos” en 1990 sobre los encuestadores y sus afinidades o perfiles, se describía: a Julio Aurelio (de la consultora Aresco), a Heriberto Muraro y Waldino Suárez se los vincula históricamente con el peronismo. A Edgardo Catterberg (de Catterberg y Asociados) y a Enrique Zuleta Puceiro (del estudio de Zuleta) se los relaciona con el radicalismo. A Manuel Mora y Araujo (de Mora y Araujo Noguera y Asociados) se lo vincula con la UCeDe. A Rosendo Fraga (del Centro de Estudios para la Nueva Mayoría) con sectores neoconservadores como el liberalismo correntino de Romero Feris. A los responsables de Demoskopia y del estudio Kolsky se los relaciona con la fundación alemana socialcristiana Konrad Adenauer. También existen otras empresas de gran renombre como Telemarketing de Javier Otaegui, y Gallup a cargo de Marita Carballo de Cilley, con excelente objetividad por tratarse de una compañía internacional. La Secretaría de Inteligencia del Estado (SIDE) también suele hacer encuestas reservadas que, por razones obvias, deben tomarse siempre con pinzas.

POR UNA CUESTIÓN DE IMAGEN

Quien dice que no le importa el qué dirán es un necio o un mentiroso. Es más, un extraterrestre. A todos les preocupa, en menor o mayor medida, el aparentar ser, por el solo hecho de vivir en sociedad, en común unión con los demás. Cada uno es en la comunidad no sólo lo que es, sino lo que aparenta ser, lo que vende de sí como imagen y, en todo caso, lo que otros compran y perciben de esa impresión que causa una persona o una cosa. En la vida acostumbramos continuamente a representarnos a las personas, las instituciones, los objetos, etc.

Como dice Gustavo Cirigliano:

Explica que, si una persona tiene imagen de generosa, anticipa una dirección de posibles conductas por parte de sus relaciones. Además, la imagen no es simple percepción o aceptación pasiva, sino también lo que nosotros ponemos en ella: es una proyección del yo, una estructuración de datos en los que se

proyectan deseos, temores e intereses. A todos les interesa mostrar la mejor imagen y mantenerla para vivir más cómodamente en sociedad. La actriz Luisina Brando comentaba que lo tremendo “es tener que gustar siempre”, claro ejemplo de que a veces el individuo se hace esclavo de su propia imagen, porque debe actuar del modo en que el resto espera que actúe. A muchos les agrada ir de vacaciones porque en el anonimato de otra comunidad actúan sin las presiones de la apariencia que hay que guardar.

Otros, en cambio, sobre todo los políticos, tratan de difundir lo más ampliamente que pueden su imagen. Un periodista de la cadena estadounidense CNN comentó, en octubre de 1990, que el entonces presidente de Brasil, Fernando Collor de Mello, le concedió una entrevista con la condición expresa de que lo mostrara sentado en una gran motocicleta y luciendo una indumentaria de karateca. ¿Se puede cambiar? Por supuesto que sí: las imágenes no son inamovibles. Muchas veces una persona decepciona porque se esperaba que actuara de una forma determinada. En ocasiones, un pequeño error, una palabra mal empleada o un arrebato temperamental hace que la imagen construida por años caiga estrepitosamente.

Un seminario en la Universidad Nacional de Santiago del Estero (15-10-90) sobre gerontología apuntaba a “revalorizar la imagen de los ancianos y crear una conciencia gerontológica”. La Dirección de Educación Especial, en una semana de festejos, también hizo lo propio para revertir la imagen discriminatoria de los discapacitados y lograr su inserción plena en la sociedad. Por otra parte, el administrador del cementerio La Piedad de aquella ciudad, José Gregorio Medina, adujo que la publicidad que se le dio al hallazgo de restos humanos en el basural pudo haberse originado para desprestigiar la imagen de su administración.

Octubre de 1990 fue crucial para las modificaciones de imágenes, especialmente para los políticos. Obviamente, el ex-intendente santiagueño José Luis Zavalía tenía otra imagen antes de haber mantenido algunos altercados públicos con un periodista y con la huelga de los obreros municipales, hechos a los que calificó de políticos y destinados a dañar su imagen.

Prueba de ello es que en una solicitada (publicada en “El Liberal”, 20-10-90) un grupo de vecinos de 44 barrios capitalinos decía con profunda preocupación que se veían conmovidos ante el cuestionamiento sistemático a la obra y acción del intendente municipal José Luis Zavalía, con la clara intención de deteriorar su imagen y el éxito de su acción de gobierno. También la institución policial santiagueña sufrió un cambio en su imagen: ante los denodados esfuerzos del entonces jefe policial, Luis Laitán, de revertir una mala apariencia de años con la creación de la Asociación Civil de Apoyo Económico a la Policía (2-10-90) y el pedido de cambiar la legislación para combatir la delincuencia, todo se vino abajo con las graves acusaciones y denuncias de corrupción en su contra realizadas por un comisario retirado.

Lo mismo sucedió en la Legislatura provincial, en la que la imagen decayó con el escándalo de los gastos de bloque y se realzó, en cambio, la del Poder Ejecutivo que vetó tal proyecto. Aunque luego, con el tema de la ley que prohíbe las máquinas tragamonedas en la provincia, los diputados se proyectaron de forma distinta, y en palabras del legislador Miguel Granda se escuchó que la Legislatura dio testimonios a la sociedad de su permanente preocupación por los problemas que la aquejan, al legislar para proteger a la juventud.

Por otro lado, los diputados santiagueños Bellido, Gauna, Alderete y Abalovich se refirieron a la imagen del Poder Legislativo cuando coincidieron en afirmar que hay indicios para suponer que está en marcha una campaña de desprestigio en contra de la clase dirigente, y que el infundio y la calumnia se han actualizado como metodología para atacar a adversarios políticos. Bellido, en su apreciación de las imágenes, fue más profundo y denunció que en alguna oportunidad se creó la imagen simbólica o imaginativa de un "monje negro" que estaba detrás de este tipo de campañas, y que parecía que ese personaje ha sido reemplazado por otro al que se denominaría el “pulpo negro”.

Sobre el presidente George Bush, Abel Dimant, en el diario “Ámbito Financiero”, explicaba que la crisis del presupuesto en Estados Unidos había arrojado sombras a su imagen y lo describía como un mediocre comunicador, en marcado contraste con Ronald Reagan, el maestro absoluto de las relaciones públicas que convirtió a la Casa Blanca en la versión política de Hollywood, una verdadera fábrica de imágenes. Lo que más afectó la figura pública de Bush fue el envío de 200 mil soldados al Golfo Pérsico mientras emitía sus comunicados de guerra desde una apacible cancha de golf o paseando en lancha durante sus vacaciones.

En épocas de elecciones, resurge el deseo de cambiar y reasegurar las imágenes, incluso en el aspecto físico, para aparentar ciertas identificaciones con el electorado: nuevo peinado (como Angeloz, más moderno, igual que su discurso); nueva dentadura (Casella); o menos patillas (como Menem, menos latinoamericano clásico, más alineado al Primer Mundo).

Más allá de los discursos y doctrinas, con estas nuevas apariencias la propaganda política se encarga, por todos los medios, de persuadir al electorado sugiriéndole: "Éste es su hombre, con el que usted se identifica, al que usted votará para proyectarse con él en el poder".

Como señala el sociólogo David Reisman en su obra La Multitud Solitaria:

CAPÍTULO XIV LA LIBERTAD DE PRENSA SEDUCIDA

SOBORNO AL O DEL PERIODISMO: CORRUPCIÓN

Una costosa Ferrari 348-TB puso en el tapete la ética del presidente Carlos Menem durante los primeros días de diciembre de 1990. Tal vez fue la primera oportunidad en la que un presidente tuvo que dar explicaciones sobre un hecho aparentemente simple. Así es y debe ser, en democracia. Los hombres públicos deben dar respuestas a la ciudadanía. En el caso de la donación de la cupé por parte de empresarios italianos, se debatió si el Presidente podría ser objetivo en sus actos de gobierno después de recibir un regalo de más de cien mil dólares. Obviamente, se puso en tela de juicio que su acción con los intereses italianos fuera objetiva. Ante un regalo de esta naturaleza se teme, con buen fundamento, que una persona jamás pueda abstraerse de asumir un compromiso. Los obsequios, a veces, no son otra cosa que un soborno encubierto.

Este tipo de corrupción, que no sólo es ofrecida por las oficinas de relaciones públicas, políticos, instituciones y empresas, sino además demandada por quienes ofrecen favores de toda clase, también está inserta en el periodismo. Es muy común, en todas partes del mundo, que los periodistas aprovechen su situación de privilegio —como decía el popular personaje televisivo Minguito: "te puedo hacer un buraco así o levantar una lápida"— y utilicen la profesión para usufructuar ilícitamente a través de la "coima". De tal modo, la libertad de expresión tan pregonada se transforma en un bluff y se coarta el derecho a la información veraz que tiene la audiencia. Una libertad de expresión sobornable no es otra cosa que corrupción.

Cobrar por un espacio en los medios, recibir sueldos encubiertos por trabajos paralelos, como en las cámaras parlamentarias, aceptar regalos, invitaciones a banquetes, pasajes gratis o descuentos varios, no son sino métodos deleznables que intentan sobornar a los periodistas y, por su intermedio, a la libertad de prensa. A diario se escucha que tal periodista fue "coimeado", aunque lo que se debería escuchar es que con la ganancia de él, la pérdida es para la audiencia.

Hay variadísimas prácticas de parte de las fuentes hacia los periodistas, ya tan arraigadas, que tienen un viso de normalidad. Es muy común que las redacciones se llenen de regalos para Navidad y para el Día del Periodista, o que el comunicador reciba un obsequio en agradecimiento por alguna información publicada. Para muchos periodistas este tipo de regalos, conocidos como *freebies* —algo dado sin costo o cargo alguno—, es algo natural, comúnmente aceptado, pero que desgraciadamente los condiciona y les quita libertad y objetividad en su trabajo. Difícilmente alguien pueda criticar a un sindicato, o a una entidad bancaria, cuando su secretario general o el gerente entrega hermosas lapiceras a quienes cubren la información gremial o financiera, después de que ofrece una opípara cena para el Día del Periodista. Más aún, ese compromiso adquirido al recibir el regalo o asistir a la cena se transforma en una presión, en cierta forma en autocensura, cuando es necesario criticar una mala actitud de esa agremiación o de la entidad bancaria.

Un grupo de periodistas de *El Liberal*, por ejemplo, dejó de asistir a las cenas ofrecidas, a las invitaciones de los políticos y dona los regalos recibidos a instituciones de bien público, con un sentido

que, si bien está enmarcado en pautas éticas, refleja simplemente la necesidad de escribir sin ataduras. Esta práctica, de reciente data, tiene algunos detractores debido al temor a que las fuentes se ofendan con tal conducta, porque consideran que las fuentes solamente muestran su agradecimiento y no tienen intenciones de influir en las críticas periodísticas. Sin embargo, ya muchos han entendido, periodistas y fuentes incluidas, que el "no" del periodista refuerza su prestigio y credibilidad. Esta modificación de conducta al no aceptar ni los mínimos regalos, tras un largo debate de meses en la redacción, ha llevado a que se imite esa práctica hasta el límite de la tentación en que a muchos periodistas, o a sus familiares, se les ofrece trabajos encubiertos en reparticiones del poder público.

EL REGALO DE LA SEDUCCIÓN

Es muy común que los periodistas sean tentados con viajes y estadía gratis para cubrir diferentes acontecimientos que las fuentes necesitan promocionar. Sucede a menudo en el ambiente del espectáculo, del deporte y del turismo. A principios de junio de 1992, a modo de ejemplo, un grupo de empresarios salteños convocó, por cuatro días, todo pagado, con la mejor comida y en los mejores hoteles de "Salta la linda", a un numeroso grupo de periodistas de todo el país para cubrir el acto de reinauguración del "Tren a las Nubes" y demostrar que el cólera no había hecho estragos como para dejar de lado a Salta en el circuito turístico del país en las vacaciones de invierno. El objetivo fue claro y el resultado, óptimo. Todos los medios presentes, en posteriores notas, abundaron en excelentes espacios y en elogios. La falta de actitudes de crítica demostró que los periodistas ya estaban condicionados a escribir de una determinada forma apenas aceptaron la invitación.

Este tipo de viajes gratuitos, que también se da año tras año para cubrir el festival de rock de La Falda, Córdoba, o para asistir a Buenos Aires a conocer las bondades de laboratorios farmacéuticos, fábricas de pinturas, de autos, etc., es una práctica que en nuestro país está en auge, mientras en otros, donde también abunda, está en retirada por la reticencia de los medios a sentirse comprometidos.

Una encuesta realizada en 1979 por la Asociación Norteamericana de Editores de Periódicos (ASNE), entre 274 editores de diarios, reveló que el 81% rehusó el costo del boleto de avión o el pago de gastos ofrecido por gobiernos extranjeros; el 80% rehusó el transporte gratuito para cubrir acontecimientos deportivos; el 74% no aceptó los viajes gratuitos ofrecidos por el gobierno estatal; el 64% prorrateó los gastos con un equipo deportivo y un 62% no aceptó el transporte gratis por cuenta de algún negocio o grupo industrial en el caso de la visita a algún proyecto de interés para sus comunidades. Esta encuesta, publicada por Eugene Goodwin en su libro *A la búsqueda de una ética periodística*, pone de relieve que el Comité de Ética de la organización comparó los resultados con sondeos previos realizados en 1972, 1974 y 1977, y concluyó que "existe una reducción continua en el número de periódicos que están dispuestos a aceptar viajes gratuitos por cualquier razón".

El problema, a veces, es que este tipo de seducción suele ser una tentación muy grande para los pequeños medios que, al no tener los costos operativos de los más grandes, no pueden dejar que pase la oportunidad. Es, tal vez, la única forma de competir con aquellos medios que sí pueden costear los gastos de cobertura noticiosa.

ACCIÓN ÉTICAMENTE DELICTIVA

Sobre el porqué no se debería aceptar nada de valor (regalos, viajes, comidas, etc.), Don Fry y Robert Haiman, del Instituto Poynter para el estudio de los medios de St. Petersburg (EE.UU.), dicen que es "para que no pueda comprometer su integridad o disminuir su credibilidad". El problema es de conciencia o, mejor, de inconsciencia. Hay periodistas que no interpretan o que no se dan cuenta de que una simple invitación a un almuerzo por parte de una fuente no es otra cosa que la adquisición de un compromiso. Seguramente, después de una comida, la relación entre un periodista y un político no será la misma. ¿Con qué objetividad podrá luego escribir sobre alguien que ya se hizo pasar por amigo? Luka Brajnovic dice que cualquier clase de oportunismo que viola la conciencia del periodista "constituye una acción éticamente delictiva". Sobre todo es ilícito recibir beneficios o sobornos de cualquier clase de servicios particulares empleando para ello su propio prestigio o el de los espacios informativos.

Sobre este oportunismo, Fry y Haiman también consideran que está en juego la credibilidad del medio cuando los periodistas abusan de sus privilegios, utilizando la información de las fuentes para su beneficio personal o para el de sus amigos, parientes o colegas. Se debe entender que el soborno es indigno, éticamente ilícito y sumamente peligroso para la buena fama, no sólo del profesional, sino también para la de toda la profesión.

Claro que el hecho es más grave si el periodista busca ser sobornado, amenazando y extorsionando a las fuentes con publicaciones que podrían desprestigiar a algunos grupos, que cuando los particulares lo "coimean" por un espacio determinado. El problema también radica en las fuentes de información. Primero, porque hay muchas, tanto del sector del poder político como económico, que inducen a los periodistas a la mentira mediante el artilugio de ofrecerle dinero. Pero además, porque muchas fuentes tratan de conseguir el espacio que prejuzgan que jamás tendrían. Germán Sopeña, jefe de Economía de *La Nación*, dijo que "muchas empresas carecen de la vocación de informar y, por lo que se escucha, hay una cierta tendencia a buscar la relación con los periodistas por vías poco honestas, cuando en realidad hay canales abiertos legítimos para vincularse lisa y llanamente con todo el mundo".

Tampoco se puede aceptar la excusa de quienes dicen que se dejan sobornar por los bajos salarios que se reciben en la profesión. Aceptar esta excusa sería como justificar la corrupción en todas las demás actividades laborales. Quizás este modo de pensar tenga la culpa de que hoy, en este país, se hable de la corrupción institucionalizada. De todas formas, es atendible también el reclamo de que, en nuestro país, los periodistas no son remunerados acorde a la responsabilidad que tienen. Excepto algunos jerárquicos y, obviamente, los periodistas estrella de los medios, el resto, la base laboral, no tiene salarios más altos que los empleados de comercio. Es una obligación moral de los medios pagar buenos salarios porque, de esta forma, se evitarán tentaciones y se evitará que se desvirtúe la independencia del periodista con su fuente.

EL COMPROMISO

El soborno, en cualquier forma, lleva tácita o expresamente el compromiso de publicar o silenciar una información. "Servirse de esta manera de los medios para conseguir ilícitamente beneficios económicos particulares —dice Brajnovic— es, sin duda alguna, una de las mayores monstruosidades de la antiética, porque se atenta públicamente, y sin razón justificada, contra la buena fama del atacado, se informa falseando los hechos y, además, se subordina un servicio social, de modo mezquino y deplorable, al beneficio del interés económico particular".

En otros países, en donde se piensa que el periodismo está más avanzado, también existe este tipo de corrupción. Prueba de ello son los códigos de ética que tratan de controlar las contravenciones. El código del periodista europeo (artículo 18) dice que el "fin altamente moral de la profesión periodística excluye que cuantos la ejerzan reciban ventajas personales de su actividad". El de Bélgica expresa que "el periodista debe cuidar su independencia y dedicarse a una práctica desinteresada; no deberá aceptar ni dinero ni ventajas materiales o morales por publicar lo que estima que no se debe publicar o silenciar lo que cree se debe publicar". El de Francia manifiesta que el periodista no admite ninguna presión, dádiva, prima o favor que pueda poner en peligro, disminuir o subordinar su libertad de acción, obligándole a transgredir las normas de la profesión. El de Gran Bretaña menciona que, bien sea para supresión o publicación, la aceptación de un soborno por un periodista es una de las más grandes ofensas profesionales. El de España afirma que todo periodista, a fin de salvaguardar su libertad e independencia, debe mantener su dignidad e integridad, no dejándose sobornar en ningún aspecto: dinero, beneficios, ventajas, donaciones, dádivas, favores, etc. El de los Estados Unidos manifiesta que "no deben aceptarse obsequios ni viajes, agasajos, productos o alojamientos gratuitos o a precio reducido".

Lo expresado por estos códigos no son sino normas orientativas para que el periodista sepa los límites atribuibles a su profesión. Estas recomendaciones morales para la profesión defienden primordialmente tres principios básicos: la verdad, la libertad y la independencia. Cuando alguno de estos valores falla, se corre el riesgo de que la libertad de prensa tan declamada de la boca hacia afuera no esté debidamente arraigada en el razonamiento y sentimiento del periodista, lo que acarrea como consecuencia que el público siempre termine perdiendo.

PLUS Y FALTA DE INDEPENDENCIA

Aunque a muchos les cueste hablar por vergüenza pública sobre la existencia del soborno en el periodismo argentino, no se puede ocultar que muchos hombres de prensa de un día para el otro pasan de austeros independientes a ricachones comprometidos. En un informe de Carl Bernstein (*Noticias*, 19 de abril de 1992), se citó a un prominente editor que manifestó que "el secreto sucio de nuestra profesión es que hay periodistas que trabajan para políticos e, inclusive, algunos que aceptan sobornos". En esa época también, el polémico exembajador norteamericano Terence Todman, antes de dejar el país, admitió que "existen en la profesión periodistas chiveros que siempre están buscando información con denodada intención y que escriben cosas pagadas por fuentes intencionadas".

A pesar de que el pago, soborno, o el "plus" que recibe el periodista en su labor es una práctica bastante antigua, con las declaraciones de Todman recobró actualidad el caso que un año antes había delatado el

senador De Armas por el supuesto cobro de 3.500 dólares para participar en el programa de Mirtha Legrand, y la denuncia de otros legisladores que le endilgaron a Bernardo Neustadt la misma práctica, incluso con una tarifa mayor.

María Teresa Herrán y Javier Darío Restrepo, en *Ética para periodistas*, explican que así como los medios deben "ordenar sus finanzas para mantener su independencia, cada periodista debe organizar su economía personal y familiar de modo que no corra peligro su libertad". Los periodistas de Formosa dan una clave en su código de ética: "La austeridad de vida es una fuente de independencia para el periodista". Herrán y Restrepo coinciden en que la mayoría de los códigos rechazan las dádivas, los honorarios que no procedan de la empresa de comunicación en la que se trabaja, los honores otorgados por entidades o personas que podrían ser fuente de información, las ventajas privadas para el periodista, las invitaciones, viajes y obsequios. "Todos estos códigos trazan un perfil austero del periodista y lo colocan por encima de la preocupación por el lucro y la riqueza, porque sólo así pueden ser independientes".

Estos autores también le asignan a las empresas la responsabilidad de mantener un nivel decoroso de remuneraciones con el fin de garantizar la independencia. "Su salario —dicen— debe permitirle al periodista dedicarse por entero al ejercicio profesional sin necesidad de acudir a otras fuentes de ingreso".

Otra fuente de ingreso común, que se da en algunos medios, ya sea porque son pequeños (radios de frecuencia modulada) o porque en medios más grandes se necesita subsidiar todos los espacios, es la práctica de imponer a los periodistas la venta de publicidad para que obtengan así parte de su ingreso. Difícil resultaría desterrar esta práctica por cuanto muchos periodistas viven de sus porcentajes de ganancia publicitaria más que de sus simbólicos sueldos. Esta es otra de las maneras en que se limita la independencia profesional y expone a los periodistas a contraer compromisos que les impedirían informar libremente.

