

**TALLER
DE ETICA
PERIODISTICA**

INTRODUCCIÓN

METAS

Provocar entre los participantes, a partir de una revisión del perfil ético del periodista contemporáneo y del intercambio de experiencias concretas, una reflexión crítica sobre la manera de abordar los desafíos éticos que se plantean en el trabajo cotidiano de cobertura de las campañas políticas y el proceso electoral.

Generar una reflexión sobre los principios y recomendaciones aplicables a la práctica profesional, que aproximen la actividad de los periodistas políticos, en la coyuntura actual de México, a servir al público según los valores profesionales de fidelidad a la verdad (rigor y exactitud), independencia y responsabilidad social.

Proporcionar a los participantes información relevante y actualizada sobre temas electorales que sirva para mejorar la cobertura de las elecciones. El taller buscó concluir con bases para adoptar compromisos a la luz de las reflexiones logradas.

METODOLOGÍA

Cada conferencia-taller reunió durante tres días a un grupo de aproximadamente 200 periodistas que cubren la fuente política y que trabajan para medios de prensa, radio y televisión de distintas regiones de la República, como editores, redactores, reporteros y jefes de redacción e información. El primer día se dedicó a impartir una conferencia, que sirvió para profundizar en temas relacionados con las tareas sustantivas que el IFE desarrolla en la organización de los comicios, cuyas exposiciones estuvieron a cargo de funcionarios y consejeros electorales del Instituto y magistrados del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, entre otros. Los dos días restantes se dedicaron

al desarrollo de un taller de ética periodística en la cobertura de elecciones, a cargo de un instructor de la FNPI, dirigido a informadores previamente seleccionados.

La sección del taller comprendió:

- Discusiones guiadas con aporte de experiencias vividas por los participantes.
- Ejercicios en grupos.
- Análisis de casos de México y otros países.
- Exposiciones del instructor con base en el estudio comparativo de más de 80 códigos de ética, de asociaciones profesionales y medios informativos del mundo entero.
- Para una mejor preparación del taller, la oficina de Comunicación Social del IFE preparó previamente, con el instructor, materiales útiles para la discusión.

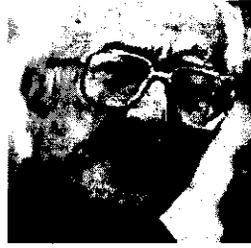
En la sección de la conferencia abierta, los funcionarios del IFE y Magistrados del TEPJF expusieron los trabajos que realiza el Instituto y el Tribunal durante el proceso electoral, a saber:

- Padrón Electoral y Lista Nominal.
- Reforma político-electoral.
- Monitoreo de campañas.
- Financiamiento y fiscalización a partidos políticos.

- Programa de Resultados Electorales Preliminares de la jornada electoral.
- Capacitación de funcionarios de casilla.
- Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe).
- Observadores electorales y visitantes extranjeros.
- Tribunal Electoral y medios de impugnación.

La conferencia abierta, como es definida en los cánones periodísticos, permitió a los exponentes ofrecer información sobre temas específicos ante un público expectante. Bajo este esquema el circuito de comunicación tiene el flujo de emisor-receptor, aunque con la novedad de la ronda de preguntas y respuestas se completó el sistema de comunicación, que es emisor-receptor-emisor.

En el caso del taller, la generación e intercambio de ideas se concretó con las mesas de trabajo que se organizaron para abordar los temas. A ello se sumó la concatenación de los resultados de todos los trabajos, lo que permitió recaudar experiencias que ayudaron a los formadores de opinión a una mejor identificación y valoración de los trabajos de la institución, que produjo una cobertura más profesional del proceso electoral 1999-2000. ■



JAVIER DARÍO RESTREPO

*Relatoría tipo de los talleres de Ética Periodística,
impartidos por el periodista colombiano acreedor del premio PROCEPER a la Ética Periodística.
Febrero, marzo y abril de 2000.*

DESARROLLO DEL TALLER

¿PARA QUÉ SIRVE EL TALLER DE ÉTICA PERIODÍSTICA?

Javier Darío Restrepo (ponente): el taller apunta a lo que consideramos fundamental de la práctica periodística, lo que nos ilumina en la solución de los problemas a los que cotidianamente se enfrentan los periodistas.

Es decir, ¿cómo puede el periodismo contribuir al fortalecimiento de la democracia, cómo puede contribuir a orientar a los ciudadanos? ¿Cómo, situados entre dos polos, el polo del poder y el de los ciudadanos -que es a su vez un público lector, inteligente-, van los periodistas a jugar su papel?

Hemos recopilado una serie de casos que tienen que ver con temas electorales, de tal manera que éste sea un taller de ética donde buena parte de los casos a discusión van a estar enfocados hacia la vertiente del periodismo político.

OPINIONES INICIALES DE LOS PARTICIPANTES EN EL CURSO

- Se consideró que en México se tienen pocas oportunidades de combinar la práctica con la teoría, muchos compañeros hace tiempo que no toman cursos teóricos y formativos, de ahí las buenas expectativas que despierta el taller. Interesan las experiencias de todos los participantes, conocerlas y ver qué se puede obtener de provecho.
- Se dijo que en México no se tocan normalmente este tipo de temas, por lo espinoso del asunto, entonces es muy interesante conocer las opiniones de los colegas al respecto, y el intercambio de experiencias. La expectativa sobre el curso la resumieron en una palabra: aprender.
- Se consideró también que el trabajo periodístico, en la mayoría de los casos, es un trabajo muy solitario, que se realiza con egoísmo, y al estar en un curso-taller de este tipo lo importante es compartir las experiencias, y

sobre todo "saber que no estamos solos en esto". Hay que estar dispuestos a cambiar los esquemas con los que se trabaja a diario.

- Hay que aprovechar -se dijo- que el taller se realiza en un momento muy oportuno, por el proceso electoral en México, cuando la ética periodística está más expuesta, pues "siempre hay desafíos, siempre es bueno reforzar y volver a recordar".
- También: la ética es un tema sobre el que hay que reflexionar de manera permanente, hoy que es fundamental definir cuál es nuestra responsabilidad como periodistas y la responsabilidad propia de los medios de comunicación, cosa que hace mucha falta en México. En especial interesa discutir los casos en que la ética personal entra en conflicto con los principios y la línea editorial del periódico mismo; a veces no coinciden.
- El tema central de la ética periodística, es un asunto que casi no se trata formalmente, casi siempre se aborda de manera informal, pero pocas veces se toma en cuenta la problemática y la forma de pensar de los reporteros, que "somos la base de los medios de información".
- El tema del curso es importante, sobre todo porque los periodistas vamos a estar asociados a un proceso que de alguna manera involucra a todo el país, por la transición política que representa.
- Se tiene la impresión de que la ética personal y periodística han estado en cierto sentido subordinadas a los intereses de los concesionarios, lo que es contradictorio con lo que se les inculcó en la carrera.

El Coordinador de Comunicación Social del IFE manifiesta su satisfacción por el hecho de que ahora "tengamos la oportunidad de un verdadero intercambio de puntos de vista. En cuanto a las expectativas que veo en este tipo de cursos, está el hecho de que -por ese mundo a veces tan individualista del diarismo mexicano- perdemos muchas veces la perspectiva de que en el

cambio que se ha producido en México, en los últimos años, la prensa escrita y en general los medios audiovisuales han jugado un papel muy importante.

"Si bien es cierto que ante diversos conflictos ésta es todavía una prensa muy polarizada en sus versiones, este tipo de talleres permite, en base al análisis de experiencias individuales, ver la situación en perspectiva, porque al mismo tiempo que han habido avances, con la modernización de los medios también se ha manifestado una tendencia indudable hacia el sensacionalismo y hacia las partes más mercantiles de la comunicación, que por lo demás no es una tendencia exclusivamente mexicana, es internacional".

CARACTERÍSTICAS DEL TALLER

Ponente: los planteamientos que hacen ustedes, por ejemplo, de los casos éticos que han vivido o que han conocido de primera mano, son muy parecidos a los que uno encontraría en cualquier otro país.

Lo que más enriquece en los talleres es que llega un momento en que nos desprendemos de todas nuestras inhibiciones y nuestras timideces. Cuando se logra superar esa timidez comenzamos a hablar de nuestros asuntos reales, y eso es lo más enriquecedor: el intercambio de experiencias y de reflexiones que vamos a estar haciendo. Mi papel es precisamente estimular ese intercambio.

Lo que más enriquece en los talleres es que llega un momento en que nos desprendemos de todas nuestras inhibiciones y nuestras timideces.

Ese enriquecimiento parte fundamentalmente de un fenómeno que siempre ocurre en estos casos: la importancia y utilidad de que uno tenga un "mapa mental" correcto.

Les propongo que piensen en el mapa mental que ahora tienen y que luego lo comparen con el que van a tener mañana. Que piensen qué consecuencias puede tener en el futuro ese cambio en el mapa mental.

Vamos a revisar nuestro mapa mental sobre periodismo, ¿qué pensamos nosotros de esta profesión, cuáles son los problemas?

Vamos a utilizar la metodología de intercambio de experiencias, y algunos de los casos de estudio los vamos a tratar en grupos, para profundizar. Quiero asimismo que nos pongamos de acuerdo en unas cuantas normas para las intervenciones:

1. **Ir al grano.** Los latinos tenemos la tendencia a los rodeos, hacemos demasiados preámbulos. Hay que ir al grano, primera norma que ha mostrado siempre ser muy útil.

2. **Recortarle.** Esto es usual para nosotros, que siempre estamos urgidos por alguien que nos exige: hermano recórtele, recorte en la radio, en la televisión que nos miden el tiempo por segundos, los periódicos nos miden por centímetros.

