

Unidad 16

- La ética y el papel del periodista en la sociedad

La ética y el papel del periodista en la sociedad

Las responsabilidades de la prensa y el periodista en la sociedad

¿QUÉ ES UN PERIODISTA?, ¿CUÁL ES su papel en la sociedad?

Contrariamente a lo que piensan muchos, la respuesta a estas preguntas no es universal. Depende del contexto histórico, económico y social de un país determinado.

La noción, por ejemplo, de que el periodista es un observador objetivo de la realidad y que su misión es transmitir información imparcial a la sociedad nació a principios del siglo XX en Estados Unidos y respondió a intereses comerciales de los periódicos y de las agencias noticiosas. (Christians, 1989)

Los países de América Latina, por ejemplo, piensan de un modo distinto acerca de la labor del periodista y del periodismo, dependiendo de varios factores, como pueden ser el modelo económico o político.

El periodista cubano, de acuerdo con un código de ética de ese país, es “un trabajador de la esfera ideológica” y debe estar consciente de su papel en “enseñar al pueblo los principios de la moral socialista y la construcción del socialismo”. (Uribe, 1984).

En la mayoría de los países de la región se dice que la misión del periodismo es informar y educar a la opinión pública. En otros casos, el periodista se considera un actor social que contribuye al cambio social. Veamos, por ejemplo, lo que debe hacer el periodista según el código de ética de la Felap (Federación Latinoamericana de Periodistas) (Uribe 1984).

El periodista debe participar activamente en la transformación social orientada al mejoramiento de la democracia... debe promover el respeto por todas las libertades y los derechos humanos, debe contribuir a la paz... al desarmamento, la descolonización... debe luchar por alcanzar la igualdad sin ninguna discriminación de raza, origen étnico, lengua, religión y nacionalidad.

El presente libro desecha la noción de que el periodista es un informador objetivo y también la noción de que su labor en la esfera ideológica es la promoción del socialismo. El libro propone en cambio que el periodismo -y el periodista- tiene varias responsabilidades ante la sociedad, tal y como lo propuso el reporte de la Comisión Hutchinson en 1947. De acuerdo con el reporte, la prensa debe brindar a la sociedad:

1. Una relación verídica, comprensiva e inteligente de los acontecimientos diarios en un contexto que les dé significación.
2. Un foro para el intercambio de comentarios y crítica.

3. Una imagen representativa de los grupos que constituyen la sociedad.
4. La presentación y clarificación de los objetivos y los valores de la sociedad.
5. Acceso completo al acontecer diario.

Conexión internacional: el reporte de la Comisión Hutchinson

La Comisión de la Libertad de Prensa o Comisión Hutchinson fue creada y patrocinada por Henry Luce, dueño del imperio periodístico TimeLife, después de la Segunda Guerra Mundial para explorar el papel del periodismo en la sociedad estadounidense. Para la desilusión de Luce, quien esperaba un reporte favorable hacia la prensa, la Comisión Hutchinson publicó un reporte crítico. Por ello, hizo las recomendaciones mencionadas aquí. El reporte no tuvo, en consecuencia, la difusión adecuada y cayó por mucho tiempo en el olvido, hasta que en los años 60 otra comisión, esta vez establecida por el gobierno del presidente Lyndon B. Johnson, estudió el papel de la prensa en la explosión de violencia urbana de corte racial en los 60. El reporte de esta segunda comisión, conocida como la Comisión Kerner, también criticó duramente a la prensa de ese país por no cumplir su responsabilidad social.

Abordemos una por una estas responsabilidades del periodismo y del periodista. La primera menciona dos aspectos clave: la veracidad y el contexto. La primera responsabilidad del periodista es verificar, en la medida de lo posible, que su información es veraz, es decir que pueda ser corroborada. Éste es sin duda el imperativo principal del periodismo informativo. La información, sin embargo, debe presentarse en un contexto que le dé significación social, es decir, el periodista debe brindar a sus lectores el mayor contexto posible. Éste es el imperativo esencial del periodismo interpretativo.