A modo de ejemplo, el periodista Norman Solomon, en el artículo *Ética y Poder en el Periodismo Norteamericano* (*Chasqui*, CIESPAL, abril de 1992), dice que durante la guerra entre los Estados Unidos e Irak, cada vez que Tom Brokaw, locutor de los noticieros de la cadena NBC, informaba sobre los misiles estadounidenses arrojados sobre blancos iraquíes, estaba también informando sobre acontecimientos que resultaban lucrativos para quienes pagan su salario. "Brokaw jamás mencionó en sus noticieros televisivos que General Electric es una de las corporaciones que trabajan para el Pentágono. De modo que cada ataque sobre Irak equivalía a grandes ganancias económicas para esta corporación". Brokaw indudablemente estaba comprometido.

Cobrar los espacios en los medios de comunicación, más allá de lo estipulado en los contratos publicitarios, es una aberración desde todo punto de vista. Todo lo que el público consuma sin que se le advierta sobre mensajes dirigidos tendientes a modificar su opinión entra en el terreno de la publicidad (si son mensajes comerciales) o de la propaganda (si son mensajes de ideas). Informar al público con publicidad o propaganda solapada no es otra cosa que una práctica corrupta. La entrevista pagada o "publirreportaje" es un ilícito en la profesión periodística debido a que con intencionalidad se manipula a la población con un mensaje interesado.

Los fundamentos del periodismo se basan en la responsabilidad, la honestidad y, sobre todo, en el servicio insobornable a la verdad, elementos concatenantes que no tienen otra meta que servir al pueblo, el único propietario de la información. Martínez Albertos señala que un periodismo honesto equivale a un periodismo responsable; es decir, una actividad intelectual y humana que tiene como primer objetivo no el logro de unos beneficios económicos para sus promotores, sino la consecución de unas metas de alcance general y en beneficio de todos los integrantes del cuerpo social: los beneficios sociales están por encima de los beneficios particulares de los dueños del capital y de los comunicadores profesionales. Ante este concepto, es fácil advertir que, cuando se cobra un espacio informativo, se está fallando ante el público. El periodista, filtro y codificador de los mensajes, pierde su más preciada autonomía cuando cobra. Cuanto más grande sea la suma a recibir, más comprometido estará y menos objetivo y veraz podrá ser.

LA UNIDAD EDITORIAL CONTAMINADA

No sólo los periodistas cobran plus por sus espacios. Muchas veces, inescrupulosos propietarios de medios los inducen a que lo hagan y casi siempre bajo la justificación de que la producción es muy cara, como lo testimonió el productor de *Aplausos*, Daniel Tinayre. Pero peor fue la declaración del interventor de ATC, canal al que pertenecía ese programa, al decir que la empresa era totalmente independiente del canal, casi como justificando la supuesta práctica deshonesta. Lo que en este caso se perdió de vista, como lo pierden otros tantos propietarios de medios, es que los espacios informativos (noticia propiamente dicha, entretenimiento, publicidad, etc.) conforman la unidad editorial y tienen la responsabilidad ética absoluta de todo lo que se edita y emite. Tanto la información como la publicidad componen la unidad editorial y no escapan a las limitaciones éticas y jurídicas. Nadie puede argumentar que la información y el entretenimiento son controlados y no la publicidad.

Los empresarios periodísticos inescrupulosos, que no tienen otra meta que el éxito cuantitativo o el interés económico, justifican toda clase de plus, ya sea en la información (publirreportajes) como en la publicidad (avisos chivos), bajo los principios de la libertad de expresión y la de comercio. Nada más vil y corrupto que ampararse comodatariamente en un derecho y garantía tan fundamental y noble como la libertad de prensa.

Hay infinidad de categorías de plus que transgreden las normas morales de la profesión periodística. Algunos bastante corrientes, aunque difíciles de constatar, son: omitir datos intencionadamente a favor de una fuente interesada; publicar publirreportajes en los espacios habituales de información; recibir y pasar avisos chivos; percibir sueldos encubiertos de alguna empresa privada o de algún poder del Estado (periodistas "ñoquis"); hacer críticas destructivas con el objetivo de extorsionar al entrevistado; ofrecer la mejor ubicación para fotos, reportajes y títulos al mejor postor; permitirse sobornar a través de regalos; obtener compromisos a cambio de jugosas cenas o deslumbrantes vacaciones, etc. Dejarse llevar por esas tentaciones no es otra cosa que un procedimiento corrupto ya que, en el futuro mediato, deberá pagar su factura en detrimento del servicio leal que debe prestar al público. Poner limitaciones a los publirreportajes y avisos truchos no significa poner obstáculos a los medios de difusión, sino defender a la sociedad, al bien común y a la dignidad de la persona.

Si se comprobara que algún periodista cobra plus, lo malo sería que todo quedara en la nada y no se pensara en algún tipo de medida disciplinaria o al menos autorregulatoria. No se trata de que simplemente lo dilucide la justicia, como dio a entender el exjuez federal Oscar Salvi al decir que "no sé si cobrar es bueno o es malo, pero no todo lo que es malo es delito". Porque no implica que si no hay delito no pueda haber un hecho amoral, que en este caso es más contraproducente para la profesión periodística.

Oscar Cardoso y Silvia Mercado, de la Fundación para el Estudio y la Investigación de la Comunicación Social (FEICS), al explicar que la ética es el gran debate ausente en el periodismo argentino, expresan que esa ausencia se produce a pesar de que, en forma cíclica, la sociedad argentina reitera su preocupación sobre la conducta de quienes están encargados de abastecerla de información. Sin embargo, es llamativo que de estos periódicos no emerjan sanciones permanentes a individuos o instituciones. Lo malo de todo esto es que la dimensión del plus quede librada a la amplia escala de valores de los involucrados. Todos manosearán y discutirán el problema a la luz de una legalidad, mientras que todo pasa por debatirlo a la luz de la ética, como debería suceder con tantos otros temas argentinos y como lo indicó la jueza Ardoy al determinar que, si bien no había ningún delito si se hubiera querido cobrar al senador De Armas, sentenció que esa conducta merece un reproche ético. Si esto no se debate seriamente, los ríos de tinta ahora escritos pasarán de moda y los periodistas que cobran sus plus pretenderán reconocerlos o hasta dar recibos como si se tratara de una simple transacción comercial.

El mayor riesgo que se debe advertir es que si el plus no es saneado desde el mismo periodismo, se alentará a los legisladores para que multipliquen los proyectos de leyes mordaza, ya que verían a la comunicación social como una simple actividad comercial más y no como una profesión de servicio. El plus periodístico no es otra cosa que el cercenamiento de la libertad de prensa practicado, desdichadamente, por quienes tienen la noble misión de defenderla a toda costa.

CRITERIOS DISPARES

En la Argentina no hay un código de ética profesional en el que los periodistas puedan obtener lineamientos para desarrollar mejor la profesión. Por tal razón, la valoración de la información queda librada al juicio moral individual o a la amplia y diferente escala de valores de cada periodista, editor o medio de difusión. Es así como pululan los dispares criterios éticos y cada uno utiliza o manipula la ética informativa de la forma que más le convenga.

Para aunar criterios se necesitan normas orientativas que emerjan de un código deontológico, como tiene el resto de las profesiones, pero que no sea de aplicación coercitiva mediante nuevos grupos de poder colegiados, como pueden ser los tribunales de ética, sino más bien que sean declarativos y sobre todo educativos. Que mediante la enseñanza de estas pautas, escritas y consensuadas, el periodista pueda autorregular la profesión. Para quienes utilicen el soborno, por ejemplo, tarde o temprano el descrédito caerá sobre ellos, no tan sólo del público, sino de sus propios colegas.

Esta tercera postura, explicada en la introducción, necesariamente debe estar acompañada por un apoyo fundamental de la educación. En muy pocas escuelas de periodismo y facultades de comunicación social se observa la ética como una de las materias principales. Incluso, en algunas, no existen materias

que contemplen la deontología. La búsqueda del sentido ético de la profesión debe ser la fuente de inspiración necesaria para desterrar las malas prácticas del periodismo que, en definitiva, lo apartan de su propio fin: la verdad.

Una de las formas de empezar, ya no a debatir sino a actuar, es mediante ciertas recomendaciones que se podrían ir elaborando individualmente; es decir, en cada medio, en cada asociación de periodistas o en cada taller donde se enseñe periodismo. Será una forma de que la ética deje de ser tratada como una de las disciplinas intuitivas y llegue a ser una disciplina empírica. Tal vez sea el momento de ver cómo se instrumentaron los códigos de ética en otras partes del mundo: qué historias precedieron a su instrumentación, qué causas los originaron, qué consecuencias acarrearon y qué errores se podrían enmendar o sortear. De lo que se trata es de que el periodismo gane en dignidad, que sea más moral, dejando de lado las distintas formas de corrupción informativa. La libertad de prensa no puede ser solamente un ejercicio de defensa externa, sino que debe ser una práctica de corrección interna.

POLÍTICOS, PERIODISTAS Y PRESIONES

Muchos dirigentes se quejan de que los medios de comunicación no le dan la suficiente difusión a su acción política. Esa necesidad de dar a conocer su mensaje se debe a que conocen el efecto multiplicador de los medios y a que, como dice Martínez Albertos, el político es fundamentalmente un vendedor de productos ideológicos y necesita triunfar en el mercado sobre la competencia. Con la polémica desatada por el senador De Armas —sobre si está bien o no cobrar los espacios periodísticos— quedó en claro que el periodista que cobra autodestruye su credibilidad y desprestigia a la profesión, ya que su irresponsabilidad hace que el noble fin de la comunicación —la común-unión entre las personas— se transforme en un simple acto comercial. No siempre es el periodista, o el propietario del medio, el que invita a un personaje o le cobra el espacio, sino también hay personajes que intentan pagar y presionar por el solo hecho de aparecer. Válido es el refrán que reza: para bailar tango, se necesitan dos.

Es evidente que en todo este fenómeno de oferta y demanda el periodista no es el único culpable, aunque por cierto le corresponde la más alta cuota de responsabilidad. Los políticos, tanto como otros profesionales —artistas, deportistas, científicos, dirigentes en general—, son quienes tienen muchas veces el afán de figurar. Normalmente son los dirigentes políticos quienes tienen ansias de mayor notoriedad, debido a que una aparición en televisión o algunos centímetros en los diarios son suficientes para que su mensaje se multiplique y potencie, como difícilmente lo podría lograr a través de un acto público. Tranquilamente un concejal capitalino accede a más de cien mil personas si aparece en el diario o en un programa de televisión, mientras que para convocar a esa misma cantidad de personas necesitaría de un acontecimiento muy especial y de esforzados artilugios económicos. Los medios convocan espontáneamente, mientras el llamado a los actos públicos muchas veces es premeditado.

"Estas cifras dan vértigo —decía el periodista Horacio de Dios en el programa *Hora Clave*—. Aparecer en un programa exitoso permite alcanzar una audiencia, medida en rating, que llenaría diez o veinte veces el estadio Monumental de River. Ningún acto público puede cubrir íntegramente la capacidad de una sola cancha, aunque sea chica", sentenciaba.

Este fenómeno, que marca la derrota numérica de los actos públicos en relación con los programas televisados y los segundos por radio o las fotos y centímetros en los diarios, produce en el político un encandilamiento explicable. El senador De Armas hizo muy bien en denunciar, y ojalá sea cierto lo de que: "quiero aportar mi cuota a la moralización del periodismo. Soy algo así como un cruzado contra la corrupción. Quiero denunciar la corrupción en medios periodísticos, pero me refiero a esa clase de pretendidos comunicadores que en realidad son actores de segunda y desvirtúan la imagen de los periodistas haciendo periodismo de teleteatro".

Lo bueno de las denuncias que se han sucedido en los últimos meses en cuanto a los espacios que venden algunos periodistas y propietarios de medios es que, en forma de catarsis, sanearán a la profesión. Es evidente que con la *glasnost* y la libertad de prensa que ahora se viven en el país, cuando salta algo de la corrupción, al ventilarse el tema, se quema el negocio. Nadie puede dudar de que cobrar en el periodismo no es otra cosa que una práctica corrupta. Sería lamentable que quien no posea medios económicos ni quiera prostituir al periodismo no tenga acceso a los medios de comunicación.

Osvaldo Marzullo, de la agencia de noticias Noticias Argentinas, decía que cuando el revuelo se aplaque y todo se enfríe, el hombre común habrá tenido en claro algo: la necesidad imperiosa de los dirigentes por figurar, a veces, los echa a violar determinadas reglas no escritas pero aceptadas, como el hecho de pedir invitaciones en vez de esperarlas. Cuando uno accede a un lugar sin ser invitado, suele tildárselo de "colado". Los dirigentes ávidos de figurar —y son muchos— saben bien eso, pero parece no importarles y estar dispuestos a usar el teléfono y otros medios a su alcance, como los compradores de influencia, cuantas veces sea necesario con tal de lograr un poco de promoción.

Es muy normal que los periodistas que ejercen su profesión en los medios sean tentados a trabajar con los políticos en sus oficinas de prensa o como asesores. Oficinas que mejor deberían llamarse de relaciones públicas o de propaganda, ya que en raras ocasiones se preocupan de facilitar el trabajo del periodismo y prefieren contar la verdad que sólo a los políticos responsables les interesa. Esta forma de atrapar a los periodistas no es otra cosa que comprar solapadamente el espacio en los medios y la independencia del periodista, aunque por momentos esa acción esté justificada o tapada por la necesidad económica o por la libertad laboral. Tal dualidad de acciones, que distinguirá al periodista, no será otra cosa que una de las tantas incompatibilidades laborales. Jamás un periodista consciente y honesto en su misión podrá servir al derecho a la información a través del periodismo independiente y a las ideologías políticas mediante el dirigente que lo convocó para su propaganda. Tener dos patrones, uno periodístico y otro propagandístico, es incompatible profesionalmente. A esos periodistas tentados por los políticos no les pagan porque sean buenos profesionales, sino simplemente por el hecho de contar con un contacto en un medio de comunicación.

Pero lo peor de todo es que algunos periodistas contratados por los políticos se vuelven contra sus propios medios de comunicación —contra la sociedad toda— y actúan en ellos como viles espías, privilegiando los intereses de su patrón político y no los principios de independencia y honestidad de su profesión.

De todas formas, en este juego de presiones, no siempre los políticos salen ganando. El hecho de tener periodistas incompatibles o mercenarios no es óbice para ganar el mejor espacio. El político, cansado

de presionar sobre su periodista incompatible, tarde o temprano termina presionando a los jerárquicos o, mejor, a los propietarios de los medios. Es una presión que se juega a veces en forma de compromiso político, aunque muchas otras como presión económica: "si no me publican, corto el chorro de la publicidad".

Y entonces, cuando la presión es grande, los intereses muchos, los compromisos enormes, los medios caen en el servilismo, en el periodismo al servicio de una ideología, en detrimento de la verdad que merece el público. Es alarmante cómo las redacciones y los propietarios de los medios son presionados continuamente para que se publiquen y destaquen noticias interesadas. Son los buscadores de notoriedad, que demuestran una tendencia arrogante a opinar sobre cualquier cosa.

Los oportunistas son también otra casta de funcionarios que siempre tratan de aprovechar los problemas que descubre la prensa y son incapaces de recibir las denuncias de los propios votantes. Son los que de un día para el otro fabrican proyectos de ley, casi siempre de comunicación, adhiriendo a la lucha de los jubilados, de los maestros, de los ecologistas, etc., pero se muestran incapaces de crear leyes que se puedan aplicar para el bienestar práctico y concreto. Son los que quieren quedar bien con todo el mundo, pero no saben hacer el bien. Los oportunistas hablan en los momentos justos porque saben, a ciencia cierta, que en los medios les van a reproducir y multiplicar sus mensajes. Están siempre a la espera de que suceda algo con tal de opinar y se invitan ellos mismos para ser entrevistados. Son los que hacen denuncias generales sobre corrupción, pero jamás investigan y aportan una sola prueba. A veces se corre el riesgo de que estos oportunistas tengan contactos pagados en los medios que le brindan el espacio necesario para su notoriedad pública, a pesar de que sus discursos sean superficiales y triviales. Pero para los fines ello no importa, ya que el político sabe que mejor que decir es aparecer.

Lo peor en estos casos para el periodismo es dejarse engañar por los políticos sagaces, que utilizan un lenguaje ambiguo, verborrágico y seductor. Esta automática accesibilidad a las fuentes hace que el hombre de prensa recurra a los mismos referentes perdiendo el equilibrio noticioso. Daniel Prieto, sociólogo especializado en "declaracionismo", decía en *La Voz del Interior* (enero de 1992) que "para los políticos es como un juego que les otorga desde prestigio hasta centímetros, minutos y horas en los medios. Un juego al que también acceden algunos periodistas que al identificar a uno o dos referentes, los utilizan para todo. Tanto el político como su interlocutor quedan presos de su propia convicción: el presunto mensaje autorizado de uno para satisfacer la presunta demanda de información de otro. Si se analizan seriamente los discursos, el del interrogado coincide con el del interrogador".

Ya manifestaba Martínez Albertos que hay en algunos periodistas una especie de mimetismo. Terminan utilizando las mismas palabras que los políticos y convierten el mensaje periodístico en un mensaje ambiguo, totalitario, casi como un discurso político.

Sobre la necesidad de notoriedad de algunos políticos y sobre la forma en que la buscan, Julio Ramos decía, en *Ámbito Financiero*, que "no los vería absolutamente nadie si por algo desde antes no son conocidos. Ni Neustadt ni Grondona juntos lograrían audiencias para tales programas. No hay otro camino para el político que buscar, ir ganándose su propia imagen. Y suelen pagar para eso. Pagan solicitadas en los diarios, pagan a jefes de prensa, dan comidas a periodistas, a veces —inclusive— les dan empleos en organismos públicos y los hacen ñoquis".

CAPÍTULO XV ESPÍAS, OFICIALISTAS, ATAQUES E INDISCRECIONES

LAS FILTRACIONES EN EL PERIODISMO

Entre los medios de comunicación se suelen producir filtraciones de información. Dicho fenómeno se origina en el "espionaje" a cargo de empleados que, trabajando en una empresa, responden a intereses ajenos al ámbito en el que desarrollan su actividad. Sucede que antes de que se termine de redactar una noticia, el protagonista, alertado por un espía, presione al periodista para que desista de su publicación. También es frecuente que una primicia se filtre y sea otra empresa periodística la que la difunda o, simplemente, que artículos y fotos pertenecientes a un medio sean hurtados o divulgados en otro sin el correspondiente permiso. Estas filtraciones malintencionadas menoscaban la lealtad que el periodista debe tener ante sus colegas, compañeros y hacia el medio en el que desarrolla su actividad. A su vez, esas actitudes carcomen el prestigio y la credibilidad de los medios ante la opinión pública.

Tal situación fue denunciada en un editorial de la revista *Noticias*. Allí se explica que el 14 y el 17 de septiembre de 1991, en las ediciones de *El Cronista Comercial* y *Extra*, se informó que el periodista norteamericano Carl Bernstein, Premio Pulitzer en 1973 por su cobertura sobre el caso Watergate, vendría a la Argentina para investigar sobre la actuación de la prensa y los tres poderes del Estado en el denominado caso Yomagate, a través de un contrato efectuado por la revista en 25.000 dólares. La información recorrió los canales normales: fue publicada por los diarios y de ella se hicieron eco la televisión y las radios. Sin embargo, el detalle preocupante surgió del comentario de *Noticias* (22-09-91) al denunciar que esa información, desconocida incluso por sus propios periodistas, fue grabada clandestinamente durante una conversación que mantuvieron cuatro ejecutivos de la empresa.

Noticias reveló que "evidentemente nos habían grabado la conversación, porque la exactitud de las palabras (reproducidas en otros medios sobre la aceptación de Bernstein) nunca podría mantenerse en el traspaso oral de un informante a otro". Aclaró la revista de la Editorial Perfil que, después de investigar sobre el asunto, se les explicó desde la SIDE (aunque no identificó a los voceros) que, si bien sus teléfonos no están continuamente pinchados, "hay mucha gente interesada en saber en qué andan... a ustedes tenemos que cuidarlos permanentemente, no podemos permitir que les pase algo... todos dirían que fuimos nosotros". La editorial afirma que siempre se sospechó que sus teléfonos estaban bajo escucha y lamentó que ello ocurra con la mayoría de los medios importantes.

BOCONES Y HURTOS EN LAS REDACCIONES

Si bien los medios tienen la certeza de que del otro lado se sabe todo, les resulta difícil contrarrestar a algunos empleados "bocones" que, con su torpeza de hablar a los cuatro vientos, divulgan las primicias antes de que sean publicadas, intencionadamente o no. El ejemplo más concreto, al respecto, que configuró un caso de censura previa, fue el que sucedió el 23 de mayo de 1987, cuando el juez federal Martín Irurzún no permitió que se publicara la solicitada en favor de las Fuerzas Armadas por sus esfuerzos en la lucha contra la subversión. Lo grave de ese caso no fue que no se haya publicado la solicitada en los diarios, sino cómo fue filtrada esa información hacia el exterior de esos medios. Según trascendió luego, la denuncia se originó en las filtraciones de los mismos trabajadores de los diarios.

Quedó demostrado así que con las filtraciones no solamente se perjudican los medios entre sí, sino que éstos minan la credibilidad de las fuentes de información. ¿Qué confianza pueden tener las fuentes *off the record*, por ejemplo, de que se mantenga la confidencialidad de sus informes, si el periodismo no es capaz de guardar otro tipo de secretos? Las filtraciones son una afrenta constante a la ética periodística, ya que el informador tiene el deber y el derecho de guardar los secretos a pesar del riesgo que corre, incluso, su libertad física.

Sucede también que un medio hurte materiales de publicación a otro. Este tipo de hurtos es frecuente en relación a las fotografías. Algunos medios utilizan fotografías que pertenecen a otros, obteniéndolas en forma clandestina, sintonizando la frecuencia de emisión de las agencias de noticias. Sobre este tipo de piratería editorializó *Noticias* por una foto de su archivo (Amira Yoma e Ibrahim Al Ibrahim) que fue publicada por *Somos* con el crédito de "exclusiva". En ese entonces, el directorio de Perfil destacó que un fotógrafo despedido se había llevado consigo sus fotos y las había puesto a disposición de otra revista, hecho al que calificó de hurto, por cuanto las fotografías pertenecían a su archivo.