3. **Salarios.** No nos metamos con el asunto económico de los salarios de los periodistas, hay que ir siempre al tema que se esté tratando. Eso contribuye a que nos centremos en el tema principal.

4. **No repetir lo que ya otros hayan dicho.**

5. **El respeto de las opiniones.** Es importante que no estemos de acuerdo en todo, hay que temer que haya una repugnante unanimidad; lo deseable es que haya intercambio de opiniones diversas y respeto a todas las opiniones.

6. **Agrego una sexta:** no a la autoflagelación; todos conocemos nuestros problemas y más bien debemos buscarles el ángulo positivo; más que protesta: propuesta.



El Maestro Javier Darío Restrepo, durante el Taller de Ética Periodística, celebrado en el Hotel Hacienda Cola de Caballo en Santiago de N.L., los días 21 y 22 de marzo de 2000.

LOS OBJETIVOS DEL TALLER

¿Cuál es el gran objetivo? Lo que yo pienso obtener es que al terminar, cada uno de ustedes piense: "hoy conozco mejor mi profesión"; que se tenga un conocimiento más profundo de lo que es ser periodista, y que como consecuencia de ello, ustedes se sientan muy orgullosos y entusiasmados de ser periodistas.

Si esas dos actitudes interiores no se dan en ustedes al terminar el taller, pueden decir que se perdió el tiempo; pero se tiene que alcanzar ese objetivo: un conocimiento mayor de la profesión y, como consecuencia de eso, orgullo por la profesión.

ANÁLISIS DE CASO EN GRUPO

(Para analizar los "casos", el taller se dividió en grupos de trabajo).

El caso es: "me llegó a las manos, de parte de una persona seria y confiable, una lista de periodistas que trabajan en distintos medios y que están recibiendo una paga mensual de un grupo de legisladores, interesados en que sus informaciones aparezcan; entre esos periodistas hay uno de mi noticiero, revista o periódico. No sé qué hacer porque tengo varias alternativas:

Primero, poner el caso en manos del director, pero sé que echarían al reportero.

Dos, publicar esa lista y de paso notificar al colega que esa conducta se sanciona con la expulsión.

Tres, publicar una nota sobre esa forma de infiltrar a los medios de comunicación pero sin revelar los nombres.

Cuatro, hablar con el periodista, que es escaso de recursos, explicarle su error y dejar las cosas así.

Quinto, pasarle la lista a la entidad gremial para que condene públicamente esa conducta".

Grupo número uno: ¿cuál de esas actitudes considera que se debe tomar?

Vocero del grupo 1: la conclusión a que llegamos es que lo que tendría que hacerse sería publicar la lista

de reporteros, pero igualmente la lista de congresistas, porque en todo caso la corrupción se genera por los dos factores.

Una sexta posibilidad sería denunciar tanto la corrupción del lado de los periodistas, como la corrupción del lado de los legisladores.

Reflexionamos en torno a la forma como se genera la corrupción, en algunos casos a partir de la estructura salarial que existe en muchos medios, los bajos salarios, y en donde las empresas tienen sobreentendido que las "percepciones extras" forman parte del salario, lo cual explica el fenómeno, aunque no justifica el hecho de corromperse.

Un segundo caso de corrupción es en donde las empresas, los propios medios, entran a esta red de intereses y de poder y son copartícipes de la corrupción. A veces los reporteros reciben algunas dádivas, pero en los estratos más altos de las empresas reciben tajadas mayores, lo cual se da mucho en las cuestiones políticas, y de alguna manera habría que diferenciar estos dos tipos de corrupción.

La conclusión es que si bien habría que denunciar a los periodistas que reciben dinero, también es fundamental denunciar el origen de la corrupción: publicar también la lista de los congresistas que están involucrados en este soborno.

Vocero del grupo 2: Los miembros del equipo llegamos a la conclusión de que la mejor opción es hablar con el periodista (que sabemos es escaso de recursos), explicarle su error, pero no dejar las cosas ahí.

Lo mejor sería hacerle una advertencia tanto al reportero como a la fuente, o sea, a los legisladores que dieron dinero. En el sentido de que si esto continúa lo vamos a publicar, y eso es todo.

El vocero del grupo 3: Al principio hubo una posición en el sentido de que era preciso publicar la lista de los periodistas que sucumbieron a la obvia intención corruptora de los congresistas, y otra parte

¿Cuál es el gran objetivo? Lo que yo pienso obtener es que al terminar, cada uno de ustedes piense: "hoy conozco mejor mi profesión"; que se tenga un conocimiento más profundo de lo que es ser periodista, y que como consecuencia de ello, ustedes se sientan muy orgullosos y entusiasmados de ser periodistas.

de los compañeros señalaron que era importante, en primer lugar, hablar con el periodista y hacerle ver su error.

Al final, el consenso fue que se publicara la lista y de paso notificar al colega que esa conducta se sanciona con la expulsión del medio. Sin embargo, se habló de no perder de vista el contexto en el que se da esta práctica del embute: los bajos salarios, por ejemplo, la práctica del poder público para tratar de corromper a los periodistas, ya comprar elogios o simplemente para ocultar corruptelas.

No perder de vista que los altos directivos de los medios de comunicación, tienen también complicidades con el poder público, y son los que se llevan la tajada más grande. Al final la posición quedó en que no es justificable, desde ningún punto de vista, aceptar la dádiva a cambio de hablar bien de alguien o de ocultar cosas.

El vocero del grupo 4: en nuestro grupo consideramos pertinente publicar una nota sobre esta forma de filtrar a los medios de comunicación, pero sin revelar los nombres. Nos pareció muy arriesgado, sabiendo que algunas veces la modalidad de estas formas de corrupción es poner nombres en la lista, aunque muchos de los compañeros que están ahí no reciben dinero, alguien se lo queda.

Si publicáramos los nombres podríamos promover el desprestigio de algunos compañeros que no tendrían nada que ver con esta cuestión de corrupción; además

de que el fenómeno es complejo, implica distintos niveles de corrupción que van desde el director del medio, pasando por los niveles intermedios, y el hilo se rompe por lo más delgado, en este caso el reportero.

Si el fenómeno existe es que existen muchas complicidades alrededor, y publicar únicamente el nombre del reportero no resuelve el fenómeno tan complejo, podríamos faltar a la ética.

Era importante hablar con el periodista porque a lo mejor ni siquiera sabe que está en la lista, y teníamos que darle la oportunidad de que también pudiera defenderse.

Al momento de hablar con el periodista y en el caso de comprobársele, tendría que tener una sanción de parte de su empresa.

Ponente: como ven, son varias las cuestiones que se están planteando. ¿Hay alguien entre ustedes que si estuviera en plan de Jefe de Redacción, echaría a este periodista?

Un compañero: cuando comienzan las justificaciones, entonces somos capaces de justificar todo. Alguien, aún con bajos recursos, debe ser capaz de sostener un principio fundamental no solamente como periodista, sino como persona, de no sucumbir a la corrupción.

Me parecen absolutamente intolerables prácticas como esa y se entiende de los políticos o de cualquier miembro del poder público, que van a tratar siempre de

buscar no sólo que se les elogie, sino que se les cubran sus faltas de responsabilidad, por no decir la corrupción.

Con la responsabilidad de coordinar un grupo de reporteros, yo no permitiría que ninguno de ellos, así fuera excelente, sucumbiera a prácticas de corrupción, que me parecen un factor fundamental del mal periodismo.

Otro compañero: Yo creo que si se comprueba que el reportero recibió dinero, lo primero es hablar con él y no debe ser uno fundamentalista y decir: "te vas a la calle"; se le debe sancionar y advertir que no debe de hacer eso, puesto que hay una política clara de la revista o del medio.

Creo que al publicar una lista así no sólo puede uno balconear a compañeros que no están recibiendo sobornos, pero que podrían estar en la lista; sino que además se está aniquilando la trayectoria de un compañero, poniéndonos como jueces, sin tener en cuenta todos los elementos.

Primero debemos comprobar que la acusación sea cierta y, después, proceder a una sanción, con la advertencia de que a la siguiente se va, pero tomando en cuenta que el reportero es el hilo más delgado de la madeja.

Una compañera: Mi opinión es que en ningún caso se justifica recibir dinero porque al momento en que optas por esta carrera sabes que es mal pagada, y no te vas a poner a justificar a un reportero porque "tiene tantos hijos", o "no puede pagar la renta"; o sea, tu sabes a lo que vas y a eso te atienes.

Nada entonces justifica que recibas dinero de ningún lado, ni tampoco el que tu director o tu jefe de información te pida que modifiques cierta información, para no afectar los intereses del medio o de quien es tu jefe en ese momento.

Otra compañera: yo finalmente me incliné porque en un momento dado se fuera intransigente con esa

conducta de corrupción, pero a partir del convencimiento de que se tiene que romper el círculo vicioso por algún lado. Quizá no se acaba con eso, pero sí hay que desencadenar una serie de conductas que pueden reproducirse en distintos medios y en distintos lugares.

Es estimulante saber que hay gente (en el periodismo) que recibe poco dinero, y aún así se mantiene firme, esos son ejemplos a retomar.

La responsabilidad social que tiene un periodista no es cualquier trabajo. Sobre todo en un año electoral como éste, cuando somos responsables de darle información a la gente para que decida libremente su opción política. Sin embargo, resulta incalificable que por el dinero que se recibe se induzcan conductas a favor de tal o cual candidato, es una gran irresponsabilidad.

Un compañero: si estuviera en ese caso, yo no correría al reportero, y explico por qué.

En 1990-91, la revista Proceso publicó una lista de un grupo de enviados de la ciudad de México a Guadalajara, a que cubriera una elección intermedia en Jalisco. En aquella ocasión a mí me tocó estar como jefe de información y envié a un compañero.