La segunda responsabilidad se refiere al periodismo opinativo. El periodista debe ejercer la crítica y respetar el derecho de los demás de sostener puntos de vista opuestos. No se trata de estar todos de acuerdo, sino de ofrecer a la sociedad la mayor diversidad de opiniones.

La tercera responsabilidad es de particular relevancia para grupos que han sido históricamente marginados por la sociedad, como las mujeres o las comunidades indígenas. Los grupos minoritarios estadounidenses (entre ellos, los mexicanoamericanos) apuntan, con razón, que la prensa no se interesa en ellos, a menos que haya un descontento popular como el provocado por el juicio de Rodney King. Del mismo modo, los grupos indígenas de México han sido ignorados o tratados de un modo paternalista. Por ejemplo, ¿cuánta información, dedicó la prensa a los grupos indígenas de Chiapas antes del levantamiento armado de 1994?

La cuarta responsabilidad tiene que ver con el futuro de la nación. La labor del periodista y del periodismo es presentar los objetivos y los valores de la sociedad y no tratar de imponer valores u objetivos predeterminados ya sea por actores comerciales o políticos.

Finalmente, la quinta responsabilidad se refiere a la aspiración periodística de informar a la sociedad de todo aquello que sea relevante, sin ocultar información ya sea por temor a represalias o por ganancia mercantil o política.

Estas responsabilidades sociales del periodismo y del periodista son útiles en el contexto mexicano, precisamente porque el sistema de subsidio estatal ha creado una profesión ajena a la sociedad, ajena a los lectores.

La percepción de que la prensa tiene una responsabilidad social no es la norma en Estados Unidos, pero ha servido como un poderoso incentivo para aquellos que quieren realizar un periodismo independiente en ese país, a contrapelo de la prensa dominada por intereses comerciales y políticos.

México no es ajeno a esta tradición de pensamiento y de hecho existe cada vez más la necesidad de transitar hacia un sistema de prensa abierto, plural y democrático. No obstante, y a diferencia de Estados Unidos, la prensa y los periodistas mexicanos viven una realidad político-social que censura muchas veces el ejercicio de un periodismo independiente.

El informe de la Comisión McBride

Los estudiantes leerán y discutirán en clase las responsabilidades sociales del periodismo descritas en el informe de la Comisión McBride de la UNESCO, titulado Un sólo mundo, voces múltiples, listado en la bibliografía de este libro. ¿Qué aspectos de los mencionados por la Comisión les parecen positivos?, ¿qué aspectos les parecen negativos?, ¿por qué?

El reporte de la Comisión McBride generó duras críticas, principalmente por parte de Estados Unidos. El reporte fue juzgado por la prensa y el gobierno de ese país como un intento por limitar el libre flujo de información y censurar a la prensa. La ofensiva diplomática estadounidense rindió frutos después de cortar el apoyo estadounidense a la UNESCO. Hoy en día, el reporte está fuera de circulación, al menos en Estados Unidos. Dos representantes latinoamericanos estuvieron en esa Comisión: el novelista y periodista colombiano Gabriel García Márquez y el académico chileno Juan Somavía, en ese momento director del Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, ILET, con oficinas en Chile y México.

Los ataques al libre ejercicio del periodismo ocurren en todo el mundo, pero en México han alcanzado niveles alarmantes en los últimos años. A continuación abordaremos los dos tipos de censura que impiden en mayor medida el desarrollo de una prensa independiente en el país.

Obstáculos para el libre ejercicio del periodismo en México

Últimos días de octubre de 1976, según cuenta Vicente Leñero en Los periodistas. El gobierno de Luis Echeverría estaba llegando a su fin y la revista Proceso estaba a punto de nacer. Había un ambiente de intimidación en contra del grupo de periodistas que junto con Julio Scherer salieron de Excélsior e intentaban dar vida a un medio de prensa independiente. Miembros de ese grupo estaban reunidos en casa de Miguel Ángel Granados Chapa con los corresponsales en México del Washington Post, Marlise Simons, y del New York Times, Alan Riding.