Aunque estos acontecimientos parecieran enmarcarse dentro de las películas policiales y desprestigiar a los trabajadores de la prensa en el país, se debe considerar que ello sucede en el periodismo de todo el mundo, hechos que se comprueban a través de los códigos deontológicos periodísticos que norman en tal sentido. Al respecto, valga el ejemplo de los más prestigiosos diarios de los Estados Unidos. El *Washington Post* hizo público en 1991 el despido de uno de sus periodistas porque utilizó información que fue con anterioridad publicada en el *Miami Herald*, en un flagrante caso enmarcado en el plagio y en la falta de respeto por el derecho de autor.

Además, en 1992 se cumplió el décimo aniversario de la historia "Jimmy's World", que publicada por el *Washington Post* mereció el premio Pulitzer. Luego, el premio tuvo que ser devuelto al saberse que su periodista Janet Cooke había fabricado e inventado esa nota sobre un niño de ocho años que se había hecho adicto a la cocaína. En otra época, el *New York Times* reconoció haber publicado un artículo sobre Camboya que había sido escrito por un periodista mientras veraneaba en su casa en España, plagiando una novela de André Malraux, como cita Juan Antonio Giner en su texto *Las denuncias contra la prensa*.

Sobre el tema de los secretos y las filtraciones, luego fue el *Wall Street Journal* el que despidió a un periodista por adelantar a sus amigos información sobre la Bolsa antes de que se publicara para que éstos se beneficiaran con prácticas especulativas. A este frecuente problema de filtraciones y de hurtos

en los medios, Brajnovic lo califica de corrupción y reclama que es una falta de lealtad para con los compañeros de trabajo y para con la misma empresa periodística. También habla de deslealtad a la fuente de información (agencia, otra publicación, autor o medio) cuando se la silencia o no se la cita con el propósito de demostrar que tal información es original, propia o inédita.

Por su parte, y en forma de advertencia sobre estas prácticas de deslealtad en el periodismo, el comunicólogo norteamericano Stephen Hess explicaba a la revista *Gente* que hay que decir de dónde proviene la información y no hacer creer que fue recogida personalmente. Advertía que "citar dónde fue publicada la noticia no disminuye en nada su valor". Todo lo contrario, hace a la credibilidad del diario. "Pero si uno no cita la fuente está haciendo trampa. Es como los chicos en el colegio que se copian, pero con un agravante: se trata de gente adulta, de profesionales", remarcó Hess.

CONTRAINTELIGENCIA PERIODÍSTICA Y MERCENARIOS

Hay numerosas personas que, aunque trabajan en la actividad periodística, jamás pueden ser denominadas periodistas por el respeto que la profesión merece. Se trata de individuos que, pagados por grupos extraños al medio en que trabajan, utilizan a la profesión para desacreditar a otras personas o a los otros periodistas a los que califican de colegas. Estos, especie de mercenarios de la información, muchas veces pagados por los gobiernos de turno y por los partidos políticos, se esconden detrás del antifaz y de la inmunidad periodística que brinda la libertad de prensa y sacan a relucir, infiltrados en los medios, toda una parafernalia dialéctica en contra de quienes, por ejemplo, denuncian cierta corrupción o simplemente desdibujan una imagen de un grupo o del gobierno que intencionadamente se pretende mantener límpida y transparente.

Sobre esta clase de periodistas, el secretario de redacción de *El Cronista*, Horacio Finoli (*Gente*, 18 de junio de 1992), advertía que "las operaciones encubiertas existen. Su éxito depende de la capacidad de disfrazarlas de tal modo que una jugada política se convierta en información periodística. Esta eficacia no sólo requiere de los operadores, sino de colegas que por un rédito económico aceptan la transacción".

En el canal estatal ATC se sospecha de algunos comunicadores que levantan cortinas de humo, tiran globos de ensayo o venden "carne podrida" (informaciones falsas) para contrarrestar informaciones que descalifican al gobierno. Es un método muy común llevado a cabo siempre por oficinas de prensa gubernamentales, o partidarias, que tratan de confundir y de estirar un manto de sospecha sobre todos los sectores cuando aquél al que defienden se encuentra acorralado. De esta forma, estos periodistas que no debieran ser denominados como tales hacen gala del refrán "a río revuelto, ganancia de pescadores".

Fue el mismo embajador argentino ante la UNESCO, el escritor Jorge Asís, quien en una fugaz visita al país en junio de 1991 calificó de "cirujeo informativo" al periodismo que desde los medios independientes "trata de desestabilizar al país" mediante una campaña contra el menemismo y los árabes.

A fines de 1991, la opinión pública tuvo acceso al caso del jubilado cordobés que quería suicidarse por su bajo sueldo. Pero también se observó con indignación cómo el jubilado fue "sepultado" por el periodista Luis Beldi en el programa *Hora Clave*, entonces emitido por ATC, quien después de aducir una investigación sacó a relucir el feo pasado de este pobre anciano. Hace menos tiempo, otro

periodista, aduciendo una nueva investigación, utilizó el programa de Graciela y Andrés para descalificar a un supuesto cura que, por un atentado contra su parroquia, le daba una mala imagen al gobierno. La abogada del autocalificado presbítero acusó al periodista de estar pagado por el oficialismo y de utilizar el canal estatal para desprestigiarlo. Inmediatamente, los conductores del programa necesitaron ir a un corte.

En estos dos episodios aislados se pudo advertir que los periodistas, a pesar de dar buena información, se comportaron muy hostiles con un mismo propósito: desprestigiar a los entrevistados, a quienes, por otra parte, no se puede decir que los hayan entrevistado, sino más bien que los han interrogado violentamente al mejor estilo policial. También se pudo observar continuamente cómo el interventor de ATC, Gerardo Sofovich, utilizó su programa *A la manera de...* para desprestigiar a los medios que denunciaron irregularidades en el gobierno. Primero fue *Página 12*, considerado por algunos sectores como marginal, que mereció muchas veces su opinión descalificatoria; pero con el transcurso de los meses (segundo semestre de 1991 y primero de 1992) casi todos los medios que publicaron alguna denuncia sobre corrupción en el gobierno merecieron la desaprobación de Sofovich y otros periodistas oficiales (Beldi, Viale, Martínez, Kelly, de Mendoza...) que jamás comprendieron que ATC es un canal del Estado argentino, es decir, del pueblo todo, y no un canal oficial o del gobierno.

A fines de 1991, empresarios periodísticos nucleados en ADEPA, por ataques reiterados a miembros de la institución, dijeron de Sofovich que "lo menos que puede reclamarse de quien periódicamente arbitra sobre la exactitud de si una manzana es partida en su justo medio, es tener en cuenta que los cargos oficiales imponen una ponderación no menor cuando se habla de los medios de comunicación independientes".

EL RESPALDO OFICIAL Y EL GRUPO BAROLO

No se puede pedir mucho de los periodistas que no son periodistas si su mismo patrón, el gobierno nacional, los incentiva, porque él mismo ataca continuamente a la prensa, como cuando lo hizo el presidente Menem desde el programa *Cocinando con Roberto Galán*, al decir que había que reglamentar (aunque luego aclaró que quiso decir "jerarquizar") la profesión periodística con el fin de evitar a "los imberbes que no entienden la realidad del país", para luego afirmar que "esto no es culpa de los imberbes, sino de las organizaciones donde están los imberbes, ya que no puede ser que larguen a la calle a cualquier chico...".

Es incompatible con la actividad periodística el comportamiento de los comunicadores oficialistas que adhieren obsecuentemente al gobierno cuando tilda a algún medio de delincuente o imberbe, o lo acusa de excederse en la libertad de prensa o de hacer "escandaletes" para vender más, como sucedió cuando los periodistas independientes resaltaron su preocupación por la conflictiva remodelación de los aeropuertos en octubre de 1991. De todas maneras, estos comunicadores, que no debieran hacerse pasar por periodistas comunes, tienen, aparentemente, el respaldo del secretario de Medios de la Nación, Raúl Burzaco. Sobre él, *Noticias* (11-08-91) decía que "arribado Burzaco a la Secretaría se reunió con ellos (otros periodistas y creadores de imagen del Presidente) y especuló sobre posibilidades tendientes a desacreditar a la prensa no complaciente. Teorías y estrategias que se pensaron en tiempo de asedio periodístico sobre temas que involucraban a funcionarios y periodistas afines a Menem (quien enumeró

a sus preferidos públicamente encabezando la lista con el nombre de Luis Beldi)".

Por obvias razones de sospecha sobre algunos periodistas que actuarían ideológicamente de palabra y omisión a favor del gobierno, a principios del mes de agosto de 1991 un grupo de diputados radicales presentó un pedido de informes al Poder Ejecutivo Nacional acerca de la presunta operabilidad de un grupo de contrainteligencia periodística denominado "Barolo" —por operar en el pasaje de la calle del mismo nombre en Buenos Aires—, el cual buscaría desacreditar a políticos de la oposición. Esta denuncia sobre la prensa oficialista se dirigió especialmente a remarcar un grupo comunicacional formado por la Secretaría de Medios, ATC, Radio Nacional y Télam.

Luego de la denuncia, el gobierno desmintió la existencia del grupo de contrainteligencia periodística que actuaría para contrarrestar opiniones desfavorables al gobierno y retrucó la especie acusando a los radicales de que el grupo "Barolo" funcionó durante la administración del expresidente Raúl Alfonsín. Burzaco insistió en que el grupo paraoficial se albergó, en ese entonces, bajo la dependencia de la SIDE e indicó que se encargaba de tareas de acción psicológica.

Más allá de las acusaciones de grupos antagónicos, todos dan como cierto que antes como ahora este tipo de grupos existían, lamentablemente. Si bien no se puede culpar a un gobierno o a otro por cobijar grupos periodísticos paraoficiales, lo cierto es que siempre el oficialismo buscó, por todos los medios, mantener buenos contactos con los periodistas. Incluso durante el gobierno de facto pasado se conoce que hubo muchos otros espías escondidos en los medios que acercaban información al seno del poder, ayudando en las tareas de inteligencia y contrainteligencia. Alguno de ellos, haciéndose pasar también como periodista, actuó en Chile brindando información a la DINA (la policía secreta chilena) delatando a personas con ideas contrarias al exrégimen de Augusto Pinochet, como se mostró el primer jueves de octubre de 1991 en "Torturas", un programa de *Informe Especial* que emite la Televisión Nacional de Chile.

Nunca se sabrá a ciencia cierta si estos mercenarios infiltrados en el periodismo se convierten a la contrainteligencia por *motu proprio* o son tentados para hacerlo. La verdad es que el hecho de ser mercenario de la información no sólo les sirve para desacreditar, a través de los medios, a los contrincantes al gobierno, sino también para descalificar a la profesión que, con tanta lealtad y devoción, abrazan los verdaderos periodistas. Estos mercenarios demuestran que la tarea periodística, que supuestamente está para controlar al poder público y observarlo desde la vereda de enfrente, es un muy buen escondite para hacer inteligencia justamente debido a su cercanía con el poder. Y aunque no sirva de consuelo, tal relación entre periodismo e inteligencia se da en casi todos los países, autoritarios, dictatoriales o democráticos.

Las noticias internacionales dan cuenta a menudo de este problema. En junio de 1991, la policía alemana arrestó al corresponsal de la agencia Reuter en Hamburgo, Peter Wolter, quien admitió haber hecho espionaje al suministrar materiales al Ministerio de Seguridad Estatal de Berlín Oriental, cuando todavía el muro no había sido derribado entre las dos Alemanias. Quienes con apariencia de cordero trabajan en el periodismo como serpientes jamás deberían pisar un medio de comunicación. No sólo porque la profesión no merece ser desprestigiada, sino más bien porque la ética periodística señala que la opinión pública no debe ser manipulada ni asediada con mensajes mentirosos e intencionados que buscan el interés de un grupo en particular.

EL PLAN MANZANO Y LA SOLEMNIDAD DE LA REACCIÓN

El 7 de febrero de 1992, *Ámbito Financiero* denunció en su primera página un "plan para manipular la opinión pública y presionar y/o halagar, según los casos, a los medios de difusión". Acusó el diario que el plan fue elaborado por el ministro José Luis Manzano y Juan Carlos Mazzón (quien ya había renunciado al ministerio en esas semanas) y se puso en marcha favoreciéndose en primer término al diario *Clarín* y a la revista *Somos* con la primicia del caso de la apertura de los archivos nazis, y presionándose a Bernardo Neustadt para que morigerara los ataques contra Manzano en su programa *Tiempo Nuevo*.

"En otras partes el plan —según *Ámbito*— consiste en manipular próximas privatizaciones de canales de televisión, en favorecer a periodistas con programas bien remunerados en emisoras y canales de televisión del Estado y en pagarles también a periodistas para que accionen sobre varios medios hostiles al gobierno, sobre todo contra Bernardo Neustadt, la revista *Noticias* y el diario *Página 12*". Luego, *Ámbito Financiero* describió en la edición de ese día "los detalles casi maquiavélicos" del plan que denominó "Plan Manzano sobre Medios y Periodistas", dando a conocer qué parte de la torta repartiría el Estado a algunos medios no tan hostiles de Buenos Aires y a otros del interior del país.

A estos últimos se les ofrecería, o favorecería masivamente, con el traslado del 26% del capital accionario de Papel Prensa, empresa que hasta este momento pertenece a una sociedad formada por el Estado, *Clarín* y *La Nación*. Más allá de la veracidad o no sobre el Plan Manzano, que no fue desmentido por organismo alguno, lo cierto es que siempre existieron y, desgraciadamente, existirán favoritismos para algunos medios de comunicación, tanto para aquéllos que utilizan la información de favor como para los que extorsionan para mantener el silencio.

Fue también a finales del año pasado cuando el Estado nacional negó la publicidad oficial únicamente al diario *Página 12*, lo que fue contemplado como otro método violento contra la labor de informar y criticar que tiene el periodismo. No obstante estos hechos contra el periodismo, una de las violencias más sutiles que se cometen contra los hombres de prensa proviene del silencio que guardan las fuentes oficiales. No se trata de una violencia física ni ideológica, sino de una práctica burocrática por medio de la cual los funcionarios creen que la información es una concesión graciosa y no un deber que tienen ante el periodismo y la ciudadanía. Un editorial de *El Litoral* (enero de 1992) manifestaba sobre el tema que "se trata en primer lugar de respetar el derecho a la vida, pero también de respetar el derecho que tienen las sociedades de mantenerse adecuadamente informadas".

Casualmente o no, después de estas denuncias y de los ataques reiterados de periodistas oficialistas contra medios y periodistas independientes, aparecieron en los diarios de Buenos Aires varias solicitadas mostrando preocupación ante las amenazas que constantemente se ciernen sobre la libertad de expresión. Bajo el título "Libertad de Expresión" (21-05-92), firmada por Jorge de Luján Gutiérrez y Aldo Proietto (directores editoriales de Editorial Atlántida), Teresa Pacitti (directora adjunta de Editorial Perfil), Jorge Lanata (director de *Página 12*), Bernardo Neustadt (*Tiempo Nuevo*), Mariano Grondona (*Hora Clave*), Roberto Pablo Guareschi (secretario general de Redacción de *Clarín*) y Saturnino Herrero Mitjans (gerente de Relaciones Institucionales de *Clarín*), se participó en una solicitada en la que se denunció que "desde algunos medios en manos del Estado se ha desatado

una campaña que pretende amedrentar a periodistas y medios de comunicación independientes que se han limitado a publicar (un derecho constitucional, pero además una obligación ética) denuncias que interesan a la sociedad toda. En este ataque se ha apelado a la infamia".

"También se han buscado otras formas de ataque a través de medidas coercitivas aplicadas desde el gobierno para sancionar pretendidos excesos en la libertad de expresión. Una jueza quiso —y lo que es peor, lo consiguió— imponer la censura previa para un programa de televisión", añadía la solicitada. "Antes se le había retirado la publicidad oficial a un medio como sanción por noticias que disgustaban al gobierno, lo que es una grave confusión, ya que esa publicidad es un bien público y, como tal, no pasible de utilización facciosa. Antes también se había calificado de 'delincuentes' a periodistas que se limito a ejercer su función de informar. Por todo esto es que convocamos a la reflexión. Es lo menos que se merece ese bien inalienable de la democracia que es la libertad de expresión".

En esos días también fueron publicadas varias solicitadas con el mismo tenor por la Comisión Empresaria de Medios de Comunicación Independientes (CEMCI), nucleando a la Asociación de Diarios del Interior de la República Argentina (ADIRA), la Asociación Argentina de Editores de Revistas (AAER), la Asociación de Canales de Cable (CCTC), la Asociación de Editores de Diarios de la ciudad de Buenos Aires (AEDBA), la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas (ARPA) y la Asociación de Telerradiodifusoras Argentinas (ATA).

LA PATRIA PERIODÍSTICA

También, casualmente o no, casi coincidiendo con la teoría de Asís sobre la idea desestabilizadora del periodismo, en esos días, atacando o denunciando al mismo periodismo independiente, Julio Ramos, de *Ámbito Financiero*, comenzó a hablar de la "patria periodística", palabras que atribuyó al desborde de la prensa en la búsqueda de un desmesurado espacio de poder. "Ya hubo una patria financiera, una patria metalúrgica, una patria contratista y hoy asistimos a un desborde de la prensa", decía Julio Ramos. Las esperadas respuestas de los demás periodistas no se hicieron esperar.

Mariano Grondona dijo que es una frase que responde a una idea de narcisismo colectivo en el que sólo creen algunos periodistas, mientras que Jorge Lanata (*Gente*, 18 de junio de 1992) dijo que "no existe una patria periodística, eso es una interpretación paranoica de Julio Ramos... pero no nos tenemos que ir de mambo, hay periodistas que utilizan al periodismo para otra cosa que no es necesariamente la superación profesional. Yo no quiero ser diputado como Julio Ramos lo intentó, ni quiero hacer la Plaza del Sí (como Neustadt), quiero ser un buen periodista y nada más".

Por su parte, el prosecretario de Redacción de *Clarín*, Ricardo Kirschbaum, decía en el mismo reportaje que "la patria periodística no existe y el que acuñó la frase tuvo una intencionalidad. El periodismo no busca el poder, ése no es su objetivo. Es ridículo pensar que publicar información puede atentar contra la estabilidad del sistema". Mientras tanto, Neustadt negó terminantemente que la información fuera desestabilizadora y admitió que "durante los primeros años de democracia existía el miedo a desestabilizar. Ahora las denuncias son más profundas porque se ejerce más la libertad".

En aquellos días (20-05-92), ADEPA, en su informe de la Comisión de Libertad de Prensa, dijo que algunos medios "han debido soportar ataques subalternos desde el aparato del Estado. Otros se han preguntado hasta qué punto ellos mismos no han sido destinatarios indirectos de una campaña general

de amedrentamiento e intento de desprestigio. Todos han asistido con asombro a la dilapidación de recursos públicos en movilizaciones periodísticas degradantes, en primer lugar para sus inspiradores". En otro párrafo, el informe hizo alusión a la campaña que se había desatado sobre la "guerra de los medios". ADEPA dijo que "no hay guerra de medios. Las publicaciones independientes, los diarios y revistas ajenos a cualquier subordinación abierta o furtiva por prebendas o por cualquier tipo de promesas están hermanadas en las instituciones que las representan. En todo caso, tal guerra estará en alguna mente febril que nunca falta, sobre todo en la conducción caprichosa de los deficitarios medios de comunicación del Estado". Y rechazando que el periodismo buscara desestabilizar el sistema, el informe señaló: "sepa el gobierno defenderse a sí mismo defendiendo en sus últimos tres años la Constitución sobre la cual juraron sus más empinados miembros. Es decir, la Constitución con la cual los argentinos deben tener un compromiso indisoluble".

CUANDO EL PERIODISMO ES INDISCRETO

En esta época de fina tecnología, la vida privada de las personas se ve constantemente amenazada. Micrófonos casi invisibles, máquinas fotográficas diminutas, teleobjetivos poderosos, grabadores en miniatura y toda una gama completísima de dispositivos electrónicos son utilizados, al mejor estilo Hollywood, para invadir la intimidad de las personas. Lo que antes era patrimonio exclusivo del agente 007, hoy se puede adquirir a precios razonables en comercios de grandes ciudades.

El periodismo siempre se nutrió de esas herramientas, y prueba de ello son las publicaciones que desnudan la vida privada de variados personajes, revelan los secretos de conversaciones o dan a conocer documentos confidenciales que ponen, a veces, en peligro la estabilidad de un Estado. Lo que para algunos medios y periodistas la aventura de espiar empieza como un juego de película para demostrar su poder o lograr una primicia que luego dará ganancias económicas, termina en un problema muy complejo y a todas luces reprochable desde la óptica de la ética informativa.

El derecho a la intimidad y a la vida privada es una de las tantas limitaciones que tiene el periodismo. Muchas veces desde los medios se piensa que la libertad de expresión justifica todo tipo de acción periodística. No se entiende que la libertad tiene como deber fundamental la responsabilidad y que ésta obliga a prever los efectos y consecuencias que puedan perjudicar o lesionar a otra persona. Esto implica que la prensa debe cuidar con responsabilidad el derecho a la intimidad de cada individuo. Debe protegerlo y no desprestigiarlo.

De todas maneras, a pesar de que estos preceptos son conocidos en el mundo periodístico, la primacía de los intereses económicos sobre los del bien común hace que la primicia sea obtenida de cualquier forma, porque su posterior divulgación sensacionalista asegura mucho público. Cuando no hay responsabilidad y se desconocen los límites del derecho a la información, a la intimidad y a la libre expresión, es muy fácil que se caiga en técnicas amarillistas como la exaltación y exageración. La loca carrera por la competencia informativa, el temor a que se desplome el rating y el tiraje, muchas veces hacen que se recurra a métodos ilícitos o ilegales. Poner micrófonos secretos en una casa o en una repartición es un vulgar allanamiento del hogar o de la oficina. Lo que no está permitido para un policía, un político, un espía o para un partido, tampoco puede ser tolerado a un periodista o a un medio de comunicación.

