

## Etica Periodística

P reguntar ¿qué es Etica Periodística?, equivale a plantear una de aquellas preguntas que Max Lerner equipararía a las primeras preguntas que se suelen hacer sin esperar respuesta, como la de Freud: “¿Qué quieren las mujeres?” y la de Wittgenstein: ¿Cómo sacar la mosca fuera de la botella?».

Theodore Peterson, en 1956, resumió los defectos de la prensa en la siguiente forma:

1. La prensa ha utilizado su enorme poder para sus propios fines. Sus dueños han propagado sus propias opiniones, especialmente en materia política y económica, a expensas de las opiniones contrarias.
2. Se ha subordinado a las grandes empresas y en ocasiones se ha permitido que los anunciantes controlen sus contenidos editoriales.
3. Se ha resistido al cambio social.
4. Frecuentemente ha prestado más atención a lo superficial y sensacional que a lo realmente significativo.
5. Ha puesto en peligro la moral pública.
6. Ha invadido la intimidad de las personas.
7. Está controlada por una clase socio-económica, libremente descrita como la clase del negocio que dificulta el acceso de gente nueva al periodismo, con lo cual pone en peligro el libre y abierto mercado de las ideas.

Este compendio de agravios, clásico en su género, ha sido ampliado y matizado interminablemente.

Kurt Luedtke, ex-redactor jefe del *Detroit Free Press* y autor de *Absence of Malice*, afirmaba que “hay hombres y mujeres buenos que no se prestaban para cargos públicos, temerosos de que los periodistas descubrieran sus puntos flacos, o se los inventaran”. “Muchas personas, decía, que han tenido trato con los periodistas desearían no haberlo tenido. Los periodistas son caprichosos e impredecibles, son temibles y temidos, porque no hay manera de

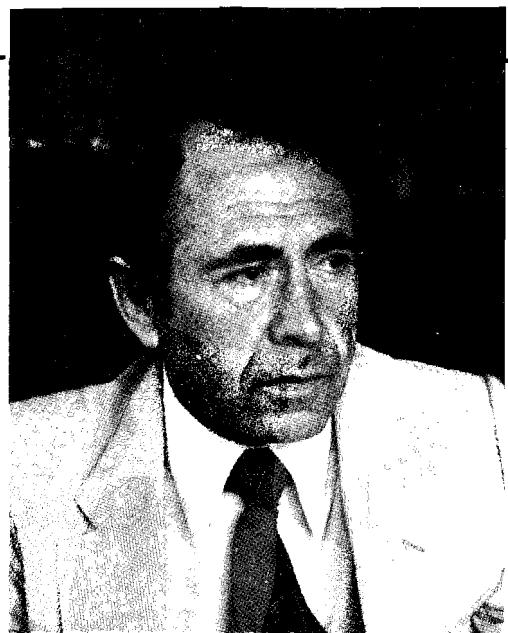
saber si esta vez serán honrados y exactos o no lo serán”.

La grave responsabilidad de los periodistas, según este autor, se comprende cuando se cae en la cuenta que “de sus juicios discretionales dependen reputaciones y carreras, sentencias de cárcel y precios de mercaderías, espectáculos y suministros de agua”. Los periodistas son, “el mecanismo de la recompensa y el castigo, los árbitros de lo justo y lo injusto, el ojo incansable del juicio cotidiano. Ya no moldean, simplemente, la opinión pública, sino que la han suplantado”.

E stos y otros ataques a nuestra profesión parecerían justificarse si se los confronta con declaraciones demasiado simplistas de algunos empresarios y colegas. Así, por ejemplo, Bill Granger del *Chicago Tribune*, escribió: “Si asiste usted a seminarios de periodismo y escucha como unos doctos profesores y unos pomposos directores debaten la ética y la moral del periodismo moderno, se hace una idea equivocada. Aquellas paparruchas no tienen nada que ver con el lograr una información y ponerla en el periódico. El periodismo auténtico tiene dos normas solamente: Consigue la información. Públícalo... Todo lo demás queda a la conciencia de cada uno... Puede que éste sea un santo varón del periodismo y aquél sea un truhán, pero la prueba es la misma para ambos: Consigue la noticia. Públícalo”.