El compañero me habló en la mañana y me dijo "me quedé dormido y no llegué, me dejó el avión", o sea, él



Mesa de trabajo del Taller de Ética Periodística, efectuado en Nuevo Yucatán, Yucatán, los días 7 y 8 de abril del 2000.

no estuvo en la cobertura de las elecciones, pero sí apareció en la lista de Proceso. Apareció que había cobrado un dinero como el resto de los que aparecen en la lista.

Por eso no publicaría en principio la lista, a menos de que tuviéramos la certeza de que verdaderamente esos reporteros recibieron ese dinero.

Otro participante: El punto uno es definir un poco qué es corrupción, hay formas. Hay compañeros que reciben dinero oficial sin compromiso e incluso hay otros compañeros que reciben dinero oficial y atacan a la dependencia, eso es sabido.

Punto dos, si se sanciona y se expulsa al reportero, qué pasa si el reportero afectado dice: bueno, pero también éste y éste reciben; es posible que el periódico se quede sin reporteros.

Vocero grupo 1: en el grupo nos parece que la contribución importante es justamente publicar también la lista de los congresistas, porque entendemos que puede haber complicidades de altos niveles directivos; entonces la prueba del ácido para el medio es justamente esa.

Como jefe de información, correría al reportero, pero publicaría la lista tanto de los reporteros como de los congresistas. Si el dueño del periódico no me permite publicar la lista de legisladores, no corro al reportero y

Es estimulante saber que hay gente (en el periodismo) que recibe poco dinero, y aún así se mantiene firme, esos son ejemplos a retomar.

renunció: la corrupción estaría en todo el periódico.

Al publicar la lista de los corruptores, también se está haciendo una especie de declaración política, básica, sobre lo que el periódico espera de su relación con el poder.

Ponente: hubo distintas respuestas que son indulgentes o comprensivas de la situación del periodista, porque si ustedes comparan el deber ser con lo que es, no siempre ajusta; nunca los problemas éticos se dan en blanco y negro, sino que se mueven en un amplio espacio de grises, y es lo que hace muy difícil el que uno pueda resolver a cabalidad cualquier caso, así sea tan elemental como el citado.

Se han dado cuenta también que estamos hablando de cosas prácticas. A ustedes les ha recordado casos parecidos, en los que ha habido el mismo conflicto.

EL PERIODISTA HONESTO, ¿CÓMO SE DEFINE?

Seguimos el ejercicio con lo siguiente: se van a preguntar durante 3 minutos qué es para ustedes un periodista deshonesto, discútanlo.

Aquí se trata de explicar qué es lo que ustedes piensan en este momento del tema; o sea, cuál es el mapa mental que tienen del periodista honesto.

Un compañero: un periodista honesto primero tiene que serlo, es decir, se supone que realice su trabajo informativo responsablemente y que no se preste a ningún tipo de actividades fraudulentas.

Otro compañero: un periodista honesto sería el que relata los hechos tal como sucedieron, en una palabra "con objetividad".

Una compañera: un elemento muy importante para que un periodista sea honesto es que tenga una clara conciencia de su responsabilidad social, que lo que

Nunca los problemas éticos se dan en blanco y negro, sino que se mueven en un amplio espacio de grises, y es lo que hace muy difícil el que uno pueda resolver a cabalidad cualquier caso, así sea muy elemental.

escribe va a incidir en la sociedad y esto le va ayudar a discernir en caso de dilemas éticos, de responsabilidad social.

Un periodista honesto tiene que ser muy profesional, que haga las cosas bien en su profesión. Un tercer elemento es que tenga congruencia, que se mantenga congruente con sus principios.

Otra compañera: creo que la objetividad no existe, el adjetivo justo sería "imparcialidad", un periodista honesto debe ser imparcial.

Un compañero: un periodista honesto es aquel que maneja la información totalmente verificada, que actúa sin consigna, y sobre todo que no utiliza el medio en que trabaja para beneficiarse, afectar o beneficiar a alguien en especial.

Ponente: Viene a coincidir con imparcialidad, responsabilidad y objetividad, independiente. Ya va apareciendo ese perfil del periodista.

EL PERFIL DEL PERIODISTA

Un compañero: para nosotros un periodista honesto es aquella persona que tiene un oído agudo, que

sepa escuchar, en esa medida va a hacer un trabajo limpio y profesional.

Ponente: Oído y sensibilidad.

Una compañera: debe tener todas esas características mencionadas y sobre todo ser veraz.

Otra compañera: además de las conclusiones de los grupos, nosotros consideramos que debe ser consistente con sus convicciones y sus principios personales. Otra es que no se deje tentar, que no deje que el interés político, ajeno, interfiera.

Ponente: Insobornable.

Un compañero: Hay dos más: audaz y ojete. La ojetez es también característica de los periodistas.

Una compañera: ser ojete se refiere a que, cuando vas a denunciar un hecho sobre un político o sobre alguna persona, y que es real, no tentarte el corazón y publicar la nota, porque así debe de ser, es algo de interés, valiente, veraz.

Un compañero: Yo quisiera agregar un punto que está relacionado con el tema electoral: es la preparación profesional y sobre todo en asuntos que cada vez son más comunes, jurídico-legales, por ejemplo asuntos del Tribunal Electoral; si nosotros mismos no entendemos una determinada resolución o fallo, difícilmente podremos explicarlo o transmitirlo en el medio, más allá de que seamos objetivos o profesionales.

Ponente: Preparación, alguien preparado.

Caigan en la cuenta de lo siguiente, cada uno de nosotros tiene un perfil ideal de periodista, que es su propio deber ser. Sería difícil saber de dónde nació esa figura, de qué experiencias personales. ¿Cuál es el ejemplar que viene a corresponder a lo que los griegos llamaron siempre los héroes?

Es terrible cuando se dice que nuestras sociedades son sociedades sin héroes, porque significa que son sociedades en las que nadie ve encarnados los valores colectivos.

Carlyle decía que la sociedad siempre necesitará héroes, es decir, alguien que encarne los valores que se necesitan.

Ustedes acaban de mencionar aquí una serie de valores, y lo que han dicho es: "ese es el periodista que nosotros quisiéramos ser" y encuentran que algunos de esos valores, de una manera u otra, ustedes los están realizando.

Hay una mezcla de figuras ejemplares en el periodismo, que a ustedes los han inspirado siempre, y de los momentos más brillantes, satisfactorios y gratificantes de su vida de periodista, que coincide precisamente con la realización de esos valores.

De la misma manera, los momentos más tristes, más pesados de la vida de uno, son aquellos en que pensó que no podía realizar esos valores.

En cualquier caso los dilemas que uno enfrenta como periodista son muy agudos, porque uno encuentra que hay una contradicción entre los hechos reales y su ideal de periodista, y ahí es donde aparece el dilema con toda su intensidad.

(Exposición de un video donde se plantean casos en los que se cuestiona la ética periodística: "alguien obtiene una noticia por medio de engaños o imposturas").

ENTRE EL CIUDADANO Y EL PERIODISTA

Ponente: ¿Qué predomina en nosotros, el ciudadano o el periodista? ¿Debió advertirle el reportero a los televidentes la forma en que había obtenido la noticia? ¿El se convirtió en informante de la policía con tal de tener una noticia y por consiguiente uno podría

pensar que, para obtener noticias, no importa volverse informante de la policía?

Observen que las preguntas se van multiplicando y con ellas las dudas. Es el preámbulo a la pregunta que nos está convocando aquí, "qué es eso de la ética".

Vamos a examinar la ética, antes de hacer el perfil ideal del periodista, porque es bien importante. Con la ética sucede que todo mundo cree saber sobre el tema, y por eso se multiplican las versiones hasta convertirse en un caos, porque de ética habla todo mundo, pero con poco fundamento.

Por eso pienso que si seguimos algunas pistas, podemos llegar finalmente a tener una idea clara de qué es ética.

¿QUÉ ES LA ÉTICA?

Aristóteles dice que ética es la obediencia a la propia naturaleza. Parece una definición muy elemental, que sin embargo es muy esclarecedora.

Se pregunta qué es lo que trajimos los humanos al nacer, en nuestro equipaje, y encuentra dos grandes elementos de esa naturaleza: primer elemento, que te distingue de todos los otros seres vivos, es que eres inteligente.

Un elemento muy importante para que un periodista sea honesto es que tenga una clara conciencia de su responsabilidad social, que lo que escribe va a incidir en la sociedad y esto le va ayudar a discernir en caso de dilemas éticos, de responsabilidad social.



Intercambio de experiencias entre los asistentes al Taller de Ética Periodística, celebrado en Tapalpa, Jalisco los días 17 y 18 de marzo de 2000.

Para Aristóteles primero es ser inteligente y segundo ser sociable. Cuando dice que ética es la obediencia a la propia naturaleza, significa ser obediente a la actitud de ser inteligente y de ser sociable.

¿Qué es ético? Todo lo que en el hombre responde a su inteligencia y a su sociabilidad.

Uno complementa eso con autores como Savater, que acentúa el elemento de la sociabilidad. Para él, los principios éticos están fundados precisamente en esa sociabilidad, en la obediencia a esa sociabilidad.

Atentan contra inteligencia y sociabilidad los ambientes familiares de crueldad, la violencia intrafamiliar, el hambre, la angustia, el abandono; se ha demostrado que estos ambientes van alterando los circuitos eléctricos del cerebro, por ejemplo, en el niño. Con ello comienza a alterarse también la forma natural de ser del ser humano.

A una segunda pista la llamamos costumbre, siguiendo a Hegel. En la costumbre hay la sabiduría práctica de resolver dificultades. Caemos en la cuenta

de que la ética es el carácter fundado en la costumbre, es lo que se llama la eticidad.