Basta recordar el problema originado por micrófonos ocultos en la quinta presidencial de Olivos, denunciado en 1990 por la esposa del Presidente; la revelación de medidas económicas confidenciales que pusieron en peligro la estabilidad financiera del Banco Central; el descubrimiento de dispositivos electrónicos en la construcción de la embajada norteamericana en Moscú, que derivó en la demolición del edificio, o el conflicto de espionaje entre partidos políticos de Estados Unidos que derivó en la renuncia del presidente Richard Nixon en el tan sonado caso Watergate, para darnos cuenta de que la violación de la privacidad no es sólo un problema ético, sino que también es condenado por las leyes en todas las naciones del mundo.

El 4 de septiembre de 1990 se destacó la noticia dada por *Página 12* sobre conceptos injuriosos que habría proferido el entonces ministro de Obras y Servicios Públicos, José Roberto Dromi, a su par Erman González (28-08-90), y declaraciones en contra del gobierno italiano en cuanto a que "es vomitiva la relación con Italia, que practica una política de extorsión" para imponer condiciones en acuerdos bilaterales, y que "la Argentina está negociando de rodillas frente a sus acreedores internos en condiciones aberrantes y vergonzosas".

Si esas declaraciones las hubiese efectuado Dromi directamente a la prensa serían conflictivas seguramente, pero se tornaron en muy graves para la política del Estado y para las relaciones internacionales por cuanto fueron atribuidas a una grabación clandestina que se habría hecho durante la reunión que mantuvo el exministro con los miembros de la Comisión Bicameral del Congreso de Seguimiento de las Privatizaciones. Todavía no fue aclarado quién realizó esa grabación en una reunión cerrada a la prensa y reservada. La tarea de espionaje parece haber sido hecha por un integrante de la comisión y entregada a la prensa. Más allá de la intención buscada, lo cierto es que la publicación se hizo y las consecuencias pudieron ser muy graves.

En ese caso se deberían estudiar los motivos que prevalecieron para la publicación. Indudablemente ya es una falta de ética periodística dar a conocer algo que no era público, y máxime cuando se trata de la lealtad que debe tener el periodismo al país, cuando se sabe que los hechos a publicar pueden interferir en la política exterior. Comúnmente los medios periodísticos tienen como única alternativa ante estas reuniones calificadas de secretas, criticar duramente el secreto que desean mantener los funcionarios durante la etapa democrática, ya que tienen la obligación de dar a publicidad todos los actos de gobierno. Pero distinto es cuando se viola ese secreto, porque equivale a transformarse en un simple transgresor de las normas éticas. Además, como límite de la profesión, el secreto profesional no es sólo un derecho del periodista a no revelar las fuentes, sino también un deber de no dar a conocer nada que en sí mismo es considerado como secreto o constituye un secreto de la palabra empeñada, como en el caso del archiconocido *off the record*.

EL PERIODISMO Y LA LEALTAD AL PAÍS

El caso de la grabación clandestina, caratulado por la prensa como el "Dromigate", no quedó en una mera publicación de conceptos. Primero, porque para el gobierno se trató de un conflicto de poderes y de la seguridad del Estado y, segundo, porque involucró a la prensa, al menos en lo que se refiere a la lealtad que ésta debe guardar para con el país en el que actúa.

El episodio fue calificado como una grave lesión a la patria por el entonces procurador general de la Nación, Oscar Roger, quien recriminó a los legisladores (divulgadores de aquella reunión) recordándoles que "existe un acuerdo tácito para mantener en secreto los detalles que hacen a la seguridad del país", a la vez que aclaró que las investigaciones no implican un avance sobre la libertad de prensa, sino que se trata de establecer el tipo de asalto y cómo se tipifica en el Código Penal. Lo que aquel hecho demostró, desde el punto de vista de los medios y de la moral que existen sobre las publicaciones, es que la divulgación de un secreto es una falta a la ética informativa y máxime cuando se trata de la debida lealtad que debe tener el periodismo para que el país no incursione en conflictos comprometedores con su política exterior. La libertad de prensa no justifica toda noticia.

Según algunas obras sobre el derecho a la información, la teoría clásica de la responsabilidad demuestra que, mientras más libre es la persona, mayor es la responsabilidad y cuanto más responsable se es, más noble se debe ser "porque la responsabilidad es uno de los títulos necesarios para ser hombre de alta calidad moral". Dentro de la ética profesional informativa, los medios de comunicación tienen tres deberes fundamentales: servir a la verdad, ser independientes y velar por la lealtad. A su vez, la lealtad tiene tres objetivos según González Bedoya: lealtad a las fuentes, lealtad a la Nación (traducida en un respeto a las jerarquías e instituciones, al jefe de Estado y a la seguridad y defensa nacional), y lealtad a la Justicia (colaborando con los funcionarios de la administración de justicia en todo aquello que no conculque otros deberes previos, como el secreto de las fuentes).

Luka Brajnovic dice que del secreto profesional del periodismo se desprende que "se deben guardar los llamados secretos de Estado". Pero advierte que no se trata de los secretos de un gobierno o de unos personajes políticos, sino del país. Explica que, en estos casos, la ocultación es éticamente obligatoria sólo si la revelación de un secreto pone en peligro la seguridad nacional o la paz internacional. Si bien sus declaraciones se pueden interpretar como limitaciones a la libertad de expresión, hay que pensar que la responsabilidad de no divulgar se debe a que existe una obligación social de más peso: se trata de la lealtad patriótica a la Nación. Sobre la lealtad al país por parte de los periodistas, diferentes códigos de ética profesional la interpretan de la misma forma. El de Grecia dice que el objetivo del comunicador es la defensa de los derechos nacionales, la independencia y la integridad del país. Mientras tanto, el de España observa que el periodista deberá tener sumo cuidado en la publicación de todo aquello que atañe a la seguridad, integridad, estabilidad y soberanía nacional, así como a la convivencia y a la paz ciudadana, tanto nacional como internacional.

Un caso revelador ocurrió en Chile. Recién en septiembre de 1991 se confirmó la versión de que la Armada chilena, a mediados de la década del 70, había hundido un submarino peruano en la bahía de Valparaíso, presumiblemente en un acto de espionaje. La confirmación vino por parte de periodistas chilenos que, en aquella oportunidad, tuvieron acceso a documentación confidencial probatoria, pero que no habían revelado datos por temor a un conflicto bélico, teniendo en cuenta que ambos países protagonizaban una carrera armamentista en medio de un agravamiento de sus relaciones bajo los regímenes de Augusto Pinochet y de Francisco Morales Bermúdez. El hecho demostró que la libertad de expresión, en ese caso, tuvo su limitación: el principio de lealtad al país. Claro que ello se mantiene cuando se trata de información que debe ser confidencial, porque la prensa no tiene responsabilidad sobre lo que los funcionarios hagan público, a pesar de que promuevan un conflicto. Como sucedió en esos días con el general Pinochet, quien, por su discurso público en el Rotary de Santiago de Chile,

provocó un resquebrajamiento de las relaciones con Alemania, ya que dijo que el ejército alemán "está compuesto por drogadictos, homosexuales, melenudos y sindicalistas". En este caso, las declaraciones fueron públicas y la prensa cumplió con su responsabilidad de divulgación.

Si bien el principio de lealtad se traduce en el debido respeto que el periodismo debe tener por las instituciones del país, no se debe confundir con la función de criticar, que también le cabe para poder controlar a los tres poderes del Estado. Calificar de desestabilizadora de la democracia a la prensa cuando critica a algún poder es muy común. Sucede que los funcionarios se entusiasman con el poder y quieren convertir en secreto todo lo que es público, como en el caso de los gastos de bloques, las dietas, los presupuestos, etc. Temen que la oscuridad del poder sea desenmascarada, lo que demuestra una intención aviesa de ocultación y desinformación. Así como se defiende el sistema democrático y se debe evitar su posible desestabilización, el periodismo tiene el deber de preservarlo de la forma más correcta. Este sistema, aunque sea malo y deficiente, es el mejor de todos; sin embargo, contentarse con vivir en una mala democracia es un sentimiento muy antidemocrático.

CAPÍTULO XVI EL DESEQUILIBRADO ORDEN INFORMATIVO

SEGURIDAD, CENSURA Y PROPAGANDA

Con la guerra en el Golfo Pérsico quedó nuevamente demostrado que no siempre la mayor cantidad de noticias ayuda para que la población esté mejor informada. Algunos de los mejores periodistas del mundo y sus equipos de comunicación de alta tecnología estuvieron atrapados entre la franja que separaba las tropas aliadas de las iraquíes. Las restricciones informativas, impuestas por militares de ambos bandos, hicieron que el talento periodístico se viera cercenado por la censura, actividad que fue justificada por razones de seguridad nacional.

Bajo la justificación de que, en épocas de guerra, la información puede desestabilizar cualquier estrategia, los militares tratan de aumentar su influencia sobre las comunicaciones, como demostraron en los últimos conflictos de Vietnam, Afganistán, Irak-Irán, Malvinas (1982), Grenada (1983), Panamá (1989) y el Golfo Pérsico (1990-91). También cabe acordar que la censura sirve para manipular al periodismo y para que, a través de él, se dé rienda suelta a la maquinaria propagandística. Es así como la seguridad o los secretos de Estado, la censura, los medios como instrumentos de propaganda, la libertad de prensa y el derecho del público a saber la verdad son elementos que se entremezclan en una oscura nebulosa que es muy difícil disipar.

La guerra del Golfo, principalmente, demostró que el exceso de noticias no siempre viene acompañado de la información necesaria. Las fuerzas militares enfrentadas aplicaron la operación matemática de lo inversamente proporcional: a mayor despliegue de las acciones, menos información, según relataba un cable de la agencia Reuter. Tal vez éste sea el punto principal del conflicto de quienes están a miles de kilómetros: a la mañana, las noticias eran alentadoras para los aliados; al mediodía, eran optimistas para los iraquíes; a la tarde, los israelíes decían que tomarían represalias por los misiles Scud, aunque tuvieran explosivos convencionales; al anochecer, eran convencidos de no entrar en combate; a la medianoche, los iraquíes no tenían poder de fuego.

Todos se preguntan si, en una guerra en la que se tiró sobre Bagdad más de diez veces el equivalente de la bomba atómica arrojada en Hiroshima, pudo haber tanta precisión quirúrgica como para que sólo muriera una decena de personas y otras tantas resultasen heridas, como relataba el periodismo basado en informaciones oficiales en las primeras semanas de guerra. ¿Cómo era posible que más de diez mil operaciones aéreas pudieran ser tan triunfales como para que sólo quince aviones les hayan derribado a la fuerza multinacional? ¿Cuál era la verdad en cuanto a que la "fuerza aérea de los iraquíes está diezmada" o "en hangares subterráneos en el desierto"? Sin embargo, se accedía con más precisión a noticias que se referían a si Saddam Hussein estaba escondido en su súper lujoso búnker de cinco estrellas y 65 millones de dólares, o si los norteamericanos eran acompañados por hermosas y desnudas muchachas, aunque de papel, a través de revistas y almanaques preparados especialmente para que no se sintieran tan solos.

PERIODISMO DE MANADA Y RESTRICCIONES

Al poco tiempo de estallar la guerra, Eric Ober, presidente de CBS News, decía que, mientras las organizaciones noticiosas encaraban una batalla propia, "dos de las bajas que podríamos sufrir podrían ser la libertad de informar sobre noticias del frente y el derecho del público de saber con exactitud qué es lo que está pasando en el Golfo Pérsico". El Pentágono impuso restricciones a los periodistas que dificultaron, por no decir imposibilitaron, el poder brindar al público informaciones de precisión quirúrgica.

Las normas establecidas sobre los *pools* informativos —según las cuales ningún periodista podía salir de su hotel a cronicar si no era con un "chaperón" militar—, impuestas tanto por los aliados como por los invasores, garantizaron el "periodismo de manada", permitiendo que los militares dirigieran y controlaran el flujo informativo antes de que fuera canalizado hacia el público. Sin la información libre, provista por los mismos protagonistas, se tomó al pueblo como incapaz de digerir la desastrosa verdad. En aquel entonces, nadie creyó que una guerra, por más tecnológica y precisa que fuera, tuviera tan pocas bajas.

Mediante los *pools* informativos, los militares estaban presentes durante las entrevistas que hacían los periodistas y luego revisaban y censuraban, por razones estratégicas, los materiales que éstos enviaban a sus medios de origen. Además, los oficiales de inteligencia del bando aliado, todos seleccionados y expertos en comunicación, proveían a los periodistas toda clase de materiales visualmente impactantes, como la de los misiles abalanzándose sobre sus blancos con cámaras televisivas en sus ojivas, que si bien se sabía que habían sido previamente seleccionados para la propaganda de aquella guerra electrónica, ese material no se podía desaprovechar.

El periodista checoslovaco Rudolf Prevrátil, en su artículo *Periodismo en tiempos de guerra* (*Chasqui*, CIESPAL, abril de 1992), opinaba que "en el Golfo los periodistas terminaron disputándose los favores del ejército, porque era casi imposible trabajar fuera de los *pools*. Si un miembro de un *pool* violaba una norma de conducta, todo el *pool* era castigado con la negación del acceso a la noticia. De esta manera, los periodistas terminaron controlándose mutuamente".

Los medios norteamericanos, ofuscados por la fuerte censura militar, pidieron al secretario de Defensa, Richard Cheney, que reconsiderara la posición adoptada e, incluso, llevaron el asunto a las cortes de la nación. Con mucha experiencia en guerras, los periodistas norteamericanos, si bien eran conscientes de que por "razones de seguridad" no tenían que ser tan precisos como para que los iraquíes supieran cómo apuntar mejor los misiles Scud sobre Haifa y Tel Aviv, temieron ser responsables de la desinformación que ya ha costado tantos conflictos políticos internos como demandó la guerra de Vietnam y las invasiones por la libertad de Grenada y Panamá.

Los periodistas tuvieron mayor libertad en Vietnam porque el gobierno necesitaba mayor consenso de su pueblo para seguir con la guerra, pero el Estado observó que esa libertad para informar y criticar era contraproducente. Por lo tanto, en el próximo conflicto bélico, la invasión a Grenada, el gobierno excluyó totalmente a los medios en los primeros días de la invasión y abastecía a los periodistas con imágenes e informaciones beneficiosas a su estrategia, ya no de guerra, sino de convencimiento a la opinión pública. Luego, en la invasión a Panamá, los medios tampoco resultaron favorecidos: aunque

los militares habían prometido menos restricciones que en Grenada, los periodistas viajaron al istmo, pero fueron continuamente demorados.

Con aquellas experiencias, durante la guerra del Golfo, los periodistas temían que las medidas restrictivas pudieran haberse adoptado no sólo por seguridad, sino también para preservar la imagen del Departamento de Estado y la decisión del presidente George Bush, quien ante una caída de imagen hubiera visto afectada profundamente la grave recesión económica del país.

Dicen que la primera víctima de la guerra es la verdad. La omisión de ella es justificada para no poner en peligro a las tropas y para evitar el fracaso de las operaciones. Por ello nadie se sorprendió de que las informaciones vinieran teñidas de un color estratégico y fechadas en algún lugar de Arabia Saudita o revisadas por la censura militar. El primer día de lucha, el periodismo se obnubiló con el éxito de las operaciones aliadas. Dos días bastaron para que las informaciones triunfalistas, desmentidas por los ataques de misiles Scud contra Israel, pusieran al periodismo a trabajar por los vericuetos aproximados a la verdad. Así fue cómo una aviación iraquí virtualmente diezmada, a los días permanecía intacta.

Tarea difícil le cabe al periodismo con su público cuando es controlado, censurado y manipulado como método propagandístico. Durante la guerra de las Malvinas, el corresponsal de la BBC, Brian Hanrahan, denunció ante un comité parlamentario de su país que el comandante de la flota británica, John Woodward, había querido utilizar la prensa para confundir a las fuerzas argentinas. "El almirante —expresó Hanrahan (Associated Press, 27-07-82)— dijo que su intención era causar la mayor confusión posible al enemigo y que si había alguna forma de usar a los periodistas como parte de ese intento, se proponía recurrir a ellos". Los reporteros se negaron a ser utilizados como voz de desinformación, agregó el corresponsal. Esa negativa determinó el deterioro de las relaciones entre jefes militares y periodistas, de modo que la tarea informativa fue cada vez más ardua y difícil porque las fuentes oficiales de información se les cerraron totalmente.

LA PROPAGANDA ELECTRÓNICA Y LOS SECRETOS DE ESTADO

En Bagdad, la cadena CNN tuvo amplias posibilidades de captar a los aviadores capturados y a un triunfal, amable y cordial Saddam Hussein saludar a sus conciudadanos después de cada bombardeo. La televisación de una fábrica de lácteos para niños le sirvió para contrarrestar la mala propaganda adquirida por el unificado sentimiento de indignación cuando secuestró y retuvo a los extranjeros y amenazaba con usarlos como escudos humanos antes de la guerra. Pero la CNN no pudo mostrar a los soldados muertos ni, muchísimos menos, las pistas de aeronavegación afectadas. A Israel, la máquina de propaganda oficial la mostraba como una víctima después de cada impacto para demostrar la perversa y deshumanizada imagen de los iraquíes. A los soldados norteamericanos se los filmaba sonrientes para mostrar que la lucha, fuera de casa y a 50 grados de calor, no hacía mella en el inquebrantable patriotismo.

El periodismo no quería ser controlado. La sencilla razón se fundamentaba en que las restricciones impuestas en Grenada y Panamá produjeron tal desinformación que hoy todo el mundo hace cómplices a los medios por no saber qué cantidad de muertos hubo en ambos conflictos. Piensan los periodistas que la mayor información, como se permitió en Vietnam, si bien trajo aparejados problemas terribles para los presidentes de turno, sirvió para una esmerada autocrítica ciudadana. Se sabe que el papel del

periodismo es informar con la verdad, al menos estratégica, como ocurre en casos de guerra. Y que el bien de un país está muy por arriba de lo que la verdad pueda perjudicar o dificultar la acción de un gobierno. Una cosa son los secretos de una nación, a la que el periodista le debe una lealtad ética, y otra son los secretos de un gobierno. A diferencia de los gobiernos, el periodismo es una actividad de por vida que no se suplanta cada cuatro o seis años.

Todos los métodos deleznables como la censura por razones de interés gubernamental, la utilización de los medios como armas propagandísticas, y el recurso de la mentira como acción psicológica no hacen otra cosa que menoscabar la credibilidad e integridad de la población de una nación. La historia de un país que se escribe con censura, tarde o temprano termina por explotar con guerras internas, políticas y sangrientas, muy difíciles de contener. Como enseñanza positiva a nivel informativo, la guerra del Golfo Pérsico desnudó lo incierto que resulta para el ser humano vivir con una libertad de prensa controlada y manipulada. Pero lo negativo es que demostró lo rápido que avanzan las técnicas de manipulación del periodismo.

EL DESEQUILIBRIO ECONÓMICO Y POLÍTICO MUNDIAL

Es vieja la polémica en el mundo sobre el equilibrio de las informaciones, pero con la pasada guerra en el Golfo Pérsico el fenómeno cobró suma notoriedad. Ante la falta de recursos económicos, pocos medios de difusión del Tercer Mundo, incluida la Argentina, pudieron afrontar los gastos de corresponsales. La mayor parte de la población de la Tierra debió conformarse con consumir las noticias que proporcionaron las grandes multinacionales de la información. Este anormal flujo de informaciones es criticado sistemáticamente en el seno de organizaciones como la UNESCO, el CIESPAL, etc., aunque con la admisión de que poco se puede hacer para revertir la situación.

Muchos países en vías de desarrollo, como el nuestro, hicieron escuchar su voz a través del proyecto del Nuevo Orden Mundial de la Información, elaborado en la UNESCO y plasmado en el *Informe MacBride* de 1980. Ahí se manifiesta la impotencia ante las influencias culturales con que se impregna con la visión periodística uniformada de los países desarrollados de Occidente, y se denuncia un tráfico unidireccional de ideas y valores desde los países occidentales al Tercer Mundo. Ese informe tenía buenas intenciones, pero cada día se aleja más de la realidad y de poder ser aplicado.

En primer término, porque proponía políticas comunicacionales estatizantes, mientras que ahora el mundo está girando hacia la economía de libertad de mercado por la crisis económica que derivó del socialismo; y, segundo, porque estaba fundamentado en la intención de que los medios sean mantenidos bajo sistemas estatales, lo que derivó en que fueran utilizados como maquinarias propagandísticas del partido único en el gobierno para manipular a la opinión pública. Lo expresado en la UNESCO, en aquel entonces, no va más allá de ser una muestra de deseos. Una utopía que se desvanece cuando se considera un simple ejemplo como que difícilmente tanto un argentino como un brasileño, un etíope o un irlandés hubieran podido informarse sobre la guerra del Golfo si no hubieran estado en circulación las imágenes de la Cable News Network (CNN) o los cables de Reuter o Associated Press.

Ante la falta de estructura de corresponsalías en el exterior y de agencias regionales que con ópticas más pluralistas interpreten lo que sucede en el mundo, los medios de difusión debieron (y deben) para "estar al día" elegir entre comprar las noticias del exterior al oligopolio occidental desarrollado o vivir

en la profundidad más oscura del aislamiento. Mientras la red norteamericana de noticias por cable, CNN, ganó casi todas las batallas informativas durante la guerra sobre los competidores de todo el mundo, incluyendo las megacadenas connacionales como la CBS, NBC y ABC, las agencias norteamericanas, AP y UPI, la inglesa Reuter y la francesa Agence France-Presse (AFP), suministran más del 90% de las noticias internacionales que se emiten en todo el mundo.