Reflexionaba yo, ajeno a la plática común, sobre la providencial intromisión en nuestra aventura periodística de los dos corresponsales extranjeros...

Mientras Alan fumaba un largo puro y sonreía con la plática de Hero Rodríguez Toro, Marlise cruzaba y descruzaba las piernas haciendo saltar sus ojillos entre la concurrencia amiga. Se hablaban trivialidades, tonterías, anécdotas periodísticas que nada me importaban. Mi única idea, congelada como el último shot de una película, era la imagen de un puño a punto de caer sobre nosotros. Sentía envidia de Alan y Marlise, de su invulnerabilidad, de su libertad para caminar por las calles, hacer un viaje a una playa, escribir sin miedo a represalias. Que ganas de cambiar por un mes mi vida con Estela por la vida de Alan y Marlise entregados a su profesión y a sus placeres y a sus pleitos pero sin este miedo imposible de superar.

Leñero captura con admirable sencillez el principal obstáculo del libre ejercicio del periodismo en México: la represión. Este tipo de agresión a los periodistas tuvo un momento muy álgido en los años 80, particularmente con el asesinato de Manuel Buendía, el columnista político de mayor influencia en el país.

De acuerdo con un estudio del Centro Nacional de Comunicación Social, Cencos, entre 1984 y 1986 se reportaron 152 casos de agresión en contra de periodistas, incluyendo doce asesinatos. 42 periodistas fueron asesinados en México entre 1971 y junio de 1987. (Boyle, 1988)

En los ochenta, el número de asesinatos de periodistas en México creció mucho más rápido que en cualquier otro país de América Latina, con excepción de Colombia, según el Comité para la Protección de Periodistas de Nueva York.

Estadísticas más recientes no muestran signos de mejoría, particularmente por el incremento del narcotráfico en el país. El 26 de junio de 1993, la revista Editor ¿?Publisher, por ejemplo, publicó el siguiente reporte sobre los asesinatos de periodistas en México.

Jessica Elizalde sabía que estaba en problemas. La periodista de 30 años de edad había escrito acerca del narcotráfico en la ciudad fronteriza de Juárez...

Con temor por su vida, Jessica empacó sus maletas y estaba a punto de abandonar Juárez para mudarse a la casa de sus padres en otro estado del país. Fue entonces cuando escuchó un toquido en la puerta.

Un hombre que ella no conocía, de veintitantos años y calzando una botas vaqueras, le ofreció un ramillete de flores con una tarjeta en blanco. Él fue la última persona que ella vió. Le disparó en la cara con una pistola calibre .38 automática, y ella murió casi inmediatamente...

La muerte de Jessica Elizalde en marzo es algo más que una estadística en el paisaje surreal de violencia e incertidumbre que es el periodismo mexicano. Más de 60 periodistas fueron asesinados en la década pasada.

El futuro no parece promisorio a raíz de los brotes guerrilleros en el país. En septiembre de 1996, por ejemplo, el fundador y director del semanario Contrapunto en la ciudad de Oaxaca, Razhy González, fue secuestrado, según denunciaron sus colegas, por fuerzas de seguridad del gobierno. (New York Times, 19 de septiembre de 1996.)

Otra forma de censura que impide el libre ejercicio del periodismo es la censura de los dueños de los medios. Tal y como lo apunta Karin Bohmann (1989), este tipo de

censura es difícil de documentar porque pocos periodistas pueden hablar de ello abiertamente.

El problema no es exclusivo de México. De hecho, es más común de lo que parece en países como Estados Unidos. Sería prácticamente imposible para un reportero de Los Angeles Times, por ejemplo, escribir acerca de los pingües negocios en bienes raíces de los cuales se beneficiaron los promotores del desarrollo de una ciudad que, como Los Ángeles, tuvo que saquear los recursos acuíferos de otros lugares en el sur de California. La razón: los dueños del Times, la familia Chandler, hicieron una fortuna con ello, tal y como lo documentan Robert Gottlieb e Irene Wolt en su estupenda historia del diario angelino: *Thinking big* (1977).