Uno de los problemas que uno se plantea siempre que se pregunta sobre ética, es constatar que cada uno tiene su ética. Pero resulta que si algo hay universal es precisamente el hecho de que todos los seres humanos tenemos la misma naturaleza.

Los derechos humanos son simplemente esa garantía que tenemos todos los seres humanos, de que en cualquier parte del mundo se nos reconocerá como tales.

Decíamos que la naturaleza humana es ser sociable. Obedecer a la naturaleza humana es precisamente desarrollar esa sociabilidad; la naturaleza humana no se concibe en seres solos, sino en seres que están hacia el otro.

En la fábula de Robinson Crusoe, él prefiere pensar en el otro, Jueves, como alguien con quien complementarse y enriquecerse. Robinson, ante la huella del pie desnudo, ha iniciado un proceso de humanización.

En cualquier caso los dilemas que uno enfrenta como periodista son muy agudos, porque uno encuentra que hay una contradicción entre los hechos reales y su ideal de periodista, y ahí es donde aparece el dilema con toda su intensidad.

Porque siempre que uno acepta al otro se humaniza, y lo contrario, siempre que uno rechaza al otro, se deshumaniza.

Entonces llegamos a una conclusión: los problemas éticos de Robinson Crusoe comenzaron cuando en su horizonte apareció el otro. Antes, cuando él sólo convivía con la naturaleza, no tenía problemas éticos. Estos comenzaron cuando tuvo que decidir qué hacer con un desconocido que aparecía en su isla.

Ya se aclara más la noción de lo ético: vendrían a ser un conjunto de normas que nos permiten tener una buena relación con el otro.

Yo eso lo observo en lo que es nuestra práctica cotidiana, cómo en cuanto periodistas nosotros estamos enfrentando diariamente el dilema de la relación con el otro, para humanizarnos o para deshumanizarnos. Para rechazarlo o aprovecharnos de él, o por el contrario, para servir al otro, y para trabajar con el otro.

Siempre que uno decide cual va a ser su comportamiento con el otro, está planteando una norma ética, basada en un hecho fundamental para toda la humanidad: que yo obedezco a mi naturaleza, en tanto y en cuanto desarrollo mi sociabilidad.

Ustedes sumen: obediencia a la naturaleza, la eticidad basada en la sabiduría de la costumbre, aceptación del otro y normas que permiten vivir felizmente con el otro, y ahí tienen ustedes un concepto de lo que es ética.

Si alguno traslada lo anterior al problema que nos reúne aquí, que es preguntarnos sobre la ética de los periodistas, tendríamos que preguntar inicialmente, cuál es la naturaleza de esta profesión.

LA NATURALEZA DEL PERIODISMO

Aquí tenemos esa interrogante, cuál es la naturaleza de la profesión de periodista.

¿Hay algún elemento común entre las distintas profesiones? Es importante descubrir eso, para poder dar el paso siguiente, de saber que es lo característico y peculiar que tiene la ética del periodista. Más aún, el caso que acabamos de ver, nos planteaba la pregunta que les hice inicialmente, la ética del ciudadano, ¿es la misma ética del periodista, o son dos éticas distintas o tienen elementos comunes?

Piensen que estamos buscando encontrar que es lo que concretamente corresponde a la palabra "naturaleza" de ser ciudadano, de ser periodista, de ser abogado, de ser médico.

Lo segundo que hay que buscar, aparte del concepto naturaleza, es qué es lo que podemos llamar costumbre en periodismo, qué es lo que se ve bien y qué es lo que se ve mal en la práctica periodística. Como hace un rato, cuando les preguntamos qué es para ustedes lo honesto, y qué lo deshonesto.

En esa lista de características, "lo que se ve bien" en el ejercicio periodístico es porque el periodista sabe de qué está hablando, y no se limita a saber de qué está hablando, sino que estudia para ir más adelante todavía, con un conocimiento más profundo.

Tiene que ser la costumbre que el periodista sea preparado, responsable; no es el tipo que va soltando cosas por ahí, sin pensar en las consecuencias que van a tener.

Más de un dilema de esos difíciles -que a uno se le presentan en la profesión-, lo resuelve cuando se pregunta "¿y esto en qué medida va a aprovechar a los demás?"; porque tienes una noticia y no sabes si se publica o no se publica. Si se publica en primera o se publica en la última página, la gran clave es: y esta noticia, ¿en que medida le va a hacer bien a otros?

Ustedes están aquí reunidos particularmente con una preocupación, la más legítima, que es cómo hacer para informar en un periodo preelectoral. La pregunta sigue siendo: esa información, ¿en qué medida le va a servir a ese gran otro que es la sociedad mexicana o si le va a servir a un grupito, o a un candidato? ¿A un interés general, o a uno particular?

Entonces, cuando decido: "voy a entrevistar a este fulano", en vez de entrevistar a otro; a esos otros que son mis lectores, ¿qué tanto les sirve que yo entreviste a fulano o a zutano, que yo presente únicamente el punto de vista de éste, y no los puntos de vista de los que son sus opositores?

Va apareciendo como un factor determinante de la conducta, y como una clave para resolver dilemas, la presencia del otro. Juntan ustedes las tres claves y ya tienen el fundamento para las normas éticas, normas que obedezcan a la profesión, de qué es lo que se ve bien dentro del ejercicio honesto de la profesión y sobre todo, en provecho o servicio del otro.

Esto nos da por resultado una utopía. Se entiende como utopía el sueño irrealizable de alguien y ahí es donde comienzan los equívocos con la palabra.

Utopía es tu proyecto, y es un proyecto que generalmente mejora tu realidad, la que tú viviste, lo que comúnmente se dice como que "uno quiere para los hijos algo mucho mejor de lo que uno tuvo". Esa es una utopía.

La utopía tiene esa característica, desdeña la pobreza de las realidades presentes, pero no deja de ser real.

Roberto Eisenman, del periódico La Prensa de Panamá, decía algo muy hermoso: la ética es como las estrellas, las ves ahí, no las puedes tocar, pero hay de ti si desaparecieran las estrellas, se necesitan.

Los principios éticos son utopías, se necesitan que estén ahí; no se vale decir: yo soy un periodista ético; no, lo que se puede decir es: soy un periodista guiado por unos principios éticos. Porque uno nunca va a poder decir que los realizó por completo.

De igual manera uno nunca puede decir: yo soy un periodista completo y no tengo nada más que aprender; el que dice eso es un iluso. Como periodista, todo aquel que piensa que ya sabe todo lo que tiene que saber, está condenado a estancarse.

En materia de ética siempre es un hacerse, un deber ser, y la historia de los seres humanos está marcada precisamente por esa tensión que existe entre lo que uno es y lo que debe ser.

Periodismo sin utopía es un periodismo enano, que no tiene objetivo, no tiene metas; cuando uno traza un código de ética está precisamente trazando una utopía.

Resumo todo esto en la experiencia que tuve haciendo un código de ética. Aquello comenzó con unos titulares en 1977: "reciben más sueldos y sirven al que mejor les paga"; en relación a unos reporteros que cobraban en sus medios, pero también en el congreso de Colombia. Ante ello se reunió el organismo gremial de los periodistas para tratar el caso.

La junta directiva, después de oír los encontrados puntos de vista, hizo una pregunta: ¿y qué dice el código de ética de esta asociación?, y todo mundo se preguntó: ¿ética?, ¿cuándo se ha oído hablar de ética aquí?

La junta directiva decidió que, puesto que no se tenía código de ética y situaciones como ésta son de las que se resuelven consultando el código y a un comité de ética, nombraron a un grupo encargado de formularlo, y este servidor fue parte.

Cuando nos reunimos los cuatro de la comisión, la primera pregunta fue: ¿alguno conoce un código de ética periodística?, y tuvimos que confesar que no. Ya para escribir el libro, logramos reunir 68 códigos de ética de todo el mundo, y nos hicimos la misma pregunta: en qué están de acuerdo estos 68 códigos.

El trabajo consistió en hacer un cruce para buscar las características comunes del perfil del periodista que trazan los códigos, la universalidad dentro del perfil del periodista; es decir, ¿hay un perfil universal del periodista?, porque estábamos con la intención de ubicar lo que pudieran ser las bases fundamentales del ser periodista. Es decir, encontrar dos, tres, cuatro características, que pudiéramos decir: sin éstas una persona no puede ser periodista, al mismo tiempo estábamos descubriendo la naturaleza propia de la condición de ser periodista.

LA ESPECIFICIDAD DEL PERIODISTA

En el curso de esa investigación encontramos varias cosas, una primera que, contrario a lo que sucede en varias profesiones, como la médica -donde puede convivir en la misma persona el mejor cirujano y el hampón más desvergonzado-, en la profesión de periodista no se pueden separar lo ético y lo técnico. Acá la más perfecta técnica periodística tiene la mayor exigencia de ética.

En un libro de Pluswill, un profesor de la Universidad de Pennsylvania, concluye en que, en las operaciones de mayor calado en periodismo, siempre se encuentran a los más éticos de la profesión. Así son las cosas: la buena calidad del periodismo esta estrechamente ligada a su condición ética; la mala calidad de un periodismo

siempre la va a encontrar uno conectada estrechamente con el desconocimiento, rechazo o violación de los principios éticos.

¿Por qué sucede aquí, y no en todas las profesiones? La respuesta es muy clara: porque el periodismo es una función social, tiene que ver con una tarea social.

Otro hallazgo es la relación que existe entre la ética y la calidad del producto (periódico, noticiero o lo que sea), y por consiguiente la repercusión positiva (o negativa) en la empresa.