El 31 de enero de 1991, un informe emitido en la ONU por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) alertaba sobre el dominio mundial de las comunicaciones que tendrán seis empresas (fusiones y adquisiciones de por medio) al finalizar el siglo. La OIT especificó en su estudio que la rápida revolución de las comunicaciones ha conducido a un surgimiento de conglomerados globales que abarcan a varios medios, particularmente en los países desarrollados. Destacó que la internacionalización de medios está conduciendo a una aldea global y, en algunas sociedades, los medios desafían o incluso suplantan a otras instituciones. Los gigantes de los medios como la Time Warner tienden a estar concentrados en los países desarrollados, debido parcialmente a que la industria de la publicidad les da impulso y vida. Aunque el estudio indicó que los gigantes de los medios del futuro tendrán mentalidades muy globales, seguirán operando desde ciertos centros en los países desarrollados, como Nueva York, Londres, París y Sydney.

Rosemary Righter, en su libro *El control de la información*, dice que, si bien a las agencias internacionales les conviene tener acceso a mayor cantidad de países para vender sus servicios, es indudable que tanto la AP como la UPI podrían quedarse solamente en los Estados Unidos, donde consiguen las tres cuartas partes de sus ingresos económicos. Agrega que mantener un corresponsal en el exterior le demanda a cada agencia unos cien mil dólares por año y que hay países en los que no se justifica tal inversión, ya sea porque tienen pocos abonados o porque esos países no tienen relevancia a nivel mundial, por lo que no sólo hay una visión parcial, sino también información muy parcial del mundo.

Sobre este problema de parcialidad, en 1977, en una reunión de periodistas en Florencia, Italia, se acusaba "de que los servicios de difusión de Estados Unidos controlan la corriente de las noticias que entran en Latinoamérica y que, con su selección y manipulación, falsean sistemáticamente la imagen del mundo exterior que se presenta a los latinoamericanos en sus periódicos. Tal falseamiento se extiende también a la información de asuntos específicos de Latinoamérica... sus imágenes en los medios de difusión estadounidenses son sensacionalistas y falsas, con especial predisposición en contra de las situaciones de cambio social dirigido y de revolución".

OLIGOPOLIO CONTRA MONOPOLIO ESTATAL

Históricamente, la del Golfo Pérsico ha sido la primera guerra que, desde su inicio, fue transmitida por la televisión en directo. Jamás se olvidarán las imágenes que los tres corresponsales de la CNN, apostados en Bagdad, mostraron esa noche. Los especialistas comenzaron a hablar del "síndrome de la CNN", caracterizado por insomnio, irritación visual e incapacidad para concentrarse en temas normales de conversación. Es que la CNN ganó casi todos los hogares del mundo desde el primer bombardeo efectuado contra Bagdad. Fue y es un medio permanente de consulta informativa tanto de Bush como de Hussein y todos los mandatarios del mundo.

Muchos de los que atacan la estructura actual de las informaciones a nivel mundial sostienen que no intentan bloquear el libre flujo de las informaciones, porque su intención es hacerla auténticamente libre del dominio de la minoría poderosa. Así se esconden detrás del "Nuevo Orden Mundial para la Información". Esta propuesta, que no es otra cosa que la discusión por el desequilibrio informativo a escala internacional, y que persigue, entre uno de sus fines, un control más estricto de cada Estado sobre las informaciones, se vio varias veces frustrada ante la evidencia de que los pueblos del Este europeo prefirieron que el Estado deje de aplicar su política intervencionista en la vida de los de abajo después de las caídas del Muro de Berlín y la *glasnost* soviética.

El ansia en todo el mundo de que el Estado interfiera cada vez menos en la vida de los hombres hizo que se opacaran las críticas contra el oligopolio informativo norteamericano, debido a las denuncias contra el monopolio periodístico de muchos países totalitarios de Oriente. Si bien todo es perfectible, cabe destacar que, informativamente hablando, es preferible que con la libertad que permite una democracia pueda incurrirse en errores oligopólicos (AP, UPI, CNN, CBS, etc.) a que se caiga en los errores monopólicos del Estado (TASS, INA, etc.). Al menos los oligopolios permiten una selección por parte de la opinión pública; los monopolios no permiten ningún tipo de elección.

Para hablar sobre un nuevo orden informativo mundial se debe contrarrestar, ante todo, el orden político actual. Cuando se consiga conciliar la libertad, se eliminen las barreras políticas y económicas que dividen a las naciones del Norte de las del Sur, y cuando haya un equilibrio entre los países desarrollados y los que están en vías de desarrollo, recién se podrá intentar una reestructuración del nuevo orden informativo. Mientras tanto, cada país integrante de la ONU seguirá trabajando corporativamente en favor de sus intereses o en contra de los más ricos. Por el momento, la información está estrechamente ligada y subyugada al poder económico y político. Es difícil que con ese desequilibrio se pueda pensar en un equilibrio en el flujo informativo a nivel planetario.

EUROPA ORIENTAL, ÁFRICA Y LATINOAMÉRICA

Siempre preocupada por el flujo informativo en el Tercer Mundo, la UNESCO avanza con distintos proyectos de comunicación, aunque sin muchos recursos. Los más importantes están encaminados a permitir la supervivencia de aquellos medios que han quedado desamparados económicamente después de que los sistemas políticos fracasaran, el Estado cortara las subvenciones y decidiera volcarse al juego de la libre economía de mercado.

En Rusia, "la Perestroika murió con el golpe de Estado de agosto de 1991. Su gran heroína, la libertad de prensa, puede morir con la economía de mercado. Esta es la triste realidad que viven hoy los medios de información, acosados por la subida de precios de todas las materias primas y las tarifas de distribución. El gobierno no se apresura a salvar el pluralismo, pero sí, naturalmente, a los diarios más fieles, añorando, al parecer, los viejos buenos tiempos de la URSS", señalaba el corresponsal Rodrigo Fernández (Reuter, 9-04-92).

Sobre el tema, un informe de la UNESCO (mayo de 1992) refleja que "el papel es cada vez más escaso y de mala calidad; por el contrario, las imprentas y redes de distribución no faltan, aunque a menudo están en mal estado. Asimismo, la UNESCO reconoce que en la ex-URSS los medios independientes, salidos de la nada, deben crear su infraestructura, y que la ayuda que puede aportar la entidad

internacional es muy modesta comparada con las necesidades de esos medios, citando, por ejemplo, que la nueva televisión rusa cuenta con 22.000 trabajadores".

Entre los proyectos contemplados por la UNESCO, mediante el Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC), a través de la instalación de un centro de comunicación en Europa Central y Oriental con sede en Varsovia, se contempla "ayudar a cubrir el vacío jurídico en esta región en materia de prensa y avanzar en proyectos de reestructuración de agencias de noticias, radios y canales de televisión que han perdido el patrocinio de sus respectivos gobiernos" (DyN, 30-05-92). Como proyectos a corto plazo figuran la reconstrucción del estudio de televisión de Lituania, destruido durante los enfrentamientos ocurridos en 1991 en esa república báltica; la reactivación de la agencia noticiosa rumana Rompres y cursos de capacitación para periodistas.

Con respecto a los periódicos rusos, tanto el de mayor circulación del mundo, *Komsomolskaya Pravda* (trece millones de ejemplares diarios), que tuvo que cerrar en dos oportunidades, como el *Izvestia* (cuatro millones) y el viejo *Pravda* (un millón), se ven amenazados constantemente por el fluctuante precio de la materia prima. Lo que equivale a decir que el Estado, a pesar de que los medios son independientes políticamente, sigue controlando a la prensa. Los analistas indican que, cuando los periódicos se tornan muy críticos a la política del gobierno, aparece el torniquete de la censura oficial mediante el cierre de las fuentes económicas. Sólo se salvan los periódicos progubernamentales como el *Rossiskaya Gazeta*. Fernández aventura que los medios que deseen mantener su independencia en Rusia deberán buscar métodos alternativos de mercado para sobrevivir.

Mientras tanto, la UNESCO también ha aportado recursos, a través del PIDC, a los medios independientes de África. Si bien el presupuesto es de escasamente tres millones de dólares (donaciones provenientes de países europeos y de la Fundación Ford), están siendo respaldados varios diarios y periódicos independientes de reciente aparición como *El Observador* de Burkina Faso, el semanario *N'Djamena* de Chad, *Le Messager* de Camerún, *Senda* de Mozambique, *La Gazette du Golfe* de Benín, *Haske* de Níger, etc. La UNESCO también colabora con la reestructuración de la agencia africana de noticias PANA y, durante 1991, auspició en Namibia el primer seminario sobre *El desarrollo de una prensa africana independiente y pluralista*, destinado a coordinar los esfuerzos volcados en el continente a través de los subsidios y las donaciones conseguidos por el PIDC. Además, apoyó la institucionalización del Comité de Vigilancia y Defensa de la Libertad de Prensa de la Unión de Periodistas de África Occidental y, junto a la Federación Internacional de Editores de Periódicos (FIEJ), auspició el nacimiento en 1990 de la Sociedad de Editores de Prensa Privada de África.

Justificando todas estas iniciativas recientes de la UNESCO, y como una forma de dejar de lado aquel antiguo proyecto de orden informativo ante la realidad política y económica actual, el presidente del PIDC, el danés Torben Krogh, sostenía que "la única forma de competir con los grandes medios de comunicación occidentales es el desarrollo de los recursos humanos y la promoción de medios de comunicación libres y pluralistas".

En Latinoamérica, la oficina regional de la UNESCO fue creada en 1977 en Quito, Ecuador. Según el documento de *Actividades y Realizaciones en Comunicación para el Desarrollo de América Latina*, la oficina apoyó entre 1977 y 1983 el establecimiento de la Agencia de Servicios Informativos Especiales (ALASEI), con sede en México. También promovió el desarrollo de las agencias de noticias

nacionales en Nicaragua y Costa Rica. Fomentó la realización de estudios y encuentros sobre actividades académicas en comunicación y la asesoría a entidades de desarrollo rural y la realización de estudios sobre derechos de comunicación en Ecuador y México. Entre 1986 y 1989, la oficina ayudó a capacitar a más de cuatro mil profesionales de América Latina y el Caribe.

En materia de políticas, el proyecto mayor fue el delineado y ejecutado por el Instituto para América Latina (IPAL), con sede en Lima, Perú. Respaldó a la Iglesia Católica con políticas de comunicación proporcionando expertos a tres reuniones de la Organización Católica de Radio y Televisión (Unda/OCIC), dos regionales y una mundial, realizadas en Quito. En el campo de la capacitación, el proyecto más grande se impulsó en Bucaramanga, Colombia, con una campaña nacional para aplicar un método de recepción crítica de los mensajes televisivos. Con la radio, especialmente con carácter alternativo y participativo, se benefició a poblaciones indígenas de Bolivia y Ecuador. Se propiciaron, además, investigaciones mundiales para identificar los obstáculos a los flujos de información entre países para fomentar las nuevas tecnologías de comunicación. El proyecto más amplio, complejo y costoso permitió la producción de dos series televisivas: *Nuestra América* y *Nuestra América para Niños*. Otro proyecto mayor fue el de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), con sedes en Bogotá y Lima, para realizar 20 talleres, en igual número de países, sobre principios y técnicas eficaces de enseñanza de las comunicaciones.

LA BRECHA TECNOLÓGICA Y EL FUTURO

La guerra del Golfo Pérsico, tanto en el campo militar como en el de las comunicaciones, acrecentó aún más la visión sobre la gran brecha económica y tecnológica que existe entre los países del Norte y del Sur. En el plano de las comunicaciones, después de la guerra, el Tercer Mundo pudo observar un gran desequilibrio en el orden informativo al comprobar que la diferencia con el Norte no es simplemente cultural o ideológica, sino más bien económica, y que la gran diferencia en la distribución de la información radica en la técnica. La tecnología satelital es poseída por los países ricos, no por los pobres, por el Grupo de los Siete y no por el Grupo de los Ciento y Pico.

La brecha tecnológica impide pensar, por el momento, en el utópico sueño del nuevo orden informativo mundial, como se lo trata de lograr en el plano político impulsado por el presidente norteamericano George Bush después de la caída del Muro de Berlín, la disolución de la Unión Soviética y la guerra del Golfo Pérsico. Sin embargo, en lo que respecta a la distribución de noticias a nivel planetario, será difícil alcanzar el nuevo orden informativo mundial ya que la información está estrechamente ligada y subyugada al poder económico y político. Tendrá primero que lograrse un nuevo orden económico entre el Norte y el Sur para recién poder lograr un equilibrio en el flujo informativo.

Al finalizar la guerra fría, James Reston, eminente periodista norteamericano, decía que la idea más importante para los Estados Unidos y para Bush es implantar un nuevo orden de asuntos internacionales, más que intentar cambiar el mundo a la manera que deseaba el expresidente Woodrow Wilson. No se trata de que los Estados Unidos quieran proclamar, financiar y vigilar un nuevo orden internacional, sino de eliminar su dependencia actual del Medio Oriente en petróleo y resolver sus problemas internos, como la educación y la pobreza.

Con la tecnología de "punta", la cadena de cable televisiva CNN hizo realidad la premonición de Marshall McLuhan sobre la "aldea global". Desde el hotel Al-Rashid de Bagdad, Bernard Shaw de la CNN alertó al mundo sobre la invasión iraquí a Kuwait con una sola línea telefónica adherida a un satélite. La CNN, disponible en todo el mundo, movilizó para aquella guerra más de 80 toneladas de equipos. No solamente Saddam Hussein y otros primeros mandatarios utilizaron la CNN para informarse, sino también los norteamericanos la usaron para protestar contra los norteamericanos por la invasión a Panamá, hecho que fue calificado como de "diplomacia televisiva". El vocero de prensa del Pentágono, Pete Williams, admitió que la cobertura periodística de la guerra contra Irak fue una de las mejores sobre un hecho bélico y opinó que el cambio fundamental sobrevino por el lado de la tecnología: la guerra vía satélite, inserta prácticamente en la "guerra de las galaxias" que proponía el expresidente Ronald Reagan. Williams recordó que en los 60, con la guerra de Vietnam, los corresponsales debían enviar las películas para su procesamiento en Japón desde Saigón, con lo cual el público mundial recién podía apreciar las imágenes dos o tres días después de filmadas.

A nivel económico, el mundo está desequilibrado. Algunos países del Tercer Mundo no pueden ni siquiera afrontar los gastos de alquiler de un satélite de comunicación, mientras que el Norte es el que los fabrica. La tecnología creada y empleada en el Norte pone de manifiesto la excelencia productiva de los programas informáticos norteamericanos, los fármacos suizos, los automóviles alemanes y los aparatos electrónicos japoneses. Es justamente esta tecnología y su empleo en la distribución de las informaciones la que recibe la triple acusación del Sur contra el Norte. Francis Balle, en su libro *Información y sociedad: antiguos desafíos*, dice que las reivindicaciones de los países en desarrollo se basan en el silencio informativo respecto del Tercer Mundo, la deformación que sufren las informaciones sobre él en los medios noticiosos de los países del Norte, y la propaganda cultural del Norte en dirección del Sur.

Esta queja sobre el desequilibrio producido por las agencias internacionales de noticias, que defienden mejor los intereses de sus países de origen, se vio reflejada en el vocabulario utilizado para designar a los aliados y los iraquíes, descrito por el diario inglés *The Guardian*. La información, transformada en una sutil propaganda, hacía ver que: "los aliados tienen ejército de tierra, aire y armada, directivas de información e informes de prensa; en cambio, los iraquíes poseen maquinaria de guerra, censura y propaganda. Los aliados eliminan y neutralizan; mientras, los iraquíes asesinan y destruyen. Los aliados son corazones de león, caballeros del aire, profesionales y valientes; mientras, los iraquíes son hordas de soldados. Los aliados están motivados por el sentido del deber; mientras, los iraquíes son víctimas de un lavado de cerebro, fanáticos y bastardos de Bagdad. Los misiles aliados causan daños colaterales; en cambio, los iraquíes causan víctimas civiles. George Bush está en paz consigo mismo y seguro; mientras, Saddam Hussein es un demente o un tirano diabólico".

El periodista Reston decía que no resulta viable la imagen de los Estados Unidos como "sheriff planetario". Cada país tiene algo que decir en cuanto al nuevo orden que se está plasmando, y ese algo debe ser dicho en función de sus intereses propios y de sus necesidades, contemplados en un tiempo razonable. "Muchos comentaristas norteamericanos buscan coherencia interna en las formulaciones de Bush —decía el analista Enrique Alonso de *Clarín*— acerca del nuevo orden mundial en gestación. Y señala que lo que busca Estados Unidos es un consenso, de ahí la necesidad que cada país tiene de hacer escuchar su propia voz". Este tipo de asociación internacional que busca Estados Unidos debería

darse no sólo en el ámbito político, sino también en el campo tecnológico y en los medios de comunicación, poniendo en práctica un nuevo orden informativo, como proponía el tan discutido y cuestionado *Informe MacBride*.

Tal vez ahora, cuando muchos países están surgiendo del autoritarismo adoptando formas democráticas de gobierno con el consabido beneficio de la circulación de la información, se pueda dar el puntapié inicial para lograr un nuevo orden en todos los órdenes. El politólogo Raymond Gastil decía que "una sociedad es plenamente democrática cuando tiene un sistema político que garantiza las libertades civiles y políticas de su población". En otras palabras, una democracia no sólo debe permitir que su pueblo elija libremente a quien lo gobierne, sino también garantizar las libertades de expresión. Agregaba que la primacía de las libertades civiles se vuelve incluso más obvia en las sociedades cuyos gobiernos parecen responder a la voluntad popular expresada por los medios de comunicación.

En años recientes se ha profundizado el debate sobre el papel de la prensa a medida de que la tecnología promete a los periodistas la posibilidad de manipular la realidad como nunca antes. En *El periodista del mañana*, Loren Ghiglione, expresidenta de la Sociedad Norteamericana de Editores de Periódicos, pensando prácticamente en un periodismo real de ciencia ficción, se pregunta apesadumbrada sobre el trabajo periodístico del futuro inmediato con el empleo de la sofisticada tecnología que ya escapa a la imaginación del hombre común. Pecando de utópicos, pero sin ser tan escépticos, se podría pensar que con el advenimiento de un nuevo orden internacional en lo político y económico, para el próximo siglo se logre un equilibrio tecnológico en todas las naciones y se alcance el tan mentado orden informativo. Ojalá sea un mundo muy diferente al que imaginaba George Orwell en su *1984*, en donde el periodismo del "Gran Hermano" no se cansaba de vigilar y distorsionar las noticias.

CAPÍTULO XVII

LA ACTITUD CRÍTICA FRENTE A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

LAS ESCUELAS Y LA LIBERTAD DE PRENSA

La libertad de prensa parece ser una figura en discusión sólo entre la clase dirigente y los periodistas. La madre de las libertades, sobre la que se fundamenta el sistema participativo de la democracia, es el símbolo de lucha que todos los pueblos oprimidos han levantado como estandarte. Cuando la libertad de prensa no existe, es difícil que una nación se siente liberada. Después de tantas amenazas contra periodistas y atentados contra medios de comunicación perpetrados durante los últimos años, la discusión sobre la libertad de prensa cobra vigencia. Es muy alentador y maduro el debate propiciado por periodistas y funcionarios, aunque lamentable la indiferencia que demuestra el resto de la sociedad. Esta aparente falta de preocupación o protagonismo, tal vez se deba a que no se educa ni se concientiza al ciudadano sobre este valor —un derecho humano y constitucional—, alimento indispensable de toda sociedad que quiera preservar un sistema de gobierno abierto y participativo.

Quizá haya llegado la hora de que la escuela adopte un papel más auténtico, real y actual en la vida de los futuros ciudadanos. Tal vez no debería delegar un tema tan importante como la misma esencia de la democracia en una currícula que sólo la contempla, a regañadientes, en dos horas por semana de Estudio de la Realidad Argentina (ciclo básico) o de Educación Cívica (ciclo superior). Claro, siempre y cuando al profesor de turno se le ocurra tomar el tema como parte del currículum oculto.

Al no haber una educación centrada en los valores de la democracia, pareciera como que al ciudadano le interesa poco si se restringe o no la libertad de expresión. Por supuesto que hay inconvenientes más inmediatos que resolver y que otros problemas se delegan en los dirigentes constitucionalmente elegidos; pero también es muy cierto que la democracia moderna implica una participación constante en la vida pública del país. Sería un fraude democrático que el ciudadano sólo depositara esporádicamente su voto en las urnas. También lo es criticar a la clase dirigente continuamente y castigarla en las elecciones. La democracia moderna reclama una participación constante, advirtiéndole al político cuando se ha equivocado y felicitándolo cuando ha acertado. Ese diálogo debe ser permanente, no cada cuatro años, porque podríamos llegar a que la democracia fuera sólo el voto castigo y burlón y el consagratorio.

Una de las tantas formas de no estar ausente en la democracia consiste en entablar una relación y diálogo personal con el político. Escribir cartas, llamar por teléfono, integrar las barras en los recintos legislativos, promover manifestaciones... Es decir, promover una comunicación directa entre el ciudadano y el dirigente. ¿Habremos alguna vez escrito o llamado por teléfono al senador fulano, al diputado mengano, o al concejal de turno, para expresarle nuestra bronca o alegría por su proyecto de ley?

La libertad de expresión no puede ser un debate entre los medios y los políticos. El debate se debe realizar en todos los estratos de la sociedad, porque, en definitiva, la libertad y la expresión son derechos humanos que competen y pertenecen a todos los ciudadanos. Para que los educadores

consideren la defensa de la libertad de prensa como un valor indispensable que merece ser inculcado para vivir en armonía social, tendrá que haber un vuelco tremendo en la educación. Como primera medida deberán cobrar vigencia los lineamientos del último Congreso Nacional Pedagógico, en el cual se pedía 'establecer los mecanismos necesarios para que la futura Ley de Educación armonice con sus objetivos los de los medios de comunicación e información, en aras de nuestra identidad nacional, y prevea los mecanismos adecuados para una permanente adaptación a la realidad'.

EL CURRÍCULUM OCULTO

Si bien en nuestra educación todavía no está contemplada la posibilidad de que el enciclopedismo deje paso a una instrucción más real y actual, al menos los profesores y maestros podrían intentar que el debate sobre la información y la fructífera realidad cotidiana que muestran los medios de comunicación forme parte del currículum oculto. Lo no escrito, latente o implícito en la currícula hace referencia a los efectos sutiles, secundarios o colaterales que tiene la experiencia escolar en los alumnos. Estos efectos colaterales tienen una profunda significación pedagógica, porque al ser constantes y estar soterrados, se convierten en logros persistentes de la educación.