Conexión cinematográfica: Chinatown y Los Angeles Times

La película Chinatown de Roman Polanski es un retrato ficticio de la familia Chandler, los dueños de Los Angeles Times, y de su poderosa influencia en el desarrollo y expansión de la ciudad de Los Angeles. Muestra, asimismo, el maridaje entre los intereses económicos, políticos y periodísticos en el desarrollo urbano del sur de California, particularmente en cuanto a los recursos acuíferos.

Estos conflictos de intereses empresariales son todavía frecuentes en la prensa estadounidense, pero han sido atenuados en cierta medida por la noción -desde el punto de vista de los profesionales del periodismo- que las decisiones editoriales competen a los periodistas y no a los dueños o a los publicistas. En ese país existe una ideología profesional que protege en este sentido a los periodistas.

En el caso de México, en cambio, todavía hay dueños de medios -e incluso periodistas- que están acostumbrados a censurar abiertamente la cobertura de cualquier acontecimiento, ya sea para proteger intereses políticos y/o mercantiles.

En febrero de 1987, Pete Hamill y varios reporteros del Mexico City News renunciaron al periódico a raíz de que el dueño de la empresa, Rómulo O'Farril Jr., ordenó al director del diario, Harnill, que publicara información favorable a Rectoría en el conflicto de la UNAM. Las declaraciones de Hamill, periodista estadounidense con 14 años de experiencia en el medio, muestran este claro conflicto entre la visión profesional del periodista y los intereses de los dueños.

... tengo la convicción -dijo- de que el director de la empresa no puede llegar a cambiar las noticias, aunque sea el dueño.

“O'Farril estaba empeñado en cambiar las noticias que nuestros reporteros traían del conflicto en la UNAM, y se oponía a dar un espacio al punto de vista de los estudiantes...”

«Personalmente pienso -agrega Hamill- que la Rectoría de la UNAM está en lo correcto, que se necesitan cambios en la estructura de la Universidad para elevar el nivel académico. Pero lo que no puedo hacer, es pedir a mis reporteros que cambien sus noticias en favor de mis puntos de vista”. (...)

-... Los directores -dueños- son hombres de negocios, de comercio, no de periodismo. Ellos deben ocuparse de los asuntos comerciales, circulación, anuncios. Ahora si él

tiene alguna opinión sobre el tema, que la escriba en las páginas editoriales, pero no puede hacerlo en las páginas de información. (La Jornada, 7 de febrero de 1987.)

Este tipo de censura empresarial, afirma Raymundo Riva Palacio, es más un mecanismo defensivo de los dueños de empresas periodísticas que una demanda explícita de funcionarios gubernamentales. Así lo expone Riva Palacio en su libro Más allá de los límites.

La autocensura en los medios se da como una manifestación de precaución y de temor, aunque no a una acción de gobierno, sino a la que puedan tener los dueños o los directores de los medios. Éstos suelen reprimir a sus reporteros y, en ocasiones, se han dado casos de despidos. Los dueños y los directores del periódico no responden de esa manera sólo por presiones de gobierno, sino precisamente porque no quieren verse enfrentados al mismo y poner en riesgo sus intereses mercantiles.

La ética periodística

La ética periodística en México es un tema difícil. “Es un tema tabú entre periodistas”, dice Riva Palacio en una entrevista con la Revista Mexicana de Comunicación.

Los periodistas somos producto de un sistema: ni causa ni efecto. Somos parte integral de un sistema de cultura política, donde la corrupción explícita e implícita ha sido un sustento muy sólido durante más de sesenta años.

Los dueños de los medios ¿tienen derecho a censurar?

Joe Keenan, jefe de información del Mexico City News, quien renunció junto con Pete Hamill, escribió una colaboración en el periódico La Jornada (14 de febrero de 1987), en la que mostraba cómo ciertos periodistas y simpatizantes de la libertad de prensa en México le habían comentado que el dueño del periódico tenía la razón. Veamos cómo explica Keenan esta paradoja y qué argumento usa para resolverla:

Me dijeron, por ejemplo, que como el presidente del periódico era su dueño y director, a él le tocaba decidir la línea del periódico. Me dijeron que hasta en Estados Unidos, al director le toca escoger unas notas y excluir otras.