A veces se piensa que está separada la condición ética de la buena condición comercial de una empresa. Pero muchos procesos periodísticos muestran que hoy, si se quiere tener un diario o cualquier empresa con garantía de éxito comercial, forzosamente se tiene que contemplar el rigor ético.

Es prácticamente imposible la supervivencia de una gran empresa, si no se funda en unos principios éticos y la razón es elemental: para que una empresa tenga éxito, debe inspirar confianza en sus clientes, en sus consumidores. El factor confianza no lo venden por metros, es un imponderable.

La confianza, la credibilidad en una empresa, descansa en la puesta en práctica de valores éticos, en efecto la ética vende.

Yo particularmente tenía un conflicto muy grande con los lectores de El Tiempo, que a veces se rebelan contra el periódico por algunos anuncios clasificados.

Más de un dilema de esos difíciles -que a uno se le presentan en la profesión-, lo resuelve cuando se pregunta "¿y esto en qué medida va a aprovechar a los demás?"; porque tienes una noticia y no sabes si se publica o no se publica. Si se publica en primera o se publica en la última página, la gran clave es: y esta noticia, ¿en que medida le va hacer bien a otros?

Los principios éticos son utopías, se necesita que estén ahí; no se vale decir: yo soy un periodista ético; no, lo que se puede decir es: soy un periodista guiado por unos principios éticos. Porque uno nunca va a poder decir que los realizó por completo.

Pues bien, de pronto hay el servicio que se ofrecen tres líneas calientes (hot lines), y algunas personas dicen: "cómo es que el periódico está invitando a la juventud para que utilice las líneas calientes". Pero el periódico está prestando el servicio de informar sobre eso a quien quiere hacerlo, por decisión suya; eso no significa que el periódico esté adoptando una política en materia de decisiones sexuales, o que esté dictando línea, porque esa no es su función.

En los dilemas éticos se debe buscar el justo equilibrio. El asunto es que tampoco hay reglas precisas y cada caso marca su propia pauta. No podemos aspirar en materia de ética a tener una regla que nos permita resolver todos los casos, eso es lo complejo que tiene la ética, que no nos da reglas que puedan resolver todos los casos.

Un código de ética es radicalmente distinto de un manual para jugar fútbol. Este tiene unas reglas que te permite resolver todos los casos. En ética no se puede hacer eso, cada caso es único, por eso decía que cada caso marca su propia pauta.

LA ÉTICA COMO SENSIBILIDAD

Eso nos lleva a una conclusión: la ética no es un conocimiento, es una sensibilidad. Si fuera un conocimiento, nos bastaría conocer las reglas y aplicarlas de la misma manera que en las matemáticas. La ética es ante todo sensibilidad hacia el otro, y hacia mis deberes para con el otro. La clave por la que se explica el fracaso de la enseñanza de la ética en los colegios y

universidades, es porque se le quiere impartir como un conocimiento.

Terminamos entonces sobre ética, con tres o cuatro preguntas para declarar clausurado este tema.

Pregunta: Lo que no me queda muy claro es cuando se refiere a los anuncios que se publican en determinado medio, por ejemplo las cuestiones de cosas "calientes", ¿hasta dónde puede haber ética, si por ejemplo hay un anuncio invitando a un evento, por decir algo, del Ku-Kux Klan, o un evento donde se va a provocar cierto conflicto social?

Ponente: Hay un principio que ayuda mucho y es recordar siempre que cualquier medio de comunicación tiene una obligación con el público, o sea, es un servicio público, eso es fundamental. Si yo preveo, a raíz de la publicación de una noticia en particular, que eso va a tener una mala repercusión en la sociedad, es mi obligación evitarle a la sociedad ese daño.

Véase este caso: los palestinos secuestran un avión de la TWA que aterriza en el aeropuerto de Beirut, inmediatamente el aeropuerto queda rodeado por las cadenas de televisión de los Estados Unidos, que comienzan a transmitir todo lo que ocurre alrededor del avión, lleno de pasajeros, y la mayoría de ellos son estadounidenses.

Se rompe la rutina cuando alguien llega al consejo de redacción con la información de que: "hemos sabido que dentro de los pasajeros está un alto funcionario del Departamento de Estado". La reacción del reportero es

publicar la noticia, la del grupo responsable es preguntarse qué pasa si damos esa noticia, y al momento es claro que si la dan, ese pasajero se muere, o lo van a utilizar para chantajear o pedir rescate; por consiguiente deciden no darla. Es la importancia de prever hasta qué punto la información o el anuncio que yo publico puede causar o no daño.

Si el anuncio o incluso el aviso que yo publico es falso, mentiroso, mi obligación es vetar ese anuncio. Yo tengo que defender al lector de la misma manera de cualquier otro anuncio que se publica en el periódico.

Pregunta: ¿cuáles son las vulnerabilidades éticas de los periodistas, cómo se podría definir ese tema?

Ponente: ¿vulnerabilidades del periodista?

Pregunta: sí, a nivel moral.

Ponente: esas vulnerabilidades van a aparecer a medida que vamos avanzando en la consideración de las distintas características del perfil ético del periodista. Así, por mencionar algo, yo creo que la mayor vulnerabilidad está en el enfrentamiento permanente que existe entre realidad y utopía. Uno se está dando cuenta casi continuamente de la distancia tan grande que hay

entre unos principios éticos (hermosos, que confieren una gran nobleza al ejercicio de la profesión), y las realidades -que se antojan mezquinas- de todos los días.

Entonces, ese abismo que separa la utopía de la realidad, es tal vez uno de los puntos de debilidad para el periodista, que siente que es demasiado grande para él, que es únicamente una teoría, no es aplicable, y por ahí comienza a justificarse de la liberación de principios éticos, y esa justificación viene a ser una forma de resignación a lo trivial, a lo pequeño, a lo insignificante, es decir, al antivalor.

Hay que tener en cuenta que la abdicación de un principio ético siempre tiene costos, no se da gratis; piensen ustedes en cualquier conflicto ético de los que hemos propuesto, y verán que en las deliberaciones que se tienen siempre hay un cálculo, se busca tener el menor costo, y a veces la decisión la tomamos por eso. Y no es la regla más sabia, puede representar costos altos, vamos a ver más adelante, cuando se le plantee al periodista el dilema: ¿verdad, o vida?, que es uno de los dilemas más

*En la profesión de periodista
no se pueden separar lo ético
y lo técnico. Acá la más perfecta
técnica periodística tiene
la mayor exigencia de ética.*



Javier Darío Restrepo durante el Taller de Ética Periodística.

La confianza, la credibilidad en una empresa, descansa en la puesta en práctica de valores éticos; en efecto la ética vende.

radicales que enfrenta el periodista, y que algunos colegas han tenido que pagar a muy alto costo, porque resolvieron que primero era la verdad que la vida.

Entonces siempre una decisión ética genera costos. Nunca se da gratis, de eso podemos estar muy seguros.

Pregunta: ¿Cómo desarrollar esa sensibilidad ética de la que usted habla, sobre todo cuando tenemos una realidad que parece confabularse en contra de la ética?

Ponente: buena pregunta: esto que hablamos aquí no es únicamente para la condición de periodista, sino esencialmente para la condición del ser humano. Y entonces, ¿cómo desarrollar esa sensibilidad ética? Creo que un punto de partida fundamental es el respeto al otro, ese es el comienzo. Tras ese respeto al otro, todo lo que permite una mejor relación con el otro.

Ahora yo pregunto: ¿Está bien cooperar al orden, aún cuando eso signifique lanzar al aire un informe falso? ¿Qué representa la publicación de una noticia falsa frente a la preservación de la vida de un negociante local y posiblemente la de otros hombres? (se discute sobre un escenario hipotético, planteado a los medios y a los periodistas).

Vocero grupo 1: nosotros consideramos que no nos prestaríamos a este montaje, porque no es la función del medio; por otra parte, si el gerente (del medio) lo hiciera de motu propio y mandara un reportero a cubrir

esta supuesta muerte, el gerente no sería leal con el reportero si no le dice de qué se está tratando.

No aceptaríamos porque esto haría perder credibilidad al medio y bueno, ya una vez que pasara la historia, ya que hubiera alguna solución, algún desenlace, pues sí publicar como sería este montaje o que es lo que haría la policía, pero no participar en él.

Vocero grupo 3: Hay coincidencia en el sentido de que no es función de los medios de comunicación ser coadyuvantes ni pelear de las incapacidades de la policía, el medio corre el riesgo de perder lo fundamental que debe tener, que es la credibilidad, más allá de si está en riesgo la vida de una persona, aunque en este caso es evidente que no. El razonamiento de fondo que hicimos los compañeros del equipo fue, fundamentalmente, en el sentido de que no es función de los medios de comunicación alterar su responsabilidad social para prestarse al montaje de un hecho que, sin duda, le restaría una enorme credibilidad.

Insistimos mucho en que eso es más bien responsabilidad de la policía, buscar otros métodos o los métodos que sean necesarios para poder capturar a los criminales, y el medio, en todo caso, reflejaría si en efecto se capturó a los criminales porque entonces sí sería ya un hecho consumado y no un montaje.

Vocero grupo 2: En el equipo dos coincidimos en que no podemos desestimar la vida de una persona, sin embargo también consideramos que el medio no tiene por qué involucrarse en ese asunto. Tiene mucho valor la vida de cualquier persona, sin embargo consideramos que este medio no debe involucrarse en el montaje de la policía y también preocupa el costo ético que puede tener una cosa así, porque podría tener también otras consecuencias: la credibilidad que perdería el medio y el hecho de que el medio se prestara a montajes cada vez que se lo pidiera la policía, cuando no es su función.