Gilda de Romero Brest decía que 'mucha información de la frontera del conocimiento y de las competencias de punta que reclaman los desempeños en las diversas esferas de la vida pública y privada, no se hallan incorporados con frecuencia en los contenidos de la currícula de educación formal y, en cambio, pueden aparecer en la masa de información y saberes que circulan al margen del sistema escolar, a través de los medios de comunicación social...'.

Sería fructífero para el estudiante que absorbiera la realidad a través de los medios de difusión y aprendiera a convivir con ella. Todo este andamiaje de información —conocimientos actuales que se complementen con los libros de texto— posibilitaría que el alumno no se sintiera recipiente ni depósito de una educación dirigida, que lleva a saber unas cuantas cosas, aunque se desconozca su utilidad. En relación a la instrucción enciclopédica, rutinaria y memorística, Harris enseñaba en Educación y Conocimiento, que se desarrolla así en el educando 'una tendencia y una visión consumistas del aprendizaje y del conocimiento, más que una actitud de búsqueda y adquisición productiva y recreativa de los mismos. Se ha implantado de forma encubierta una concepción idealista y dogmática de la ciencia, que enfatiza su neutralidad'.

Se ignora que el conocimiento científico es también una construcción social condicionada, un producto provisional del trabajo del hombre y que, en cierta medida, el alumno puede ser no sólo un poseedor pasivo de información transmitida, sino también un productor activo de conocimiento valioso. Por otra parte, en coincidencia con Harris, el pedagogo brasileño, Paulo Freire, definía como educación bancaria a aquélla que asume el conocimiento como un regalo y la educación como un acto de depósito. Los estudiantes, con el pretexto de investigar, reciben, memorizan y repiten. La curiosidad existe y se extiende hasta la recolección y clasificación del conocimiento. La noción de educación termina siendo una pseudoinvestigación basada en cuestiones predefinidas y en datos presentes en el libro de texto y elaborados con anterioridad por educadores y científicos sociales. Freire agregaba que tanto las acciones como las reflexiones se basan en entidades pasivas. La educación bancaria minimiza o anula el poder creativo de los estudiantes y estimula su credulidad, lo cual sirve a los intereses de los

opresores, que no tienen ganas de que se comprenda el mundo, ni de verlo transformado.

CIUDADANO PROTAGONISTA

Claro que tampoco la enseñanza de la libertad de prensa pasa tan sólo por su instrucción filosófica o por su aplicación histórica (hace 200 años se solidificó en la Primera Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos), sino también por los hechos cotidianos que limitan y delimitan el proceder de los ciudadanos. La educación sobre la libertad de prensa y su aplicación en la realidad, servirá para que se conozca el grado de responsabilidad que le cabe al periodismo como contralor de los poderes públicos en la sociedad, pero mucho más para que los niños se transformen en agentes activos de un sistema democrático que les toca vivir. Así como es necesario enseñar música, higiene, historia o geografía para que el alumno adquiera una cultura mínima de convivencia, es también necesario que los medios de comunicación ingresen a las aulas para que, a través de las noticias, se incorporen y sean protagonistas de su propia historia.

No se puede formar un ciudadano-protagonista si sólo se lo informa sobre las guerras de los visigodos y no se lo educa para que sea capaz de resolver la falta de agua de su vecindario. Tampoco se puede pretender que los integrantes de la sociedad tengan conciencia sobre la relación entre la libertad de prensa y la democracia, si han sido alumnos bancarios durante toda la vida.

José Luis Corzo Toral, en Leer Periódicos en Clase, dice que la lectura de los diarios en el aula debe resultar una propuesta de renovación a fondo de la enseñanza tradicional, a favor de una mejor formación democrática de los chicos. De ningún modo debe tratarse de un instrumento más al servicio de los objetivos de la escuela de siempre, sino de un instrumento capaz de modificar profundamente dichos objetivos. Se trata de rescatar la escuela e introducirla en medio de la vida, esto es, de iluminar en ella diariamente toda la realidad circundante y nueva cada día, en vez de continuar con la experiencia de saberes almacenados (o técnicas selectas) consideradas necesarias para vivir.

> *“Los alumnos de nuestras escuelas —expresa— ya viven aquí y ahora, afectados por los acontecimientos de hoy y de mañana, por más que la sociedad (y el infinito sistema educativo) los detenga todavía en ese estadio artificial de la adolescencia y de la juventud. Deben saber lo que pasa y, con el maestro, igualmente aludido por la realidad, deben ir tomando posturas y actitudes adecuadas a cada situación. Lo contrario supone sostener esa relación inmediata de maestro y discípulo, de estanco y recipiente, que en nada compromete al depositador de los saberes y que termina “cosificándolo” todo. Por el contrario, entre ambos media la vida, que a ambos afecta e interpela. Imposible el ausentismo y la indiferencia de los chicos, equivalente, por lo demás, al conformismo conservador de los profesores.”*

En fin, posibilitar la entrada de los medios de comunicación en el aula, asumir una actitud crítica a través de ellos y debatir sobre la libertad de prensa es un gran desafío.

ESCUELAS, SOCIEDAD Y MEDIOS

Como nunca antes se debatió el tema de la disciplina y del rol de la escuela en la formación de los alumnos, desde que un joven de 15 años, Pablo Liberman, en septiembre de 1991, fuera dejado libre del colegio Bartolomé Mitre, de Buenos Aires, por presentar en su clase de Instrucción Cívica unas historietas de la revista 'El Aguante' del Partido Intransigente. La actitud del joven, repudiada o apoyada, al presentar esas publicaciones, calificadas por su profesora como de obscenas y aberrantes, logró que la sociedad retomara una vieja polémica: la relación entre los adultos y los adolescentes. Para este debate fueron los medios de comunicación los que sirvieron de mediadores, aunque también cayeron ellos en el debate en cuanto a la participación en el hecho.

Para algún sector de la opinión pública, los medios le dieron al hecho desmesurada trascendencia, porque hicieron de un simple acto de indisciplina la noticia del día; para otro, pusieron en el debate los prejuicios y tabúes sexuales de la sociedad. Para muchos fue acertado el tratamiento, porque vieron a los medios adecuarse a los problemas cotidianos de la comunidad; aunque hubo quienes lo tildaron de incorrecto, porque avasallaron tanto al alumno como a la profesora, tratando de identificar a la víctima y al victimario, como también por haber reproducido las imágenes obscenas. Más allá de eso, el caso de Liberman sirvió para que la sociedad mirara a sus hijos y dispensara unos pocos segundos de su historia para pensar cómo actúan y sobre quiénes y cómo los educan.

DISCIPLINA ESCOLAR

No se puede obviar en este tema que las escuelas tienen un reglamento disciplinario que hacer cumplir y, es justamente, lo que el periodismo no pudo dilucidar. Lena Burtin decía que 'cuando afirmamos que han faltado fundamentaciones que son absolutamente necesarias para comprender el problema, nos referimos a algo muy concreto y es si, en realidad, existe alguien que pueda creer que una escuela se puede manejar sin reglamento'. No obstante, se deben analizar las palabras del escritor Abelardo Castillo, que dijo que 'la escuela está para educar y no para desembarazarse de los alumnos difíciles e incómodos'. La escuela debe ser formadora de personas y no sólo informadora. Debe lograr que un asistente o un estudiante participe en la sociedad como un ser pensante y crítico; no basta con informarlo sobre la batalla de Waterloo o la de San Lorenzo, sino que se lo debe preparar para discernir sobre los problemas cotidianos.

Sobre el tema, el sociólogo Oscar Landi dijo que la escuela argentina tiene un gran dilema: 'Si se mantiene encerrada, con pocos vasos comunicacionales, terminará por petrificarse y ser definitivamente algo ajeno, aburrido y sin sentido para los que tendrían que ser sus beneficiarios, los alumnos. Si se abre a lo que pasa a su alrededor, tendrá que tomarse en serio el desafío: se va a encontrar con temas nuevos, a los que no podrá tratar con la mentalidad de siempre o con sanciones disciplinarias. No debe aceptar todo lo que viene de afuera, pero tampoco pedir que los alumnos lo traigan pasteurizado y filtrado según el sentido común previo del docente'.

Prohibir o limitar la sexualidad, la obscenidad y la pornografía son temas muy ricos como para prohibirlos y no permitir que se los debata en las escuelas. Sobre todo porque todos los sectores han coincidido en que después de este caso, la ética debe ser una materia más en las aulas. Aplicar sanciones o prohibir los temas no es bueno; prohibir sin argumentos no lleva a que se adquiera una

buena conducta. Poner límites a través de argumentos válidos y lógicos es mucho más positivo para la formación de los jóvenes.

Norberto Baloria, vicepresidente del Consejo Sudamericano de Educación Católica, dijo que 'el alumnado debe tener en claro el respeto, pero un docente no se debe manejar con la sanción en la mano. La sanción que no busca que el chico comprenda por qué se lo castiga no construye, y se vuelve contra el propio docente, porque el chico va a encontrar quien lo acompañe para justificar su error'. Adriana Puigrós, investigadora del Conicet, coincidió con él y explicó que 'los límites no deben ser castigos, muros levantados entre la gente, sino formas de comunicación... si no la escuela se puede convertir en una conversación de sordos'. El problema radica en que los profesores suelen actuar con rigor disciplinario cuando el alumno se excede, aunque mejor sería no tapar la realidad y discutirla en clase. Resultaría una manera menos traumática para la formación del alumno, si ello es lo que se quiere lograr.

Las normas disciplinarias no deberían consistir sólo en la imposición del castigo. Tal vez poniendo límites y hablando de ellos se lograría formar al alumno para que, cuando actúe fuera de la escuela, no emule a sus profesores calificando a todo de malo o bueno, sino para que a su vez sepa hallar sus límites. De esta forma, se lograría que el estudiante no se imponga por sobre los demás, aprenda a usar su libertad en forma responsable, y respete la libertad de su prójimo.

LOS MEDIOS

Este tipo de límites que debe existir en la educación es el principio que también debe regir en los medios. Se vio durante la cobertura del caso Liberman que, a veces, el periodismo avasalló a las personas, tratando de identificar a los culpables y olvidándose de investigar sobre los reglamentos escolares, por ejemplo. Peor aún fue que algunos reprodujeran las imágenes obscenas, con la excusa de que el pueblo debe saber de qué se trata.

Los códigos de ética periodística, en su mayoría, sobre los materiales obscenos que aparecen en los medios, se refieren a la autorregulación que deben ejercer en cuanto a no publicar materiales que puedan perjudicar la sana moral y buenas costumbres en la sociedad. Y, aunque a veces la publicación de este tipo de materiales se justifica, las normas de la ética periodística hablan de responsabilidad adquirida ante los afectados.

Un caso claro de responsabilidad deberán asumir el diario 'Página 12' y la 'Revista del Partido Intransigente', ya que el procurador general de la Nación instruyó al fiscal del crimen, Norberto Quantín, para que iniciara una investigación sobre algunos medios de prensa que quizá incurrieron en delito de publicación obscena al reproducir dibujos de la revista 'El Aguante'. Y, aunque no se llegue a comprobar que hay delito en esas publicaciones, debe quedar en claro, atendiendo las normas éticas del periodismo universal, que existen límites, aunque muchos crean que la libertad de expresión justifica decir todo lo que se quiera.

Se puede decir todo, pero siempre con la responsabilidad necesaria para no convertir a esa libertad en un puro libertinaje. No se trata de límites legales, sino de autolímites nacidos de la ética, que siempre debe imperar en las decisiones para publicar notas periodísticas. Queda claro, en esta experiencia, que la prensa tiene el derecho de informar, pero el deber de saber en qué términos hacerlo. Ahí radica la

diferencia de la libertad de expresión cuando es ejercida con responsabilidad, es decir, la autorregulación de la tarea periodística.

Para las escuelas y los medios queda como aprendizaje que, en un régimen de libertad, se debe aprender a convivir no con prohibiciones, sino con límites. Y que los castigos desaparecerán cuando se enseñe en la escuela y se demuestre a través de los medios que la mejor forma de respetar está en la toma de conciencia de la propia responsabilidad y no en los castigos y prohibiciones. Al contrario de la autocensura, la autorregulación, virtud de la libertad, sirve para ejercer responsablemente el deber y derecho de respetar la libertad ajena. La práctica de poner límites y no de imponer castigos sirve para que en la sociedad se pierda ese tremendo miedo a la libertad, como decía Erich Fromm.

ESCUELAS, ACTITUD CRÍTICA Y MEDIOS

Hay una especie de discordancia entre las experiencias de vida de los niños y jóvenes y la de los adultos. Esa brecha generacional, causada por obvios aspectos dinámicos de la edad, también es producida, si lo analizamos en el campo de la comunicación, por la diferente información que manejan ambos grupos. Una de las formas de achicar esa brecha consiste en permitir que los niños y jóvenes accedan a la misma información que los mayores para que los grupos puedan interactuar. De nada vale que los alumnos aprendan en Merceología sobre la extracción del petróleo y no analicen las ventajas de la desregulación petrolera actual.

Para que esto suceda, es inevitable que la educación se adapte a la realidad y una de las formas es la complementación de los textos con los medios de comunicación. El ingreso de los medios de comunicación al aula no es para que en las escuelas el periodismo sea sólo utilizado por la necesidad de actualidad e información. Se trata más bien de despertar el sentido crítico del alumno. El hecho de que adquiera una actitud crítica frente a los medios de difusión, servirá para que sean personajes activos de la opinión pública.

Corzo Toral dice que los medios gráficos (también la televisión y la radio) en la escuela 'no son para utilizarlos, sino para desenmascararlos. No se trata de introducir a los chicos en ellos, sin más, sino de protegerlos activamente contra ellos. Protegerse casi nunca significa huir, es decir, no dejar de leer periódicos, sino todo lo contrario'.

Si se considera que se trata de un medio privilegiado para la dominación del mundo, como critica la Unesco, en su Informe MacBride de 1980, a las megacadenas noticiosas del Occidente desarrollado y todo tipo de monopolios, se debe entender que la información alienante es la principal enemiga de la democracia y de la libertad. También se debe tener en cuenta en las aulas que, si bien existen un periodismo y comunicación honestos, la información también es un producto de mercado, sometido a la compraventa, en manos muy poderosas, a veces interesadas en su manipulación y ocultamiento parcial. Por eso es necesario que los maestros conozcan los detalles sobre el flujo informativo a nivel local, nacional y mundial, para que no lleguen a los alumnos simplemente con la noticia del día, sino que también los ayuden a despertarse para mirar el mundo que los rodea con un poco menos de ingenuidad.

El conflicto bélico del Golfo Pérsico fue un simple juego de guerra rescatada de una maquinita de videojuego. La información proveniente de las megacadenas noticiosas y lo que dejaron trascender el Pentágono y el gobierno de Irak, muchas veces fue sólo propaganda. Justificada o no, en estos casos en

que la seguridad del país es un bien social más preciado que la misma información, lo cierto es que los chicos deben ser advertidos sobre la manipulación, la censura y la propaganda informativa. Advertencia útil para que los chicos no permanezcan pasivos frente a una pantalla televisiva o una página entintada y sepan desmenuzar los mensajes noticiosos.

El informe final del Congreso Pedagógico dice que la educación debe desarrollar la conciencia de la realidad histórica que vive cada hombre, para que la interprete, la asuma y la recree, como sujeto creador de su propia cultura, para modificarla reafirmando su identidad personal, nacional y latinoamericana, a fin de lograr un proceso de madurez personal para la liberación. En definitiva, se trata de fometar un conocimiento reflexivo y crítico de la historia, para que el educando descubra y construya su destino a través de la participación solidaria de la comunidad. Por lo tanto, la adopción de los medios de difusión en la escuela implica no sólo una actualización debida en el terreno educativo, sino también un innegable aporte a la conciencia cívica de los alumnos. El periodismo complementa el estudio de los temas previstos en los programas escolares y en los contenidos de los textos. Vincula al alumno con la realidad cotidiana que comparte en las otras instancias de su vida, lo inserta en una comunidad histórica concreta y permite que analice y critique la realidad local, regional y nacional.

¿De qué sirve estudiar Higiene, por ejemplo, si en esta instancia no se actualiza la enseñanza sobre la epidemia del cólera que amenaza con extenderse a las provincias del Noroeste y que sólo es mostrada por los medios de comunicación? Inés Aguerrondo, directora nacional de Planeamiento del Ministerio de Educación en 1991, sostenía que el diario es un objeto de conocimiento con una estructura diferente y con aspectos que la escuela debiera incorporar, como por ejemplo, el rápido conocimiento de las demandas e intereses del otro (lector). Dice que esta característica cuestiona la propuesta escolar que establece la postura de que el saber lo tengo yo, una postura autoritaria ante el proceso de conocimiento, lo que genera el conocido enciclopedismo e inadecuación de los contenidos curriculares. Y esta actitud autoritaria la demuestra la escuela al erigirse como la única fuente del conocimiento.

Sobre ello, Cristina Armendaro, de la UBA, plantea la cuestión del aprendizaje de la lecto-escritura como un factor fundamental del fracaso escolar. La escuela ha convertido al objeto de conocimiento en algo propio y exclusivo, olvidando que el conocimiento es también social. 'La escritura es importante en la escuela porque también lo es fuera de ella y no por otra cosa. Al inferir una actitud de respeto ciego que se manifiesta en los rituales escolares (aprendizaje mecánico de la lecto-escritura, reglas ortográficas...) se observa en el aula una lectura o redacción fuera de contexto sin fines comunicacionales, que no busca justamente lo fundamental; es decir, que el niño logre placer con la lectura'.

La información periodística, con sus aspectos dinámicos, complejos, negativos y positivos, permite a los alumnos la confrontación de situaciones complejas, enriqueciendo las teorías abstractas generales de los libros de texto. Si los medios se utilizaran sistemáticamente como recursos pedagógicos, probablemente los alumnos no desconocerían tanto la actualidad y se prepararían mejor cívicamente. Una encuesta de la Universidad Católica de Santiago del Estero, realizada en 1991, auscultó que un mínimo porcentaje de santiagueños conocía los nombres y lo que hacen sus representantes políticos en los tres poderes del Estado provincial.

Por otra parte, la lectura es un ejercicio que crea hábito; tal vez la forma más entretenida de empezar a ejercitarse sea la lectura de los diarios. Esta medida serviría para contrarrestar las estadísticas de la Unesco que señalan que en la Argentina los alumnos leen cada vez menos. En 1975, 5.183.320 alumnos (primarios y secundarios) consumieron 9.300.000 libros, es decir, sólo un 1,8 % por alumno. En 1990 la estadística fue más desalentadora: 8.850.000 alumnos solamente leyeron 2.700.000 libros, un porcentaje calamitoso del 0,3 %.

LIBERAR AL ALUMNO

Todo proceso educativo se encuentra inserto en un momento de la historia. Hay que saber adivinar cuáles son los apagones de la humanidad y que el periodismo no los puede iluminar, como dice Pérez Gaudio. Se trata de desenmascarar a los medios para que el síndrome de las malas noticias no cree más incertidumbre y zozobra en un mundo ya bastante angustiado. En este sentido, la actitud crítica en el aula frente a los medios debe servir para liberar al hombre, no para someterlo a los designios de la información.

Gilda de Romero Brest dice que 'uno de los puntos más serios de la educación actual radica en reemplazar el enfoque cuantitativo por el cualitativo, en materia de información. Y ello no sólo en razón de su abordable volumen, sino precisamente para proporcionar las herramientas de acceso, aproximación, examen, apropiación y uso de la información que permitan tanto hacer frente a la ignorancia como lograr y preservar la autonomía y libertad, la autosuficiencia y dignidad'. Agrega que los dos puntos centrales para este cambio cualitativo son: la ocupación de espacios para la participación y para la construcción del futuro.

La participación requiere el mejor conocimiento posible sobre los problemas; solicita estar al tanto sobre la información corriente y los datos concretos que circulan y difunden cotidianamente los medios de comunicación social. El futuro personal y social no es realidad ya dada y remota, está instalado y convive con la gente, pues se genera y procesa con los actos y decisiones de la vida cotidiana y con todo avance científico y cambio en la vida social.

Aunque también se debe tener sumo cuidado en que la justificación de los medios como otro recurso didáctico no sirva para que el profesor o maestro manipule a su clase desde su punto de vista subjetivo. Que no politice su teoría sobre la actualidad para que el alumno termine pensando como él. Sino que debe facilitarle un sentido crítico que le sirva para saber pensar, opinar y participar del mundo como a él mejor le parezca. Despertar el sentido crítico frente a los medios es tratar de que los jóvenes no sean sometidos ni dominados por un sistema educativo obsoleto, con libros de texto de turno, con autores a gusto y placer de las autoridades educativas. Tampoco se trata de crear revolucionarios, sino simples ciudadanos que sepan defenderse por sí mismos de todo tipo de dominación que implique el cercenamiento de su libertad individual y grupal. Implica educar y orientar para una vida real, no para una vida masificada. Que cada uno aprenda a vivir por sí solo, a liberarse, ya que la liberación de todos es la mejor integración de la comunidad. Con educación dirigida y ausente de la libertad se continuarán desvariando rumbos. En definitiva, se debe apuntar a lo que propone el pedagogo Freire en su Escuela Liberadora, en la que los medios de comunicación ayudarán a verificar el saber-sabido cada día y de nuevo cada vez más, para que el maestro aprenda de la vida junto a sus alumnos y aplique sus

experiencias a nuevas realidades que median y bombardean constantemente. Logrando que el niño entienda que la libertad de expresión bien ejercida es un alimento indispensable para el sistema democrático, será él mismo, en el futuro, un gran respetuoso de las libertades individuales y sociales. Porque, de todas maneras, la democracia no es más ni menos que el perfeccionamiento de un sistema horizontal sobre la base de la participación y la pluralidad. En definitiva, que se comprenda y que se haga asumir un compromiso moral y mental ante la libertad de expresión, es lo mejor que se le puede enseñar al futuro ciudadano.