Según esta interpretación, yo tengo todo el derecho de irme de tal situación si no quiero aceptar las reglas del director. Pero no tengo por qué quejarme de sus órdenes. Simplemente porque él, y no yo, es el mero mero. Aguanta o vete, me decían, como en cualquier negocio.

Desde el primer momento, pensé que éste era un argumento bastante débil en cuanto a principios y derechos. Miremos un caso más o menos parecido: si yo fuera mesero en un restaurante, y el dueño me ordenara no atender a los negros, a los chinos o a los mexicanos, podría, sin lugar a dudas, renunciar como protesta. Y tendría no solamente el derecho sino el deber de denunciar esta práctica y a este dueño, hasta que se terminara la discriminación.

¿Qué piensa el estudiante de los críticos de Keenan?, ¿por qué?, ¿qué piensa de la respuesta de Keenan?, ¿por qué?, ¿los dueños de los medios tienen el derecho de censurar el trabajo de sus periodistas?, ¿por qué?

Y en verdad, la corrupción periodística en México ha alcanzado niveles muy altos. Julio Scherer, en su libro *El poder: historias de familia*, brinda quizá el ejemplo mejor documentado de la corrupción en el periodismo nacional, el cual no respeta rango ni ideologías. La lectura de esta obra es imprescindible para cualquier aspirante a periodista.

La ética y los códigos de ética juegan un papel importante en la formación de nuevos periodistas en el país y debe prestárseles particular atención en universidades o escuela de periodismo. No obstante, los principios éticos no son universales y no deben sancionarse como verdades generales en el periodismo nacional.

Una visión más positiva y quizá más realista, como apunta Riva Palacio, es la adopción de códigos de ética voluntarios en los que acuerden por consenso tanto las empresas periodísticas como los reporteros, ya sea a nivel de una empresa, de medios, o a nivel regional o nacional.

En este libro seguiremos un enfoque práctico para el estudiante de periodismo. Es decir, discutiremos cómo pensar en términos éticos casos específicos y no brindaremos principios generales. No obstante, recomendamos la lectura de códigos de ética latinoamericanos recopilados por Uribe (1984) y el libro de Raymundo Riva Palacio como complemento a este capítulo.

Conocer el medio lo mejor posible

Antes de acometer cualquier problema ético, el periodista debe conocer lo mejor posible el medio para el cual trabaja o al que va a ingresar. ¿Es una empresa privada, estatal o una cooperativa?, ¿hay un código de ética ya establecido?, ¿quién lo redactó, cuándo, por qué?, ¿cómo se aplica en la práctica?, ¿quiénes son los dueños o directores?, ¿tienen ligas políticas, religiosas o de otra índole que sean públicas?, ¿el medio acepta gacetillas?, ¿los reporteros reciben un porcentaje por las gacetillas pagadas por su fuente?, ¿cuál es la historia de ese medio?, ¿me siento a gusto trabajando para este medio?, ¿existen conflictos políticos, religiosos o de otra índole entre el medio y yo?, ¿cuáles son?

No se trata de llegar a la conclusión de que no hay ningún medio de comunicación que sea perfecto, sino de anticipar conflictos de orden ético. Si un reportero, por ejemplo, cree que recibir un porcentaje por las gacetillas publicadas por una fuente es incorrecto, pero necesita desesperadamente el empleo, puede pedir al jefe de información que no lo asigne a cubrir fuentes que inserten gacetillas en ese diario. Obviamente, la mejor solución para el reportero es trabajar en otro medio que no reciba gacetillas, pero a veces las necesidades económicas son apremiantes.

¿Es ético recibir embute?

Hay una respuesta definitiva a esta pregunta: el embute o chayo no es un problema ético. Es un caso de corrupción periodística. Mediante el chayo el reportero asume un compromiso con su fuente para bien ocultar información que pueda dañarla o para hacer una cobertura favorable de ella.