Vocero grupo 4: A diferencia de todos, pensamos que sí colaboraríamos con la policía, la mayoría del equipo, con excepción nada más de Alberto. No pudimos separar lo humano y nuestra ética personal como seres humanos, antes que como periodistas. Todos estuvimos conscientes que colaborar con la policía sería dejar de ser periodista, pero como seres humanos y pensando en un servicio para salvar la vida de tres personas, decidimos que salvaríamos a esas tres personas y, posteriormente, una vez resuelto lo que haya pasado, hacer un trabajo aclaratorio o un reportaje extenso sobre lo que realmente sucedió.

Una intervención: si uno se presta una vez a ese tipo de montajes, sería el principio de una serie de peticiones especiales, en esta ocasión de la policía, pero en otras ocasiones quizá de otras fuentes, y el costo para un medio de comunicación sería simplemente impagable.

Otra intervención: dentro de la discusión resaltamos un asunto que convendría quizá reflexionar, y es la relación medios-fines. ¿Un fin noble puede permitirse cualquier medio para poder obtenerlo?

Otra participación: Nada más quiero recordar que hay constancias de que en general los medios, cuando está de por medio la vida de una persona, han privilegiado la vida de la persona. Los casos de los secuestros. Cuando hay un secuestro y los secuestradores exigen que no se difunda que esta persona está secuestrada, la mayoría de los medios ha guardado silencio sobre este tipo de casos.

Una intervención: Yo quiero decir que esta es una situación totalmente distinta, porque ahí ya es el hecho consumado, pero tú no estas entorpeciendo la labor de la policía que está investigando, y ayudas a no poner en peligro la vida del secuestrado. En el caso del texto vas a mentir, y en eso nosotros no estábamos de acuerdo. Esa fue la opinión generalizada.

En lo personal habría otras circunstancias, quizás, en la que yo sí me prestaría a un montaje. Situaciones extraordinarias como en la película de Somoza, cuando (supuestamente) un reportero de gran prestigio se presta a hacer creer que el líder guerrillero nicaragüense está vivo, cuando en realidad ha muerto.

Otra intervención: Hay que tomar en cuenta que está en juego la vida de unas personas, pero también el periodista es periodista, no investigador, no es policía; sin embargo, vuelvo a insistir, ¿dónde quedaría la veracidad?. Yo creo que ese es el punto más importante, saber medir esta veracidad, hasta dónde debemos llevar este profesionalismo.

Vocero grupo 4: Una precisión. Nosotros lo que estamos planteando es sí colaborar, pero posteriormente a que se logre el objetivo de detener a los presuntos homicidas, dar un amplio reportaje e informarle a nuestros lectores qué fue exactamente lo que pasó, y de esta manera poner a salvo la credibilidad del medio, y demostrar el compromiso, que se está cumpliendo con un compromiso social.

*La ética no es un conocimiento,
es una sensibilidad.
Si fuera un conocimiento,
nos bastaría conocer las reglas
y aplicarlas de la misma manera
que en las matemáticas.
La ética es ante todo
sensibilidad hacia el otro,
y hacia mis deberes
para con el otro.*

Una intervención: me preocupa del caso que saca a flote lo que se llama la utilización de los medios, ya sea electrónicos o prensa escrita, etc., pero no precisamente para fines de informar, sino muchas veces con argumentos humanistas, entre comillas, como puede ser salvar vidas, y en otras ocasiones podría ser con argumentos de asuntos de Estado, por ejemplo.

Esto lleva a que los medios electrónicos, o cualquier tipo de medios, busquen ser utilizados para otros fines. Yo comentaba en mi grupo que me llamó la atención un asunto muy reciente, el conflicto de la UNAM, especialmente en la prepa 3; cómo era posible que estuvieran los medios electrónicos precisamente en el momento justo en que se inició la gresca y cómo obtuvieron esas tomas tan impactantes de violencia, cómo supieron del momento preciso en que iba a comenzar el conflicto. Para mí que también fue un montaje.

Ponente: La anécdota del caso aparece en el comienzo de un capítulo del libro "Por un periodismo independiente", del profesor Eugene Ludwing. Él cuenta ahí cuál fue el desarrollo que tuvo ese caso en la realidad.

La estación de televisión deliberó sobre la oportunidad o no de prestarle su ayuda a la policía e hizo algunas de las consideraciones que ustedes han traído a cuenta, particularmente la consideración de que si se colabora en esta oportunidad, equivaldría a iniciar una cadena de compromisos con la policía.

Consideraron, además, que si decían sí, la policía no haría ningún esfuerzo para buscar otras formas de salvar

la vida de estas personas, porque naturalmente la prensa le daba la oportunidad de resolver el problema.

Decir sí -lo pensaron-, significa poner en juego la credibilidad del medio, y partieron del principio muy claro de que el servicio específico que el periodismo le presta a la sociedad es la verdad.

He traído a cuenta este caso, porque es el que nos permite continuar con el tema. Al hacer la investigación sobre los puntos de coincidencia entre los 68 códigos de todo el mundo, llegamos a la conclusión que la gran coincidencia en todos ellos, es en el deber de la verdad por parte del periodista.

EL PESO DE LA VERDAD

De los 68 códigos de ética examinados, hay 56 que exigen expresamente esa calidad del periodista, y que nos lleva a la siguiente conclusión: cuando ustedes se encuentren con un periodista, en cualquier parte del mundo, pueden tener la seguridad de que es un profesional que entiende que su principal servicio a la sociedad es la verdad.

La pregunta que uno se haría es ¿si no estoy en el periodismo para decir la verdad, entonces para qué estoy? Los momentos más gratos que uno tiene como periodista, son aquellos en que ha podido entregar una verdad a la sociedad, y si la ha podido entregar en exclusiva, con mucha mayor razón.

Y más si es una verdad que el poder había tratado de mantener oculta. Más si es una verdad que la sociedad necesitaba, más si es una verdad cuyo conocimiento le

¿Verdad, o vida?, que es uno de los dilemas más radicales que enfrenta el periodista, y que algunos colegas han tenido que pagar a muy alto costo, porque resolvieron que primero era la verdad que la vida.

Cuando ustedes se encuentren con un periodista, en cualquier parte del mundo, pueden tener la seguridad de que es un profesional que entiende que su principal servicio a la sociedad es la verdad.

va a ahorrar a la sociedad esfuerzos o penalidades o sufrimientos.

Exhumen de sus recuerdos los momentos más duros y humillantes que han tenido como periodistas y seguramente recordarán que fue cuando han tenido que rectificar, porque lo que se pretendió era una verdad resultó ser una mentira, por falta de cuidado en la investigación correspondiente, o porque alguien la utilizó, o por la razón que sea. El hecho de que a ti te puedan ligar a una mentira que se dijo al público, contradice toda tu razón de existir. No tiene ninguna razón de ser esta profesión si no dice la verdad.

Una pregunta: ¿Aunque arriesgue en ese momento su trabajo, su posición, la tiene que decir?

Ponente: es su razón de ser. Lo mismo sería si fueras médica, y me dices que no puedes salvar una vida porque tienes que ir a comer, o cosa así. La razón de ser del médico es salvar la vida, la del juez hacer justicia, el maestro enseñar, del periodista: la verdad. Son papeles claramente asignados.

Renunciar a la verdad es renunciar a la profesión. Trabajar con la verdad es robustecer y ennoblecer la profesión.

Definirnos nosotros como profesionales de la verdad es sin embargo hacer una definición arrogante, porque

resulta que la verdad es una cuestión demasiado grande, demasiado comprometedoras como para decir que los periodistas son profesionales de la verdad. Los códigos se encargan de bajarnos los humos y de poner las cosas en su sitio: le dan a la palabra verdad la equivalencia de fidelidad a los hechos.

Esto ubica qué clase de verdad es la que nosotros ofrecemos, porque naturalmente se nos presenta como "periodistas que van a entregar la verdad". Tu como periodista, ¿vas a entregar la verdad?, ¿Juan Pablo II, versión mexicana? No, la verdad que como periodista entrego es la fidelidad a los hechos.

LA VERDAD COMO FIDELIDAD DE LOS HECHOS

Entonces, nosotros somos profesionales de la fidelidad a los hechos.

La verdad que uno encuentra cada día es la verdad humilde, cotidiana, pero el hecho de que sea humilde no significa que no sea importante dentro del conjunto de la historia de tal o cual población.

Con las verdades humildes pasa lo que con los hilos de los tapices, tú ves un hermoso tapiz ahí colgado, lo examinas de cerca y crees que si quitaras este hilito de pronto no pasa nada, trata de quitarlo y un experto te va a decir: "por qué le quitaron ese hilo", porque en un tapiz todos los hilos son importantes. En la historia de una sociedad todos los hechos, por humildes que sean, son hechos importantes.

Y ese es del trabajo que uno hace. Destacar la solidez, la contextura que tiene cada hecho, y la sociedad tiene que estar tranquila al pensar que lo que está leyendo en el periódico es la verdad, porque lo dijo un tipo que es profesional de la verdad.

Ahora, si la sociedad puede estar segura de que el material que le estamos ofreciendo es verdad, es una sociedad que tiene bases sólidas para su democracia, porque no puede haber democracia sin ciudadanos bien informados. Las formas chuecas de la democracia, las



Foto de conjunto del Taller de Ética Periodística, celebrado en Tapalpa, Jalisco, los días 17 y 18 de marzo de 2000.

falsificaciones de la democracia, se construyen sobre ciudadanías engañadas y es ahí donde entra la oferta del periodista, impedir que la sociedad pueda ser engañada, porque los ciudadanos bien informados son actores de una democracia.

EL RIGOR EN EL PERIODISMO DE OPINIÓN

En los periódicos hay una especie de clase alta, que está constituida por columnistas de opinión y por editorialistas. Gente que se sienta a la máquina de escribir y opina sobre todo, sin ninguna disciplina, sin ninguna capacidad investigativa, mucho menos con técnica analítica, nada. Los periodistas japoneses dicen que la exigencia de exactitud vale principalmente para los que escriben opinión.