CAPÍTULO XVIII

LA NECESIDAD DE CONTAR CON UN CÓDIGO DE ÉTICA

VERDAD, ÉTICA Y CREDIBILIDAD

Cada vez que se cuestiona la falta de credibilidad de los periodistas, surge en la profesión la necesidad de entablar un diálogo sobre la conducta profesional y la necesidad de contar con códigos de ética escritos. La búsqueda de la credibilidad o la confianza en la opinión pública, denota que el periodismo necesita de la ética para iluminar su camino en pos de la verdad: propósito y fin supremo de la comunicación social.

Verdad, ética y credibilidad resultan ser el trípode principal en que se fundamenta el acto de comunicar mensajes. Se necesita de la ética para decir la verdad y así ganar la credibilidad del público. Trípode en que se sintetiza el acto comunicativo entre el emisor y el receptor. Esto demuestra que toda discusión sobre la ética profesional o la necesidad de un código de ética y su aplicación o no, se debe plantear en la sociedad periodística como un acto de madurez profesional.

En una nota sobre la credibilidad de los periodistas realizada a Mariano Grondona, Bernardo Neustadt y Horacio Verbitsky ('Por Qué Cada Día nos Creen Más', revista Gente, marzo de 1992), Grondona, en un párrafo muy perdido y desapercibido, se refiere a la necesidad de que los periodistas argentinos tengan un código de ética profesional. De esa forma, Grondona, tímidamente, puso en el tapete el tema de la ética periodística. Un debate que, si bien pareció empezar entonces, quedó en la nada después de un pequeño diálogo estéril en que cada periodista se esforzó por marcar sus diferencias con el otro y evitó las coincidencias. La falta de debate demostró una vez más lo difícil que resulta al periodismo argentino la práctica de la introspección y la falta de valentía ante la autocrítica. Más allá de la aparición del tema, en el país no hay una tradición, ni siquiera en el terreno del diálogo, sobre la importancia de los códigos de ética periodísticos, como ocurre en otras naciones. En muchas, diríamos en la mayoría, los códigos de ética sólo son declaraciones de principios y en algunas, son prácticamente leyes y denotan la aplicación del castigo.

EL DEBATE AUSENTE

Pablo Mendelevich en La Ética de los Periodistas Argentinos, explica que emprender un debate orgánico sobre los problemas de orden ético, derivados del ejercicio profesional es una tarea doblemente complicada: 'Primero, porque el tema, que involucra dilemas de raíz filosófica, cultural, económica, política y jurídica, es objetivamente complejo. Segundo, porque adentrarse en este debate en la Argentina supone, casi, inaugurarlo. No se conocen antecedentes de una discusión sistemática y desprejuiciada de la ética'.

Mientras tanto, en otro trabajo desarrollado en el mismo libro, Oscar Raúl Cardoso y Silvia Mercado dicen que la cuestión ética es una gran ausente a la hora de analizar el manejo de la información en el país. Explican que esta ausencia no es reciente, sino que tiene una prolongada historia: 'Debe ser difícil hallar otro aspecto clave del ejercicio del periodismo en la Argentina sobre el que se haya debatido

menos y, en consecuencia, sobre el que se haya producido menos literatura que sobre la problemática de la ética'.

Y sobre los miedos en este debate, por lo que se corta casi siempre en el comienzo, como sucedió a fines de 1991 y principios de 1992; ya en 1989 Cardoso y Mercado explicaban que 'en la Argentina, un país signado por una historia reciente y otra, no tan reciente, de poderosas limitaciones al libre flujo de ideas y de presión al disenso, cualquier iniciativa de regimentación tiene como efecto inicial la activación de la memoria de aquel pasado. En pocas partes del mundo son tan aplicables como aquí aquellos lugares comunes que señalan que la mejor ley de prensa es la que nunca se redacta y los problemas de la libertad se curan sólo con más libertad'.

Mendelevich agrega que resulta fácil observar que la palabra ética hasta ahora estuvo ausente de los comentarios de la prensa sobre sí misma. 'Ello podría ser atribuido, tautológicamente, a que tales comentarios casi no han existido: la prensa, en su conjunto, es reacia a la introspección'.

Gerardo Reyes, subeditor de El Nuevo Herald de Miami, relató ('Pulso', abril de 1990) que, a diferencia de otras profesiones, en la nuestra hay un gran vacío de autocrítica. 'Yo veo que los médicos, los ingenieros y los abogados no se perdonan sus fallas. Cada una de estas profesiones tiene su propio mecanismo para señalar responsabilidades y correctivos. Pero en Latinoamérica el periodismo parece infalible'.

Es cierto, cada vez que en la Argentina se realiza un reportaje entre periodistas, uno ataca al otro o algún otro se ensalza por ser integrante del cuarto o segundo poder. Pero es difícil escuchar algo de autocrítica. En un programa sobre el periodismo norteamericano y su influencia por el poder emitido por la cadena C-SPAN el 2 de agosto de 1992, los periodistas televisivos más famosos de los EE.UU., como Ted Koppel, Peter Jennings, Tom Brokaw, entre otros, en vez de atacarse en público, hicieron cada uno la autocrítica de su gestión y pidieron disculpas a la audiencia, comprometiéndose a enmendar algunos de sus errores. Es decir, en un diálogo abierto, más que verse a sí mismos como infalibles, reconocieron sus propias culpas. Sucede también con el tema de las encuestas de imágenes, en que se hacen sondeos comparativos para ver cómo está la imagen del periodismo con respecto de otras profesiones, aunque no se hacen encuestas que lleven a los profesionales a la autocrítica de la profesión.

NO HAY DIÁLOGO

Lo que ocurre en el país es que, dentro de los estratos del periodismo, no hay un diálogo fluido, sino más bien hondas fricciones, porque cada sector quiere imponer sus puntos de vista y hacer prevalecer sus negociaciones y poder. Es así como las cámaras empresarias del periodismo se dedican por lo general a la defensa de sus problemas sectoriales, como por ejemplo resolver el tema del papel y cómo los afecta, defenderse corporativamente cuando algún sector los ataca, o pretender únicamente garantías para el desarrollo de la profesión sin otorgar las mismas garantías a otros sectores de la sociedad. Si bien es conducente la búsqueda permanente de la eliminación de la figura del desacato del Código Penal, por ejemplo, no lo es menos la necesidad de garantizar a la opinión pública el derecho a la privacidad.

Los gremios en el periodismo también se mueven corporativamente detrás de sus propios intereses o del grupo de dirigentes. Y, si bien es lícito y ético luchar por salarios dignos, la profesionalización y la conducta ética de los asociados no lo son menos. Mientras tanto, las facultades y escuelas de periodismo tampoco intervienen en el debate, porque como de costumbre están totalmente desactivadas de la realidad profesional e, incluso, cotidiana por la que transita el resto del cuerpo social. Están más estérilmente preocupadas por definir el rol del comunicador social y su diferencia con el periodista, que por mejorar el mensaje comunicativo.

Así, entonces, es como la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas, la Asociación de Diarios del Interior de la República Argentina, la Federación Argentina de Trabajadores de Prensa, la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires, facultades y escuelas de periodismo, por citar algunas asociaciones, no se sientan a la mesa del diálogo a deponer actitudes y encontrar coincidencias en el marco de la ética profesional. Ni siquiera se discute. No hay interés.

¿No hay interés? ¿O acaso cada uno está tan preocupado por sus propios intereses que no ve que el trípode verdad, ética, credibilidad es la gran garantía para el público de sentirse respetado y bien informado? Los temas económicos de estos grupos, por más importantes que sean, no pueden obnubilar toda la capacidad y el prestigio de sus recursos humanos, como para que no se inaugure a nivel nacional una mesa de discusión sobre la ética profesional, tema abarcador de todos los intereses de cada sector.

Tal vez si las actitudes corporativas desaparecieran y los celos profesionales se dejaran de lado, se podría encontrar un marco de consenso para redactar ciertas normas éticas. No se trata de encontrar diferencias en cuanto a la aplicación (o no) de las normas éticas a través de un tribunal de disciplina que, como en Estados Unidos, dejó de utilizarse hace decenas de años, sino simplemente de redactar algunas medidas que sirvan de marco referencial sobre la conducta moral más acertada que un profesional de la comunicación debe contemplar para no engañar ni burlar al público. Se debe, entonces, encontrar la forma de ayudar a los periodistas a mantener una conducta más independiente e imparcial para que no se menoscaben su integridad ni credibilidad profesionales.

Como la diferencia actual entre profesionales tiene su origen en los tribunales de disciplina, sería mejor que ese tema no estuviera en el debate en una primera instancia, y se pudiera discutir sobre las coincidencias para elaborar una declaración de principios, una guía de recomendaciones de conducta profesional o un código de ética, como quiera llamárselo. Tal vez por este lado el debate podría tener éxito. Es hora de mirar a la ética como una disciplina optimista y de aprender que debe emerger del diálogo participativo. Para este diálogo es necesario acabar y deponer los intereses personales y sectoriales que existen en el periodismo.

Joel Achenbach, directivo de The Washington Post, decía que es 'duro de creer, pero en el periodismo hay una cantidad increíble de egoísmo, tanto en el orden de deseos personales como de objetivos gananciales y corporativos. Afortunadamente, estos fines egoístas coinciden usualmente muy bien con el servicio público y así la verdad compite muy bien con el mercado de las ideas'.

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DECISIONES

El punto crucial que se plantea con los códigos de ética es el referido a la responsabilidad social de los profesionales de la comunicación. Para muchos periodistas, incluso peritos en la materia, la responsabilidad social puede constituir un obstáculo a la libertad de prensa, porque consideran que pensar continuamente en las consecuencias y efectos de una información conlleva a que se limite la verdad. Quienes despotrican contra los códigos estiman que son contraproducentes, ya que quitan libertad al reglamentar las cosas que no se pueden hacer.

Por ejemplo, por el atentado perpetrado contra la embajada de Israel en Buenos Aires, en marzo de 1992, la televisión argentina, especialmente ATC, cubrió con lujo de detalles el episodio, recibiendo críticas de la opinión pública y de otros sectores del periodismo por las imágenes desgarradoras, consideradas morbosas. Si los cronistas hubiesen actuado de acuerdo a normas éticas, probablemente no hubieran podido mostrar muchas imágenes en razón de la regla general que aconseja no se debe exacerbar el morbo. Sin embargo, se debe tener en cuenta que, si bien los códigos norman sobre asuntos generales, es el periodista el que puede flexibilizar esas normas cuando puede demostrar que su criterio persigue un fin más elevado que la exacerbación de la violencia, por ejemplo.

Se trata, mediante la reflexión y el razonamiento, de asumir criterios éticos con la suficiente tolerancia y capacidad periodísticas. Es decir, de contemplar a las normas morales con cierto grado de luz verde y no como antes, que se consideraba al código como un alerta rojo o como una disposición obligatoria que jamás podía trasgredirse.

Después de mostrar las imágenes del atentado a la embajada, la periodista Silvia Fernández Barrios se defendió ante las críticas (revista Gente, marzo de 1992) explicando que 'yo no hice morbo... el morbo era lo que estaba ahí. Mejor dicho, había una tragedia por uno o varios asesinos y mostrarlo le hace bien a la sociedad. ¿O querés que digamos: señores aquí explotó una bomba, pero no les vamos a mostrar nada porque son escenas muy fuertes? Soy de las que piensan que hay que mostrar exactamente lo que pasó. Que después no aparezcan tres o cuatro estúpidos que estaban sentados detrás de un escritorio y juzguen; eso me parece mal, porque entonces, si me juzgan por las cosas que dije allí, voy a tener que pensar que la bomba no sólo entró en la embajada de Israel, sino en la cabeza de algunos periodistas'.

Al justificar su conducta, la periodista demostró que, si bien ella había sopesado las consecuencias de pasar la noticia cruda, fue más importante mostrar las horripilantes imágenes para que la sociedad tomara conciencia de lo que representa la violencia terrorista y el antisemitismo. Fernández Barrios demostró que, ante un hecho sorpresivo, tuvo que tomar una decisión. Y justamente lo que trata la ética es de que se deben tomar decisiones constantemente y a veces en situaciones límites. En el caso del atentado, no sólo se debió sopesar el caso, sino también tomar una decisión al cierre de una edición.

Seguramente distinta hubiera sido la decisión adoptada por la periodista si esos episodios se registraran con una frecuencia semanal. Tal vez ya no mostraría imágenes tan crudas, porque éstas no servirían como publicidad de los estragos de la violencia, sino como propaganda de las acciones de los mismos terroristas. Vale recordar a los periodistas colombianos cuando produjeron el apagón informativo sobre los narcoterroristas, porque consideraban que, más que informar a la sociedad, estaban siendo usados por los delincuentes para conseguir una mejor porción de poder mediante la intimidación, el miedo y el

terror.

DECISIONES ÉTICAS

Así como los rumores en el periodismo se generan normalmente en ambientes de crisis económica, la conducta ética de los periodistas se juzga en ambientes de violencia. Generalmente, los pocos diálogos sobre la ética profesional tienen lugar cuando se habla de los derechos de las víctimas a mantener su privacidad.

Una encuesta entre editores estadounidenses, realizada en 1976, reveló que el 48,3% de ellos hubiera publicado el nombre y dirección de un empleado de comercio, víctima de un robo; mientras que en 1985, la misma compulsa reveló que solamente el 9,1% hubiese dado aquellos datos. El sondeo, realizado por la Universidad Metodista del Sur de ese país, demostró que, a medida que pasan los años, hay una mayor preocupación por el tema de la ética entre los editores.

En el curso Cómo Tomar Decisiones Éticas, realizado en marzo de 1992 en el Poynter Institute de St. Petersburg (EE.UU.), se puso en frente de un grupo de periodistas a una mujer víctima de violación y a una pareja, padres de una niña asesinada. En esa oportunidad, tanto la mujer como la pareja relataron cómo terminaron siendo víctimas de toda la sociedad por el maltrato recibido por los hombres de prensa, quienes por conseguir la primicia a toda costa, violaron constantemente su privacidad en los momentos en que se sentían más vulnerables y en los que necesitaban de mayor apoyo y del mayor silencio para sobrellevar la pesada carga.

Algo parecido ocurrió cuando algunos diarios de EE.UU. publicaron el nombre de la víctima de la supuesta violación de un sobrino de Edward Kennedy. Ella relató luego su vergüenza pública por haber sido revelada su identidad, y en la policía mermaron las denuncias por violación, justamente por el mismo temor. Allí se vio claramente cómo, transgrediendo la norma ética que aconseja no revelar la identidad de una mujer violada, se cometió un daño contra una persona y contra todo un sector de la sociedad: las mujeres víctimas y potenciales víctimas de violación.

Cuando fue asesinado Robert Kennedy, el periodismo defendió la posición de que se respetara su libertad de prensa de enfocar con cámaras el cuerpo frío e inerte de la víctima. Pero no se pudieron evitar las críticas por haber mostrado las imágenes de sus familiares llorando al lado del cuerpo tirado en el piso. En aquel caso, se dijo que la libertad de prensa permitía enfocar el cuerpo de la víctima, pero que las lágrimas de los familiares, al no agregar nada a la historia, eran propiedad privada y no se tendría que haber violado el derecho a la intimidad mostrándoselas por televisión a millones de espectadores.

LUZ VERDE Y ALERTA ROJO

Con aquella decisión de mostrar el morbo como consecuencia del atentado a la embajada de Israel, se demostró que los códigos de ética son y deben ser orientativos y no pueden ser obligatorios e impuestos por un tribunal de disciplina. Más que hablar de criterios éticos rígidos y estrictos, en el periodismo se observa cómo constantemente hay que adoptar decisiones. Entonces, mal podría haber reglas que no permitan esas determinaciones.

Los filósofos dicen que las mejores decisiones éticas no son tomadas en los extremos, sino en el punto medio de un conflicto. En un extremo está la regla estricta, fría e inflexible y, en el otro, el libertinaje puro, la falta de escrúpulos, lo promiscuo. La mejor decisión es justamente la que, mediante el diálogo, acerca los extremos.

Bob Steele, profesor de Ética del Poynter Institute, hace hincapié en la ética de la luz verde, es decir, de todas aquellas decisiones basadas en el diálogo y no en la luz roja. Explica que la luz roja destruye la libertad, mientras que la verde crea coherencia y crea conciencia. Esta luz verde es la que hace que el periodista busque continuamente causar el menor daño posible a las víctimas de algún hecho violento. Si bien los códigos tienen como objetivo fundamental que no se falte a la verdad, también permiten cierta flexibilidad para que el comunicador busque otras alternativas de cómo brindar la información, de modo que, sin dejar de faltar a la verdad, tampoco cause un daño mayor o no deseado. Mostrar las lágrimas de los familiares de Robert Kennedy era objetivo y verdadero. Aunque no se fotografiara ni enfocara el crimen, este siguió existiendo, pero se evitó un dolor mayor a los familiares, también víctimas.

Tom Cooper, profesor de Comunicación del Emerson College de EE.UU., decía que en la ética periodística no hay tan sólo áreas de blanco y negro, es decir, lo que se puede o no se puede publicar, sino que también existen zonas grises, en donde quedan confrontados principios que no están estipulados en los códigos: 'Estas zonas grises incluyen áreas de tensión entre la responsabilidad profesional frente a la verdad, por un lado, y la responsabilidad por proteger la seguridad del Estado, por el otro. Por ejemplo, muchos códigos (la mayoría) hablan de que "nada que ponga en peligro la soberanía de un país puede ser publicado", lo que parecería contradictorio con el principio de decir la verdad; ello implica que el último principio está siendo restringido por el primer mandato'. Por lo tanto, es necesario que los códigos sean orientativos y no punitivos. Lo importante, en todo caso, no es la regla, sino la decisión del periodista guiado por esa regla.

Philip Patterson y Lee Wilkins, en La Ética en los Medios: Asuntos y Casos, explican que dos mil años más tarde de que los griegos hablaran del concepto de la ética, la estética y la epistemología, 'la ética llegó a significar el conocimiento que el individuo posee para hacer decisiones racionales entre lo que es bueno y lo que es malo, lo que es moralmente justificable y lo que no lo es. La ética también significa tomar decisiones entre muchas alternativas, todas las cuales pueden ser moralmente justificables; algunas más que otras. La racionalidad es el punto clave aquí; tanto los griegos como los filósofos modernos afirman que la gente debería poder explicar a otros la toma de sus decisiones'.

SITUACIONES DE CONFLICTO

En la Argentina, pocos periodistas saben qué hacer en situaciones de conflicto. La falta de diálogo interno en los ambientes de las empresas dedicadas a la difusión de información hace que no se distinga la buena de la mala decisión ética. Es entonces cuando se producen innumerables conflictos de interés, que por la misma práctica o mala práctica, se ven como normales: cobrar el espacio informativo, recibir regalos de las fuentes, recibir coimas para omitir o silenciar datos, acceder al secreto con demasiada ligereza sin consultar otras fuentes, utilizar el nombre de la empresa para conseguir puestos de trabajo en la administración pública para amigos y parientes, abusar de los privilegios que implica ser periodista, etc., son algunos de los pecados periodísticos cotidianos y ya institucionalizados.

Cuando la ética profesional está muy relajada, como en nuestro caso, el periodismo pierde independencia y, por ende, imparcialidad, lo que lleva a que se informe sin la veracidad necesaria. Esa falta de verdad trae como consecuencia el debilitamiento del trípode; es decir, a menor cantidad de verdad, mayor es la desconfianza de la opinión pública. Es por ello que se hace cada vez más necesaria la redacción de ciertas pautas o recomendaciones éticas para guiar la conducta profesional. Al menos saber qué es lo que está bien y lo que está mal.

En contraposición, muchos aducen que, en el campo de la ética, es mejor que la conducta esté regida por el criterio ético individual. Pensar de tal modo puede constituir un error, porque no siempre la escala de valores individual está guiada por la razón y la honestidad. Hay muchos delincuentes que también son periodistas; y seguramente no dejarán de lado su escala de valores, distorsionada por cierto, para tomar una decisión profesional.

Es necesario que se adopte una escala de valores general guiada por la moral, porque si a cada persona se le dejara librada a su criterio la redacción de los Diez Mandamientos, seguramente a alguien se le ocurriría eliminar el 'no matarás'. Claro que sin caer en el abuso de dictar normas que sólo sirvan para los intereses de las empresas o de sus periodistas y se ajusten más a derechos y necesidades corporativas, que a brindar garantías al público.

La agencia noticiosa Associated Press tiene ciertas reglas para la excelencia que han dado muy buenos resultados en su historia y que han hecho que sea una de las más prestigiosas en cuanto a la independencia e imparcialidad de sus redactores. Sus pautas éticas dicen, entre otras cosas, que no se deben aceptar regalos de ninguna naturaleza, ni incluso entradas gratuitas para la cobertura de los eventos deportivos; ni siquiera deben aceptarse boletos de cortesía ni viajes por más que tengan valor noticiable.

Incluso, en caso de aceptar el viaje, la agencia pagará el costo del boleto como si se tratara de una línea de transporte normal. Tampoco acepta que sus periodistas accedan a los favores que provinieren de sus fuentes de información, ni que se involucren en actividades políticas o de relaciones públicas. Quien así lo hiciera, en contra de la voluntad de la empresa, es pasible de ser suspendido, y si reiterara esa conducta, sería pasible de despido. Esas pautas para la excelencia buscan, sobre todo, la independencia del periodista y que no se menoscabe su credibilidad e integridad. Si violara esas medidas, el hombre de prensa podría traer una mala imagen para la empresa, con consecuencias incluso a nivel económico (sin credibilidad podría perder abonados), lo que iría en contra de la propia filosofía de los empleados que

tratan siempre de defender su fuente de trabajo.

DE LA OBSERVANCIA FORZOSA A LA OBEDIENCIA VOLUNTARIA

La historia de los países en los cuales existen códigos de ética demuestra que cualquier esfuerzo por alcanzar una norma que imponga conductas y castigos no es beneficiosa para la profesión, ya que pondrá constantemente al periodismo en el borde de la autocensura y, por ende, peligrará la verdad, que como ya se dijo es el máximo valor que se trata de preservar.