Los bajos salarios que pagan muchos periódicos y revistas son campo fértil para el florecimiento del chayo. De hecho, existe una presión de grupo mediante la cual los

periodistas con experiencia se burlan de los reporteros novatos que se resisten a aceptar el chayo. Algunos reporteros han hecho del chayo una profesión. No hace mucho, escuchamos a un reportero contar esta broma acerca de uno de sus colegas: El güero quiere que su hijo sea periodista como él, por eso le da su domingo en un sobre.

¿Es correcto recibir regalos de una fuente?

Vicente Leñero muestra en *Los periodistas* una respuesta a esta pregunta: depende del valor del regalo y de si el periodista piensa que el recibirlo compromete su independencia. Es obvio que recibir como regalo una casa o un automóvil es un caso de corrupción, pero, cuando se trata de objetos de escaso valor la línea entre lo ético y no ético no es tan clara. Otros periodistas dirán que el reportero no debe aceptar ningún regalo de sus fuentes y quizá ésta sea la mejor solución. Algunos medios lo prohíben.

¿Es correcto aceptar invitaciones o viajes?

Ésta es una práctica muy frecuente, usada tanto por fuentes gubernamentales como por empresas privadas. ¿Se puede cubrir un acontecimiento de una manera crítica cuando el reportero recibe de su fuente un viaje, todo incluido, por cinco ciudades europeas?

Los periodistas de las cadenas televisivas estadounidenses, por ejemplo, fueron duramente criticados por otros medios cuando aceptaron viaje y hospedaje todo pagado para celebrar el cumpleaños de Mikey Mouse en Disneylandia. La mejor solución es no aceptarlos, a menos que por razones militares no haya otra manera de llegar al lugar de los hechos. Si el medio de comunicación es pobre o no tiene prestigio entre los poderosos, es probable que no se pierda de mucho, ya que la información publicirrelacionista siempre será asequible.

¿Cuándo ocurre el conflicto de intereses?

El conflicto de intereses ocurre cuando un periodista cubre un acontecimiento o una institución de la que forma parte. Supongamos que el periodista es abierto simpatizante y miembro de un partido político. La norma periodística indicará que ese periodista no debe cubrir acontecimientos relacionados con ese partido u organización.

Los códigos de ética del Washington Post y El Norte/Reforma

El legendario director del Washington Post, Benjamin Bradlee, escribió los estándares éticos del este diario. Algunos de los aspectos más sobresalientes son los siguientes:

- 1. Nadie en el periódico puede aceptar viajes o regalos de fuentes de información, excepto cuando se trate de casos obvios de cortesía, como una invitación a una comida, siempre y cuando sea ocasional e inocente.*
- 2. Los periodistas del Post no pueden trabajar para otra institución sin el permiso previo de sus supervisores.*
- 3. Los periodistas no pueden participar en actividades políticas que comprometan su habilidad para reportear de un modo justo y balanceado. Las ligas políticas o de negocios de familiares de los periodistas deben darse a conocer a los jefes de*

departamento.

4. *El Post cree esencial reconocer el interés nacional y el de la comunidad, y cree que se sirven mejor los intereses de la nación y de la comunidad diseminando la mayor cantidad de información posible. Reconoce, asimismo, que el alegato de un funcionario federal o local de defender el interés nacional o comunitario no equivale automáticamente a la defensa de ese interés.*
5. *El Post respeta el buen gusto y la decencia, reconociendo que estos conceptos están en cambio constante. Se evitarán obscenidades y lenguaje profano a menos que sea esencial en una nota de relevancia.*

Los diarios mexicanos Reforma y El Norte son pioneros en el establecimiento de un código de ética para sus periodistas. En su manual de estilo, Alejandro Junco de la Vega, presidente y director general de Reforma, propone los siguientes puntos:

1. *Los reporteros y editores de Reforma y El Norte (...) Se visten como profesionales, tienen las atenciones de profesionales y rechazan sobornos como dinero, regalos, boletos, comidas, alojamientos, viajes, etcétera, de sus fuentes noticiosas.*
2. *Nuestros periódicos no publican desplegados u otra publicidad disfrazada como noticia. Nuestros reporteros no venden publicidad, ni actúan como boletíneros para alguna persona o institución, comercial o gubernamental. Se esfuerzan por mantener su independencia, tratando de manera imparcial con todas las fuentes noticiosas y buscando siempre la verdad.*
3. *No escriben ni publican notas falsas y su trabajo es editado exclusivamente en la Redacción. Cuidadosamente hemos separado en dos departamentos a aquéllos que reportan las noticias de aquéllos que venden publicidad.*
4. *Aunque no se alienta a nuestros reporteros a ofrecer confidencialidad a una fuente noticiosa, una vez otorgada debe ser guardada y compartida sólo con el editor del periódico. Las promesas de confidencialidad deben hacerse sólo cuando las fuentes noticiosas están en peligro de correr daño físico o la pérdida de sus empleos si sus nombres son revelados.*
5. *El reportero siempre debe buscar de dos a tres fuentes diferentes que puedan confirmar la información dada en confianza. Los reporteros deben siempre estar alerta contra personas a quienes les gustaría utilizar al periódico para sus propósitos individuales.*
6. *El periodista profesional trabaja únicamente en el periódico. No tiene empleo adicional: su lealtad es hacia un mejor periódico, hacia lectores mejor informados. El lograr estas metas es un motivo de orgullo y satisfacción.*

Algunos medios, particularmente en Estados Unidos, prohíben que los reporteros participen en organizaciones políticas o sociales. Esta política, sin embargo, ha llegado a extremos absurdos, abiertamente racistas o limitantes de los derechos ciudadanos de los periodistas. Hasta antes del movimiento de los derechos civiles en los años 60, por ejemplo, era norma general en los periódicos estadounidenses pensar que los

periodistas negros o mexicanos no podían cubrir sus propias comunidades porque caían en un conflicto de interés, como si los reporteros blancos no cubrieran las suyas.

Asimismo, esta regla nunca aplica, curiosamente, a los ejecutivos o dueños de los medios. Evitar el conflicto de intereses es apropiado en el periodismo, pero debe ejercerse con un criterio justo, evitando aplicar una regla dispareja: el dueño sí puede pertenecer a un partido o a una organización empresarial, pero el reportero no. O todos coludos o todos rabones, afirma el dicho popular.

¿Es ético grabar a alguien sin su consentimiento?

No hay una respuesta única a esta pregunta. Por regla general, pedir permiso para grabar a una persona es parte de una etiqueta periodística. A veces, como ocurre en ciertos estados del coloso del norte, esta práctica es ilegal. Lo importante para el reportero es estar seguro de que no puede conseguir la información de otra manera y si sus editores lo apoyan a la hora de decidir grabar a alguien sin su consentimiento.

¿Es correcto reproducir información que se escuchó mientras se espía?

Como en el caso anterior, el reportero debe evaluar la importancia de la información que persigue y si éste es el único modo en que puede conseguirla.

Esto ocurrió en noviembre de 1992, cuando el titular de la Coordinación de la Presidencia de la República, José Córdoba Montoya, se entrevistó en un restaurante en Washington con representantes del equipo de Bill Clinton, presidente electo de Estados Unidos, para explorar el futuro del TLC bajo la administración Clinton. Los corresponsales en Washington del periódico El Financiero y la revista Proceso escucharon la conversación sentados en la mesa de al lado en el restaurante, tal y como lo relata Jorge G. Castañeda (Proceso, 22 de mayo de 1995).

... el reportaje se logró mediante el trabajo conjunto de los enviados en la capital estadounidense del diario El Financiero y el corresponsal de Proceso, quienes al enterarse que Córdoba pasaría por Washington esos días, para asistir a una reunión académica en los suburbios, averiguaron su agenda, supieron dónde y a qué hora almorzaría con [Samuel] Berger, y simplemente se sentaron en la mesa de a lado y escucharon toda la conversación.

¿Es ético ocultar que se es un periodista?