Una columna de opinión, desde luego, tiene la parte de opinión que es libre, pero de igual modo la columna de opinión se basa en un hecho, y éste tiene que ser verdadero. Y a usted no le está permitido distorsionar el hecho para acomodar su opinión. Si el hecho no es verdadero, su opinión ya no es libre y por consiguiente

Las formas chuecas de la democracia, las falsificaciones de la democracia, se construyen sobre ciudadanías engañadas y es ahí donde entra la oferta del periodista, impedir que la sociedad pueda ser engañada, porque los ciudadanos bien informados son actores de una democracia.

es su responsabilidad estarle entregando a los lectores un producto contaminado.

Los periodistas suizos explican la razón de este radical compromiso del periodista con la verdad de esta manera: el periodista debe ser veraz porque conocer la verdad es un derecho del público.

En este siglo que termina, la gran preocupación de los medios de comunicación ha sido defender el derecho que ellos tienen a informar.

El otro derecho, el derecho a ser informado, a recibir información, es un derecho que apenas está cuajando, se está fortaleciendo, y va a tener su gran desarrollo en el próximo siglo, y va a imponer, dentro de los periódicos, unas prácticas que ya se están comenzando a ver.

Ese es el contrato implícito que tengo con mis lectores, servirles con la verdad completa. Cuando hablo de verdad completa estoy rechazando las verdades fragmentadas, y muchos problemas que se nos presentan son precisamente por la fragmentación de la verdad y la poca exigencia por parte de los medios, de buscar la verdad completa.

Véase la tendencia al sensacionalismo en los periódicos. Estos aumentan su circulación si el gran titular es sangriento. Cuando uno llega con el director de ese periódico en plan de "esa es una exageración", la respuesta es: "¿es verdad o no es verdad? Yo estoy diciendo la verdad". La respuesta debe ser, "es verdad en efecto, pero sólo una parte de la verdad".

El problema de la prensa sensacionalista es que toma de la verdad sólo la parte que es explotable comercialmente y oculta el resto. Un hombre ahorcado con una corbata es una parte de la realidad, pero se sabe que hay un contexto para que un hombre se ahorque con una corbata, o lo ahorquen con una corbata. Hay un contexto psicológico o uno de orden público, de falta de seguridad en la ciudad, o hay un contexto de tipo económico, la desesperación de alguien sin dinero.

El compromiso del periodista es precisamente buscar la verdad completa. Y la necesidad y el reclamo que hace la sociedad, es que le entreguen las verdades completas, no verdades parciales e interesadas.

Una comentario: También sería cuestionable el lugar que se le da a esa "verdad". Si se le da la de ocho columnas con una fotografía.

Ponente: Es lo que decíamos respecto de las emisiones de televisión. Se ceban en las escenas más

sangrientas, por ejemplo: en los colombianos con su violencia.

Esa no es la realidad, es una parte de la realidad utilizada interesadamente para aumentar el rating o para aumentar la circulación si se trata de periódicos. Es un derecho del público entonces que se le muestre la verdad.

Leo el código de ética de los periodistas de Alemania y dicen: "la verdad es para el periodista el supremo mandamiento".

Los periodistas en Missouri, dicen, "la verdad es la piedra fundamental y la base de la profesión".

El código de los periodistas españoles dice: la verdad es la primera y principal obligación del periodista.

Y los austriacos estampan en el código la siguiente apreciación: la verdad para el periodista está por encima de todo.

Una participación: recuerdo muy bien cuando en el terremoto del 85, en el centro de la ciudad, un reportero publicó a grandes letras que habían encontrado a un niño enterrado en uno de los derrumbes y que gritaba "sáquenme de aquí", hizo toda una historia de esto y los demás medios siguieron esa saga; después se

***El derecho a ser informado,
a recibir información, es un
derecho que apenas está
cuajando, se está fortaleciendo,
y va a tener su gran desarrollo
en el próximo siglo,
y va a imponer, dentro de los
periódicos, unas prácticas que
ya se están comenzando a ver.***

habló de que no existía el niño, pero lo que existía era un cofre de monedas de oro, billetes, joyas..., pero nunca se acreditó su veracidad.

Otra participación: un caso que seguramente todos vamos a recordar, ocurrió hace cosa de cinco o cuatro años, algo que se conoció en su momento como "el chupacabras". Supuestamente se trataba de un animal que mataba chivos, aves de corral y que comenzó a aparecerse en ciertas regiones del país.

Como noticia fue escandalosa y que del mismo modo que llegó con un enorme estruendo y fue retomado por todos los medios, del mismo modo se esfumó, y hoy nadie ha vuelto a saber de otros chupacabras.

Una compañera: me llama mucho la atención la cobertura desmesurada que se le ha dado al caso Trevi-Andrade; se le ha explotado hasta el hartazgo, sobre todo por los medios electrónicos, y sospecho que se quiere desviar la atención de asuntos que tienen más importancia para la sociedad, asuntos políticos, económicos. Y por otro lado, es claro que se explota el morbo para vender.

Ponente: aquí nos estamos refiriendo solamente a esas publicaciones sensacionalistas, no a todas las distorsiones de la realidad que se encuentran en la información política, y ustedes tienen que ser conscientes de que en un periodo preelectoral, cada uno

El problema de la prensa sensacionalista es que toma de la verdad sólo la parte que es explotable comercialmente y oculta el resto.

de los candidatos muestra la realidad como le conviene, y si la prensa no asume el partido de la población, ésta va a quedar absolutamente indefensa, sin saber qué es lo que está sucediendo.

Volvemos al principio enunciado antes: no puede haber democracia sin una ciudadanía bien informada.

El mayor servicio que uno como periodista puede prestar en un periodo preelectoral es con el rigor en la verdad, porque es lo único que va a garantizar que el ciudadano, al votar, lo haga bien informado.

Otro comentario: Siguiendo su argumentación, la realidad es más compleja que inventar hechos; por ejemplo, en Estados Unidos, Nixon fue depuesto por mentir, primero por mandar espías a investigar en un edificio del partido contrario y después por negar la existencia de unas cintas.

Era el caso de una prensa crítica al sistema, en una sociedad convulsa, en medio de una guerra, y el papel de la prensa fue muy importante. Eso contrasta con la cobertura del escándalo Clinton-Lewinsky, más centrado en el morbo.

También quería comentar una tendencia internacional, pero también muy mexicana, a plantear escenarios; por ejemplo, frente a la elección interna en el PRI, más que una opinión sobre los hechos, se plantean escenarios. Pregunto: ¿son válidas estas actitudes?

Ponente: antes hay dos puntos que me parecen importante no dejar pasar, veamos el caso Clinton. Que explica muy bien lo que hace rato mencionábamos: los medios te muestran la realidad, pero la parte que puede ser más productiva comercialmente.

Recuerden que en el momento en que estalló el asunto con la Lewinsky, el Papa acababa de llegar a Cuba, con todo lo que histórica y políticamente representaba la presencia del Papa ahí.

Inmediatamente los reporteros que estaban en Cuba salieron de ahí, porque era mucho más importante saber, y poner en circulación, todo lo relacionado con el

sexo oral en la Casa Blanca, pues eso garantizaba circulación. Y además, obedecía a una concepción de la noticia: mirada desde el punto de vista comercial y no desde el punto de vista del beneficio social.

Era mucho más grave, indudablemente, el que Clinton hubiera mentido, si había utilizado su poder para impedir la acción de la justicia, que eran los puntos en discusión. Pero las publicaciones que se hicieron en ese momento dejan en la sombra esos aspectos. Para ellos la nota es lo que despierta más curiosidad y expectación en los lectores.

Ahora, los escenarios. Esto me interesa mucho porque si hablamos de verdad completa, y aquí toco un punto muy discutido, nosotros no podemos limitarnos a contar el pasado y el presente de las noticias, sino también su proyección.

Hoy, en los movimientos de mayor visión al futuro en periodismo, se está acuñando una consigna: "el lector no sólo quiere saber lo que pasó, usted tiene que decirle al lector lo que pasará mediante la técnica de la proyección". ¿Qué significa proyectar? Significa conocer el hecho en su integridad, conocer la relación de ese hecho con otros hechos, conocer los antepasados del hecho.

Hoy el producto de mayor calidad que uno puede ofrecer en un periódico es un buen análisis y el análisis abarca todo eso; a ver si puedo explicarlo rápidamente.

LAS DIMENSIONES DEL HECHO PERIODÍSTICO

Hablemos de análisis. Un redactor poco preparado, simplemente se limita a contar (me pasó esto, vi aquello).

Un redactor capacitado para hacer un análisis no se va a contentar con esto, sino que va a pensar primero en las dimensiones espaciales, y después en las dimensiones temporales del hecho.

Dimensiones temporales, ¿cuáles son los antecedentes del hecho? Lo lanza hacia el pasado.

¿Cuál es el contexto? Amplía la visión en el presente.

¿Cuáles son las consecuencias que va a tener este hecho? Lo lanza hacia el futuro.

Como ven, las tres dimensiones temporales se han abarcado en este análisis.

Dimensiones espaciales: el hecho visto desde distintos ángulos, el hecho visto por los testigos, el hecho visto por los especialistas, el hecho visto por expertos en distintas disciplinas.

Usted reúne estos lados espaciales con los aspectos temporales, y tiene una visión integral. Eso es un análisis.