Peter Hamilton del *World Street Journal*, decía: “Un periódico es una empresa privada que no le debe nada al público, el cual no le concede ninguna franquicia. Por consiguiente, no tiene nada que ver con el interés público. Es, categóricamente, propiedad de su dueño, quien vende un producto manufacturado a su propio riesgo”.

U n periodismo responsable jamás podrá admitir la fórmula nocivamente simplista que define la libertad de prensa como negocio y, peor todavía, como solo



*Dr. Luis E. Proaño*

negocio. Tampoco es admisible que la obligación de informar no admita ninguna limitación en cuanto a los medios que se utilizan para lograr la noticia.

La primera obligación de todo periodismo profesional es la de ser y permanecer libre. La libertad está expuesta a presiones de toda clase que provienen de gobiernos, de ideologías políticas, de grupos de presión y de compromisos y alianzas de interés económico. Muchas son las preguntas que a este respecto podrían plantearse: ¿hasta qué punto el monopolio de un medio o de varios medios pone en peligro la libertad? ¿en qué medida los anunciantes la coartan? ¿cómo evitar el impacto que la manipulación experta de los medios, llevada a cabo por hábiles relaciones públicas y líderes políticos, puede causar en un público desprevenido?

Deben escudriñarse, por igual, los límites del derecho de todo ciudadano a estar bien informado. Ese derecho puede entrar en conflicto con otros como el derecho a la privacidad; el derecho a un juicio justo, no prejuiciado por los medios; el derecho de todo gobierno a mantener secreta cierta información en salvaguardia de los intereses nacionales; el derecho del periodista para no denunciar sus fuentes de información.

**H**oy en día no basta con informar, verazmente, del hecho sino que hay que situarlo en el contexto que le da significado. Los periódicos, las agencias de noticias y otros medios informativos deben, además, esforzarse en presentar todos los puntos de vista significativos sobre los problemas públicos, incluyendo aquellos que a la sazón sean impopulares o estén en conflicto con los suyos.

Los códigos de ética, sobre los cuales versa una buena parte del contenido de este número de *Chasqui*, representan un esfuerzo consciente de solucionar los problemas mencionados y otros de su estilo. Sarcásticamente, H. J.

Mencken, refiriéndose a los códigos decía: "cada vez que un periodista incapaz se retira a ejercer la cátedra en una Escuela de Periodismo, goza de tiempo sobrado para meditar sobre el estado de su profesión, se ve obligado a escribir sobre la ética de la misma y produce un libro lleno de literatura acerba y hurémica".

Dejando a un lado lo cáustico de este comentario, vale la pena notar que los códigos de ética no pueden servir como una justificación vacía del profesionalismo periodístico. Los códigos son una declaración de normas e ideales cuya nobleza no garantiza su cumplimiento. Tienen por eso una utilidad limitada. Pueden ayudar a iluminar la mente y guiar la conciencia pero carecen de medios para imponerse.

**N**o hay ética sin libertad. Pero la libertad no puede definirse como una libertad de trabas sino como una libertad para el tipo de comunicación que ayude a satisfacer las necesidades básicas de la sociedad. La libertad de expresión, en el contexto de nuestra civilización, no puede servir a otro propósito que no sea el de sacar al conflicto social de la violencia para situarlo en el nivel del diálogo. El derecho a la libertad de expresión no puede ser utilizado para propagar el odio, para envilecer a las personas, para mentir y contaminar el ambiente de la verdad. El periodista tiene derecho a errar pero no tiene derecho a permanecer en el error deliberada e irresponsablemente. Tiene derecho a expresarse pero tiene la obligación correspondiente a no traicionar su conciencia ni la sociedad.

Este fue el último número que preparó Lincoln Larrea Benalcázar como Editor de *Chasqui*. Si sus colegas periodistas lo estudian con seriedad y se afirman en la difícil lucha por la libertad habrán rendido el mejor homenaje a su memoria.