Por regla general, el periodista debe identificarse como tal. No obstante, hay dos casos en los que esta norma puede transgredirse. En el primero, el periodista no necesita identificarse a menos que alguien se lo pida, como en mítines, marchas o actos públicos. En el segundo, el periodista está en una misión en la cual es indispensable que no se sepa que es periodista. En este caso, el periodista investiga un asunto desde dentro de una organización o una empresa, pero antes de hacerlo habrá que decidir si la información que recopilará el reportero es relevante para la sociedad y no puede conseguirse reportando de manera convencional.

Sociedades secretas u organizaciones ilícitas son ejemplos clásicos. Debe tenerse presente, sin embargo, que se trata de información relevante para la sociedad y no de un arma de entretenimiento, como lo hacen ciertos programas de televisión que

abusan de los ciudadanos para burlarse de ellos de un modo infraganti ante las cámaras.

¿Es correcto pagar por información?

Por regla general, esto no se hace en la llamada prensa seria, pero ocurre con frecuencia en la prensa sensacionalista y la televisión. Las amantes de políticos o asesores presidenciales han hecho una fortuna vendiendo su información a publicaciones de este tipo.

Hay ocasiones más frecuentes, sin embargo, en las que el periodista o el medio deben pagar una suma por información a centros de documentación o bibliotecas. Otras veces, se necesita contratar a especialistas para escribir partes de la información requerida.

¿Es ético alterar citas de las fuentes?

En términos generales, no. La pregunta es más relevante, sin embargo, cuando se habla de alterarlas por razones de estilo. En este caso, la respuesta no es tan clara. Es obvio que el reportero puede evitar muletillas y frases propias del lenguaje hablado, como bueno, em, este, pero no es tan claro cuando se trata de usar puntos suspensivos constantemente, completar frases incompletas o simplemente transformar el lenguaje hablado en un lenguaje escrito coherente.

Conexión internacional: La periodista y el psicólogo

Citar incorrectamente a alguien puede causar no sólo problemas de orden ético, sino también de orden legal. Un caso notorio fue la demanda por 10 millones de dólares que por difamación y calumnia presentó el psicólogo Jeffrey M. Mason en contra del New Yorker y la periodista Janet Malcom. Todo comenzó en 1982 y 1983, durante una serie de entrevistas para una semblanza que duraron siete meses. En esas conversaciones, Mason, quien fuera curador de los archivos de Freud, habló de sus teorías iconoclastas y de sus hábitos promiscuos. La semblanza de 48,500 palabras fue publicada por la revista New Yorker en dos partes, incluyendo cinco citas que Mason asegura Janet Malcolm inventó y que la periodista asegura eran correctas.

En una de ellas, Mason se describe como un gígolo intelectual y en otra amenaza con transformar la casa de Anna Freud en Londres en un lugar de sexo, mujeres y diversión.

Después de casi diez años de litigación, un jurado decidió en 1993 que el psicólogo tenía la razón, que Janet Malcolm era culpable, pero que la revista New Yorker no lo era. El jurado, asimismo, no decidió cuánto dinero debía pagarse a Mason por haber dañado su reputación.

Lo interesante para el periodismo en todo caso, es el modo en que la Corte Suprema estadounidense justificó este caso. La corte dijo que una cita inventada puede ser difamatoria si resulta en un "cambio material en el significado transmitido por la aseveración", y no si solamente se eliminan los bueno y este del lenguaje hablado.

¿Es correcto alterar fotografías?

Cualquier fotógrafo sabe que las fotografías de los diarios son alteradas por cuestiones técnicas o de espacio antes de publicarse. El problema surge cuando, con las nuevas tecnologías fotográficas, se puede alterar el contenido de la fotografía. No hace mucho tiempo, por ejemplo, una fotografía de O. J. Simpson en la portada de la

revista Time, por ejemplo, fue duramente criticada porque la revista alteró la luz en la fotografía para dar un aspecto más siniestro al deportista. Éste era un claro ejemplo de una alteración indebida.

Otros casos no son tan claros. ¿Es válido borrar, por ejemplo, la marca de una bicicleta para no dar publicidad gratuita al fabricante? Este tipo de preguntas surgen en la labor cotidiana de los fotógrafos y no hay una respuesta única.