La historia reciente de países con códigos de ética y la ética de la luz verde demuestra que la mejor y más efectiva fórmula para promover conductas éticas se halla a través de la discusión y de la educación y no de la imposición de castigos. Desde el tiempo de los griegos, la conducta ética fue exitosamente conducida a través de la promoción del diálogo, la educación y la información. En sus Diálogos, por ejemplo, Platón se basa en una serie de discusiones y conversaciones socráticas, y no en leyes o tribunales, para juzgar a la gente sobre el conocimiento de sus propios valores.

Un experto estadounidense en ética periodística, el Dr. Geoffrey Hazard, decía que 'los principios éticos pueden ser establecidos solamente como el resultado de la deliberación y de las argumentaciones en contra y a favor. Estos principios no son ni deben ser impuestos por alguna autoridad. Asumir esa realidad sería como comparar a la ética o ponerla en el mismo nivel que el derecho. Cualquier código de ética que trate de ser impuesto, terminará convirtiéndose en una ley que podrá destruir al periodismo mediante la autocensura'.

Muchas veces las transgresiones a los códigos son observadas por los abogados litigantes como las zonas delgadas en las que pueden imponer el derecho. Para evitar que los códigos escritos sirvan de carnada a los litigantes, que siempre buscan hacer juicios a las empresas periodísticas, Alice Lucan, de la compañía estadounidense The Gannett Co., explica que 'el buen código de ética no usa verbos en imperativo, define principios, pero no aplica objetivos y permite la excepción a las reglas cuando resulta necesario. Los códigos de ética que dicen estrictamente qué hacer y qué no hacer, terminan siendo los instrumentos con los que se pagan la cuota escolar los nietos de los abogados litigiosos'.

DEL CASTIGO A LA EDUCACIÓN

Si bien hubo innumerables códigos de ética en todas las naciones, el origen formal de los códigos deontológicos se toma como el conjunto de reglas éticas denominado Cánones del Periodismo, inspirado por Casper Yost del diario estadounidense St. Louis Globe Democrat, y adoptado en 1923 por la Sociedad Norteamericana de Editores de Periódicos (ASNE —siglas en inglés—), en su segundo año de existencia. Luego, en ese país, muchas organizaciones de nivel nacional, regional y local adoptaron su contenido, como en 1926 lo hizo la Sociedad de Periodistas Profesionales, Sigma Delta Chi (SPJ/SDX —siglas en inglés—).

Clifford G. Christians, de la Universidad de Illinois-Urbana, en la revista Journal of Mass Media Ethics, explica que un año antes de que la ASNE conformara su código, el Senado de los Estados Unidos comenzó a chequear rumores sobre la venta clandestina de reservas petroleras estatales a manos privadas. De aquel escándalo, se pudo comprobar que F.G. Bonfils, director del Denver Post y miembro de la ASNE, había aceptado más de un millón de dólares en coimas para suprimir información de sus

periodistas sobre aquel asunto.

Entonces fue cuando el resto de los miembros de la ASNE, unánimemente, contempló la necesidad de contar con principios de conducta escritos para pedir a los directores periodísticos mayor decencia, objetividad, independencia, imparcialidad y sinceridad. Luego, la mayoría de los 124 asociados de la organización demandaron que Bonfils fuera castigado por violar aquellas normas éticas. El código de ética obligatorio duró unos cinco años, hasta que Bonfils amenazó con iniciarle juicio a la institución. Luego la ASNE adoptó el criterio de que el código de ética deje de tener una observancia obligatoria o coercitiva, y se votó por tener en aquel código una regla de simple obediencia voluntaria o de declaración de principios. Sin embargo (el debate sigue latente hasta la actualidad), algunos miembros consideraron que, sin castigo, el código era una simple burla.

JUSTICIA Y LIBERTAD

El estandarte de los códigos de ética contemporáneos fue tomado de aquél de la ASNE y modificado en 1973 nuevamente por la Sociedad de Periodistas Profesionales. También sin el criterio del castigo, el código fue introducido en todos los estamentos periodísticos en forma educativa, según estipulaba unánimemente una convención mantenida en la ciudad de Buffalo, en el estado de Nueva York.

Después de 1973, el secretario ejecutivo de la organización había reportado que había sido diseminado a todo lo ancho de la nación y que había sido 'adoptado por muchas organizaciones y reproducido en libros de texto... Imagino que nuestro código ha tenido la circulación adecuada y ha ayudado a estimular a otras organizaciones periodísticas nacionales a revisar sus propios códigos y crear otros'. El objetivo de la SPJ/SDX se había cumplido. Muchas asociaciones que no habían desarrollado un código sostenían que los periodistas profesionales tenían uno por el solo hecho de mantener un estatus social. De la misma forma que los médicos y los abogados, los periodistas buscaban levantar y fortalecer el honor de la profesión.

Sin embargo, el eje del debate permaneció en torno a la necesidad de empezar de nuevo con la aplicación de sanciones y castigos mediante un Tribunal de Disciplina, como tenía el periodismo inglés. De todas maneras, siempre prevaleció en los duros debates sobre el tema el respeto por la Primera Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos, la que garantiza el irrestricto derecho a la libertad de prensa. La Primera Enmienda es la que prevalece también sobre los fallidos intentos de formar una colegiatura profesional.

Más allá de los elementos en común que tienen todos los códigos de ética periodística del mundo, cada uno está adaptado a la idiosincrasia de cada cultura. Tom Cooper, en un trabajo comparativo sobre más de 100 códigos de ética periodística diseminados por todo el mundo, estableció que los mismos están fundamentados por lo general en tres aspectos básicos: la búsqueda permanente de la verdad (objetividad, precisión, etc.); la aspiración a la responsabilidad social (justicia, igualdad, lealtad a las fuentes, al país, a los colegas, etc.) y la fortaleza de la libertad de expresión (combatiendo la censura y poniendo énfasis en el libre flujo informativo).

Los códigos tienen algunas diferencias, no sólo por situaciones geográficas, sino también por zonas geopolíticas. C. Bertrand, en Ética en Comunicación Internacional, dice que mientras Occidente se preocupa más por los casos de ética referidos a la libertad, en el Tercer Mundo la preocupación se basa

en la justicia.

CONNOTACIONES NEGATIVAS

La frase código de ética conlleva connotaciones negativas para algunos periodistas y educadores de periodismo. Ellos igualan a los códigos de ética con reglas de conducta por las cuales los periodistas pueden ser juzgados, despedidos o enjuiciados legalmente. Sin embargo, los códigos de ética, desde el punto de vista de la luz verde, son simplemente declaraciones de principios que guían la conducta cotidiana; pautas orientativas de cómo debería actuar el comunicador en casos específicos.

La idea de determinados códigos es que todo comunicador o grupo de ellos se ayude a sí mismo, mediante la interpretación de esos principios, con la autorregulación y autodisciplina. Los códigos de ética sirven para que la mejor conducta de los periodistas arroje mayor luz a la opinión pública y la profesión gane en credibilidad, además de disuadir a los gobiernos de imponer reglamentaciones arbitrarias. No deben ser mirados injustamente como reglamentaciones en contra de la libertad de prensa, sino por el contrario. Son pautas que ayudan a seguir una conducta más imparcial, objetiva e independiente, deponiendo los intereses personales y de grupo y predisponiendo un flujo informativo más libre para el bien de la sociedad toda. Cuanto mayor ética pueda tener un acto comunicacional, mayor libertad de conciencia tendrá el comunicador.

RECOMENDACIONES PARA PROFESIONALES

Además de que resulta difícil entablar un debate para despertar conciencia sobre la necesidad de contar con normas éticas, los involucrados (asociaciones empresariales, sindicalistas, universidades, estudiantes...) deberían tener en cuenta que la elaboración de un código es difícil. Por lo tanto, se deberían adoptar las experiencias de otros países sobre la redacción y posterior modificación de los códigos deontológicos. Hay mucha literatura disponible, especialmente en EE.UU., sobre las posturas a favor y en contra de esas reglamentaciones y, especialmente, sobre la experiencia de la aplicación de los códigos en la vida práctica del periodismo. Todas esas experiencias de discusiones previas, aunque sean de otros países, podrían ser tomadas como un elemento ventajoso para el debate que debería iniciarse seriamente en el país.

Existen recomendaciones de autores prestigiosos sobre el tema, como las de Richard L. Johannesen, profesor de ética de la comunicación de la Universidad de Illinois del Norte. Johannesen explica que, según investigaciones con otros autores, los códigos actuales tienen algunas deficiencias: primero, frecuentemente están llenos de lenguaje sin significado, son muy abstractos, vagos y ambiguos. Segundo: su existencia no aseguró hasta ahora que haya una comunicación más ética. Tercero: son muy estáticos y tienen pautas muy rígidas. Cuarto: los valores en los códigos aparentan ser muy universales, cuando no lo debieran ser. Quinto: no tienen capacidad de castigar a los violadores; y sexto: son utilizados como herramientas de relaciones públicas para mantener al periodismo con buena imagen, pero sólo eso.

Ante esta crítica y aunque habría que descalificar desde el punto de vista ético-personal la apreciación de que sean obligatorios y coercitivos, vale la pena atender a las sugerencias que Johannesen realiza para redactar un código de ética y los elementos a contemplar:

1. Los códigos deberían ser claros en cuanto a los máximos objetivos del periodista y a las condiciones mínimas que debe tener para ser considerado ético y evitar el castigo. 2. En circunstancias ordinarias, el código no debería requerir valores heroicos, sacrificio extremo o práctica del bien sin importar los obstáculos. 3. El lenguaje a utilizar debe ser claro y específico. 4. Las medidas deben ser coherentes en cuanto a la relación entre ellas, la secuencia, procedencia y alcance. 5. Se debería proteger el interés general del público y no los del grupo de origen. No debe proteger intereses del grupo a expensas del público. 6. El código debería estimular continuamente la discusión y la reflexión en torno a la posible modificación o revisión del mismo. 7. El código debería especificar los principios morales generales que lo rigen, los valores éticos básicos de donde emanan sus pautas, tales como justicia, imparcialidad, respeto por los derechos del otro, etc. 8. Las medidas contempladas y el alcance de las mismas deben estar consensuadas por la mayor parte de los miembros de la organización en las que se utilizarán.

RECOMENDACIONES DE CONDUCTA

Seguramente nadie podrá negar que, cumpliendo voluntariamente las pautas orientativas que se detallarán a continuación, el periodismo no ganará en mayor independencia y, por lo tanto, se acercará más contemplativo a la verdad. Robert Haiman, presidente del directorio de Poynter Institute, y el profesor Don Fry, de Ética Periodística de la misma institución, luego de varios años de contemplación, práctica y análisis de códigos de ética de todo el mundo, resolvieron redactar unas normas de orden declarativo que han titulado Guía de Recomendaciones para Periodistas, con el fin de que se tenga un marco de referencia para evitar conflictos de interés:

1. Los periodistas no deberían aceptar nada de valor (regalos, viajes, comidas...) que pueda comprometer su integridad o disminuir su credibilidad. 2. Los periodistas no deberían aceptar favores o privilegios especiales de nadie con quien ellos o su organización mantenga una relación profesional. 3. Los periodistas no deberían hacer inversiones o tener acciones que podrían causar un conflicto de interés, o dar la apariencia de tal, y menos deberían invertir o tener acciones sobre las cuales podrían ejercer algún tipo de influencia. 4. Los periodistas no deberían tener ni buscar puestos en oficinas de la administración pública, o involucrarse en campañas políticas, o en cualquier esfuerzo que pueda comprometer su imparcialidad. Deberían evitar todo trabajo de relaciones públicas, a pesar de la buena causa. 5. Los periodistas no deberían tener otro trabajo pagado que pueda entrar en conflicto con sus deberes. Esta restricción incluye labores part-time, full-time y freelance.

6. Los periodistas deberían evitar todo tipo de comportamiento que pueda dañar su credibilidad como observadores imparciales o recortar los esfuerzos de su organización por mantener su reputación de imparcialidad. 7. Los periodistas nunca deberían revelar un secreto o adoptar un compromiso que no están preparados para defender con honor. Los directores y jefes de Redacción deben comprometerse a guardar las confidencias hechas adecuadamente por los periodistas. 8. Los periodistas nunca deberían hacer uso de sus privilegios para acceder a las fuentes, ni utilizarlas en su ventaja personal o para el beneficio de sus amigos, parientes o colegas. Tampoco deberían usar el nombre de su empresa para su propio beneficio. 9. Los periodistas nunca deberían utilizar una noticia que no fuera justa, imparcial, balanceada y completada con lo mejor de su conocimiento y habilidad, o que esconda algún conflicto potencial. 10. Cuando los periodistas tengan cualquier tipo de dudas sobre una tarea, la cobertura de un hecho o un posible conflicto de interés, siempre deberán adelantar esas dudas a sus superiores.

MEJORES PERSONAS... Y PERIODISTAS

Ante tales pautas, muchos se preguntarán si con ellas se conseguirá un mejor periodismo. Nadie tiene la respuesta, porque en otros países en los que se cuenta con un código, la profesión también deja mucho que desear. El hecho de que haya ciertas normas ya es un aliciente para que el comunicador conozca cómo actuar cuando se le presente un conflicto de interés. La práctica de la ética profesional no tiene solamente el propósito de ganar la aceptación del público o de evitar su crítica. Patterson y Wilkins coinciden en que la razón más importante para decisiones éticas, más allá de la satisfacción personal interior, es que la conducta ética puede contribuir a la profesión.

'La ética periodística, creemos, mejora al periodismo. No solamente es el periodismo el que mantiene la credibilidad del público, algo a tener muy en cuenta en esta época de desconfianza, sino que el periodismo ético converge hacia un conocimiento más puro y veraz'. De aquí se interpreta que, para tomar una buena decisión, se deben manejar los principios éticos; aunque conocerlos no garantice que se consiga una labor ética. Y en segundo lugar, que se tengan en cuenta en cualquier decisión en la que se plantee algún conflicto de interés.

Por supuesto que la decisión deberá estar basada en los tres fines fundamentales que persigue la ética periodística: decir la verdad, ser independientes y tratar de disminuir el daño. En definitiva, la decisión depende exclusivamente de la persona del periodista, por lo que es una obligación moral en la profesión estudiar y formarse en la ética profesional.

Jamás se debe dejar de tener en cuenta que, para ser buen periodista, se necesita antes ser buena persona. Cultivarse en la honestidad y la rectitud, en el respeto por los derechos del otro y en el amor al prójimo, es ser buena persona y, por ende, buen periodista. Así de simple y difícil. Quien persiga el éxito profesional, primero deberá abocarse a conseguir el éxito personal. Así, puesto que periodista y persona son una sola cosa, el periodismo no se hallará disociado de la práctica de la ética.

BIBLIOGRAFÍA

Alternativas en comunicación - Mar de Fontcuberta y J. L. Gómez Mompart (Editorial Mitre, Barcelona, España, 1983).

Análisis del nuevo orden internacional de la información - Esteban López Escobar (EUNSA, Pamplona, España, 1978).

A la búsqueda de una ética - Eugene Goodwin (Grupo Editorial Latinoamericano, Argentina, 1990).

Claves del periodismo argentino actual - Jorge Rivera y Eduardo Romano (Ediciones Tarso, Buenos Aires, Argentina, 1987).

Cómo se hace un presidente - Alberto Borrini (Ediciones El Cronista Comercial, Buenos Aires, 1987).

Comunicación institucional - María Luis Muriel y Gilda Rota (Ediciones CIESPAL, Quito, Ecuador, 1980).

Comunicación y humanización - Julio Barreiro (Ediciones La Aurora, Buenos Aires, 1984).

Control de los medios, control del hombre - Enrique Guinsberg (Ediciones Nuevomar, México, 1985).

¿Cumple la prensa con su deber? - Lee Brown (Editores Asociados, México, 1977).

Curso general de redacción periodística - J. L. Martínez Albertos (Editorial Mitre, Madrid, España, 1983).

Deontología periodística - Luka Brajnovic (EUNSA, Pamplona, España, 1973).

Demarcando el límite - Frank McCulloch (Fundación de la Sociedad de Editores de Periódicos Norteamericanos, 1984).

Derecho a la información y derecho a la honra - Carlos Soria (Editorial A. T. E., Barcelona, España, 1981).

De la prensa, por la prensa, para la prensa (y algo más) - The Washington Post (Ediciones Gernika, México, 1978).

El afiche en la sociedad urbana - A. A. Moles (Editorial Paidós, Buenos Aires, 1976).

El control de la información - Rosemary Righter (Ediciones Pirámide, Madrid, España, 1982).

El mensaje informativo - J. L. Martínez Albertos (Editorial A. T. E., Barcelona, España, 1977).

El monopolio de los medios de difusión - Ben H. Bagdikian (Fondo de Cultura Económica, México, 1986).

El País, libro de estilo - Diario "El País" (Ediciones El País S.A., Madrid, España, 1990).

El periodismo idea - Miguel A. Pérez Gaudio (Editorial Aquí y Ahora, Córdoba, Argentina, 1978).

Escribir con un propósito - James McCrimmon (Ed. Houghton Mifflin Co., EE.UU., 1980).

Ética en los medios, asuntos y casos - P. Patterson y L. Wilkins (Wm. C. Brown Publishers, EE.UU., 1991).

Ética para periodistas - María Herrán y Javier Restrepo (Tercer Mundo Editores, Colombia, 1991).

Información y sociedad: antiguos y nuevos desafíos - Francis Balle (EUNSA, Pamplona, España, 1982).

Introducción al derecho de la información - Manuel Fernández Areal (Editorial A. T. E., Barcelona, 1977).

La aldea global - Marshall McLuhan y B. R. Powers (Editorial Gedisa, Barcelona, España, 1989).

La desinformación: una manipulación del poder - Roland Jacquard (Espasa Calpe, Madrid, 1986).

La dirección de la empresa periodística - A. Sohn, Ch. Ogan y J. Polich (Ediciones Paidós, Barcelona, 1988).

La ética de los periodistas argentinos - Autores varios (Fundación Arturo Illia, Argentina, 1990).

La excelencia informativa - Universidad de Navarra (Editorial Atlántida, Buenos Aires, 1989).

La función de informar - J. M. Desantes Guanter (EUNSA, Pamplona, 1976).

La investigación de la comunicación de masas - Mauro Wolf (Editorial Paidós, Madrid, 1987).

La investigación periodística - Montserrat Quesada (Editorial Ariel Comunicaciones, Barcelona, 1987).

La página editorial - The Washington Post (Ediciones Gernika, México, 1977).

La propaganda política - Jean Marie Domenach (EUDEBA, Buenos Aires, Argentina, 1962).

Las formas ocultas de la propaganda - Vance Packard (Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1989).

Las ideologías en el periodismo - Octavio Aguilera (Editorial Paraninfo, Madrid, 1990).

Las relaciones públicas - Jean Chaumel y Denis Huisman (EUDEBA, Buenos Aires, 1970).

Las responsabilidades de los periodistas - Robert Schmuhl (imprenta de la Univ. de Notre Dame, EE.UU., 1984).

Leer periódicos en clase - José L. Corzo Toral (Editorial Popular, Madrid, 1986).

Libertad de expresión en América Latina - Robert N. Pierce (Editorial Mitre, Barcelona, 1982).

Los creadores de imagen - William Meyers (Editorial Planeta, Barcelona, 1984).

Los medios de comunicación - Carlos A. Duhourq (Editorial Guadalupe, Buenos Aires, 1972).

Los medios de comunicación social en Estados Unidos - Claude Jean Bertrand (EUNSA, Pamplona, 1983).

Libertad de expresión, ética periodística y desinformación - Tomás P. Mac Hale (Universidad Católica de Chile, 1988).

Libertad de palabra y de prensa en los EE.UU. - Edward G. Hudon (libreros Mexicanos Unidos, México, 1964).

Manual de deontología periodística - M. Bedoya González (Editorial Alhambra, Madrid, España, 1987).

Manual del periodista - José Luis Macaggi (Centro Técnico de la Sociedad Interamericana de Prensa, Buenos Aires, 1991).

Medios de comunicación y trampas a la democracia - Luciano Alvarez (Editorial Humanitas, CLAEH, Buenos Aires, 1990).

Metodología y técnica de investigación - Felipe Pardinas (Siglo XXI Editores, México, 1973).

Organización y administración de periódicos - Frank Rucker y Herbert L. Williams (Marymar Ediciones, Buenos Aires, 1977).

Periodismo comprometido: una ética para la profesión - Edmund Lambeth (Imprenta de la Univ. de Indiana, EE.UU., 1987).

Periodismo para maestros - Petro A. Repullés (Ediciones Marymar, Buenos Aires, 1986).

Periodistas y fuentes informativas - Herbert Strentz (Ediciones Marymar, Buenos Aires, 1983).

Prensa, paz, violencia y terrorismo - Carlos Soria editor (EUNSA, Pamplona, España, 1987).

Psicología de los medios de comunicación - H. Jurgen Kagelmann y Gerd Wenninger (Editorial Herder, Barcelona, España, 1986).

Relaciones públicas - Gustavo Cirigliano (Editorial Humanitas, Buenos Aires, 1982).

Reportaje - Mitchell y Blir Chamley (Holt, Rinehart y Winston, EE.UU., 1979).

Reportes especiales - Bob Steele, Don Fry y Valery Hyman (The Poynter Institute, EE.UU., 1992).

Rumores, el medio de difusión más antiguo del mundo - Jean Noel Kapferer (EMECE Editores, Buenos Aires, 1989).

Sin libertad de prensa no hay libertad - Bartolomé Mitre (Fundación Banco de Boston, Buenos Aires, 1990).

Surgimiento de una prensa libre - Leonard W. Levy (Ediciones Prisma, México, 1987).

Un solo mundo, voces múltiples - Sean MacBride y otros (Fondo de Cultura Económica, México, 1980).

Vida privada e información - Miguel Urabayen (EUNSA, Pamplona, España, 1977).