No ha metido ahí opinión, simplemente ha examinado la realidad integralmente, pero ello supone otro universo: buscar testigos, buscar en las bibliotecas, buscar especialistas. Entonces le ofrece a su lector una visión integral, no esa visión que generalmente ofrece la televisión (la televisión va a un ritmo rapidísimo para meter una gran cantidad de noticias en el menor espacio de tiempo, y no tiene ninguna posibilidad de hacer toda esta investigación).

Así, los escenarios son válidos en cuanto se fundamentan en este conocimiento completo de la realidad.

Un comentario: Avilés se refería fundamentalmente no a lo que hace el trabajo de nosotros como reporteros, sino a un fenómeno que se está

El mayor servicio que uno como periodista puede prestar en un periodo preelectoral es con el rigor en la verdad, porque es lo único que va a garantizar que el ciudadano, al votar, lo haga bien informado.

Hoy el producto de mayor calidad que uno puede ofrecer en un periódico es un buen análisis.

reproduciendo mucho en México, y es que los columnistas o articulistas no aportan ningún hecho, al contrario de lo que pasa con el código de los japoneses; sino que en función de lo que ellos se imaginan, crean escenarios posibles.

Ponente: ¿Es proyección o es especulación? Si es especulación, no están prestando ningún servicio, sino por el contrario, están desorientado.

Si es proyección, con base en toda una visión de la realidad, sí están aportando. Es lo mismo que sucede con las encuestas. Si la encuesta está rigurosamente conducida y rigurosamente interpretada, nos ayuda para conocer el estado de esa cosa tan difusa que se llama "opinión pública". Pero si la encuesta está sesgada por un interés publicitario, es sólo otra forma de engañar a la población.

Las proyecciones de futuro tienen un gran valor, cuando están hechas técnicamente bien, sobre todo porque nuestras poblaciones no son poblaciones que estén acostumbradas a enfrentar el futuro y a prepararlo.

Que una sociedad completa prepare y estudie su futuro, esa es una práctica desconocida entre nosotros, y por eso es importante la tarea de un periódico y de un grupo de analistas, que estén examinando cuáles son los escenarios que se están planteando para las distintas actividades, porque es poner a la gente en actitud de "preparar futuro" y no aceptar el futuro como una calamidad inevitable.

En el caso de México, que ha estado gobernado por un partido dominante, la importancia de estas proyecciones es fundamental, sobre todo cuando la

gente no sabe por dónde irse y cuando el partido en el poder dice "nosotros sí sabemos hacerlo y los otros no". Lo que pasa es que los otros no han estado en el gobierno, entonces es importante el realizar este tipo de proyecciones. Es decir, qué pasaría en un escenario "X", en donde otro partido pudiera llegar al poder.

En la proyección técnicamente bien elaborada, creo que es una obligación del diario, o del medio en cuestión, advertir al público que se trata exactamente de eso: una hipótesis, y esto es algo que obviamente no se hace, pero se tiene que hacer.

Teniendo todos en cuenta esta obligación que tenemos como periodistas, de empeñar la verdad, es válido que nos preguntemos ahora, ¿y cuál es la verdad?, ¿qué consistencia tiene la verdad que como periodistas presentamos?

LAS LIMITACIONES DEL PERIODISTA

Hace unos años, en Nueva York, hubo una reunión de los periodistas/escritores más famosos, convocados por una revista, para hacerse esa pregunta: ¿cuál es la verdad que nosotros presentamos?

En el curso de esa discusión fueron apareciendo todas las limitaciones que el periodista tiene para entregar la verdad, de modo que al final se sintieron bastante desilusionados, y con un fuerte golpe a sus egos.

Lo he llamado "los egos de la información". Parto del ojo del periodista, en un extremo, y en el otro el hecho noticioso. Entre esos dos extremos, vamos a encontrar algunos egos. No pretendo abordarlos todos, pero estos son los más importantes, al parecer.

Primer ego: las limitaciones que uno tiene como emisor de la información. Todos tenemos limitaciones en nuestros sentidos, inicialmente.

Segundo, hay modificaciones en nuestros sentidos, hay que admitirlo. Sea porque los sentidos estén enfermos, limitados, o bien sea porque no se pueden utilizar en un determinado momento. Hay que admitir

que nuestra visión de los hechos está acotada, tanto como nuestros sentidos.

Además está otra limitación: la tradición cultural. Todos pertenecemos o somos tributarios de distintas culturas, bien sea porque procedemos de países o regiones diferentes, o simplemente por el hecho de que pertenecemos a familias distintas.

Entonces, hay diferencias culturales, que están modificando las versiones de las cosas. Piensen ustedes en un hecho político que fuera transmitido por una fuente indígena. Es muy distinta esa versión a si la fuente es un tipo recién egresado de Harvard.

Más: la mayoría de los hechos que nosotros presentamos en los medios de comunicación son hechos que nos son entregados por otros; no son hechos de los que nosotros tengamos una percepción directa. O nos lo comunicaron por teléfono o nos llegó algún documento sobre el asunto, o simplemente fuimos a entrevistar a alguien. Los hechos que percibimos directamente son los menos.

Por consiguiente, la cultura influye en la comprensión que nosotros tengamos de eso que nos entregan otros, que a su vez están influidos por sus patrones culturales. Y sus intereses.

Mis intereses pueden influir, conscientemente. En los dilemas éticos personales es común que a alguien le simpatice este o aquel grupo político; por ejemplo, si el Comandante Marcos me escogió a mí para hablar, y a mí me gusta su causa, pienso que tal o cual información no la debo transmitir, porque podría hacerle "daño a la causa".

CONSCIENTE DE LOS PROPIOS INTERESES

Aquí hay todo un condicionamiento, y el periodista tiene que amarrar sus intereses, si quiere entregarle a la gente una versión de los hechos que no esté condicionada por ello, y además cuenta la formación, porque es muy distinto un periodista con formación universitaria que uno con formación empírica; un

periodista que ha sido entrenado en el área deportiva no responde igual que el que lo fue para el área económica.

Los dueños de los medios piensan que éstos son sus bienes, creados para el logro de sus intereses particulares, para su interés político, o un interés puramente económico. Eso también introduce una limitación en la forma de ver los hechos; el régimen interno de los medios, por ejemplo.

Menciono los dos casos extremos, de régimen interno, dentro de un medio de comunicación. Uno, sería un régimen autoritario, vertical, en el que uno, como reportero, no tiene nada que hacer; su pensamiento y su creatividad no se consultan, porque en ese medio existe la convicción de que los únicos iluminados, para saber qué es noticia, son el jefe de redacción, el director y demás; pero uno, como reportero, no tiene que moverse.

El otro caso es un régimen horizontal, en el que todo se discute con todos, y se aprovecha la creatividad de todos; no hay iluminados. Hay, simplemente, coordinadores, gente que tiene en cuenta que cualquiera de los reporteros puede tener una idea brillantísima, que todos están buscando, y le dan a todo mundo su lugar.

Esto es fácilmente perceptible, cuando uno lee cada periódico. Si lo hace críticamente, sabe que en este medio tienen a los reporteros como peones y unos pocos están pensando, y hay otros periódicos en los que uno ve que todo el mundo está pensando; es una maravilla. Eso influye.

Hay otro aspecto: los límites de las fuentes: estamos en manos de unas fuentes que pueden tener fuertes limitaciones naturales.

Todos somos reporteros y sabemos que hay fuentes que se ponen como un manojo de nervios cuando llega el reportero; sobre todo si es de televisión. La alteración de las condiciones naturales de la gente es una fuente de limitaciones.

Las gentes también tienen intereses personales y tienen intereses institucionales. Aquí es donde viene el

tema de la fuente: la selección. La selección misma de la fuente puede introducir un cerco a la visión de la realidad:

Luego, la selección de lo que dice la fuente. ¿Por qué destacaste esta frase y en cambio mandaste al limbo el resto de la entrevista, que era una maravilla? ¿Con qué criterio lo estás seleccionando?

A esta altura de nuestras reflexiones, nos damos cuenta de que hay una realidad dura, la realidad de nuestras limitaciones. ¿Quién podrá tener esa capacidad de mirar, sopesar, encontrar que no todo es tan fácil, como parece cuando vemos las cosas a la luz de la teoría?

Y además de estos velos, hay otro, que son los límites del receptor. En el texto que escribiste con claridad meridiana, no todos los receptores entienden lo mismo, porque ellos también tienen condicionamientos: culturales, de sus prejuicios; prejuicios contra el periodista o contra el medio.

Ustedes saben lo que es lidiar con estos prejuicios. Los reclamos de que "ustedes dijeron anoche tal y tal cosa en el noticiero, y esto es absolutamente falso y

exigimos que lo rectifiquen". Al final resulta que la información reclamada fue hecha "en el otro noticiero".

Así, las verdades de los periodistas son como las esculturas de hielo: para un instante.

Las nuestras son siempre verdades provisionales, que necesitamos estar actualizando constantemente, y a veces sucede que el dato que se dio en la primera edición, tiene que ser actualizado para la segunda.

¿Y a qué se debe que sean verdades provisionales? A que son verdades efímeras, corresponden a procesos, transiciones constantes, cosas que están haciéndose, perfeccionamientos, y allí es donde tiene que intervenir la modestia del periodista, para no usar la expresión: "yo digo verdades absolutas"; sino: "digo verdades que tienen que estarse complementando".

También sucede que abusan de ustedes fuentes sofisticadas, porque en la clase política hay uno que otro gavián predispuesto a aprovecharse, le corresponde al periodista aguzar todos sus sentidos y toda su capacidad frente a las fuentes.



El presidente de la Comisión de Comunicaciones y Transportes del Senado de la República, Javier Corral Jurado, durante la Sesión de Información y Debate del Monitoreo de Medios durante el Proceso Electoral Mexicano 2000, efectuado el 1º de noviembre en las instalaciones de la Universidad Iberoamericana.