

# Cuestiones Mundiales

## La ética en los medios de información



---

“Los periódicos locales de Norteamérica, grandes o pequeños, hacen la crónica de la vida diaria de nuestro pueblo... Póngase todo en conjunto, y los periódicos de la comunidad no sólo narran la historia de la libertad norteamericana, ellos mismos son esa historia.”

*Colin Powell, secretario de Estado de Estados Unidos  
Discurso ante la Asociación Norteamericana de Periódicos,  
25 de marzo de 2001*

---

---

## *Nota de los editores*

*Las garantías constitucionales estadounidenses de libertad de prensa y libre expresión han asegurado una prensa que, en gran medida, está libre de la regulación gubernamental. Esto no significa que haya medios noticiosos carentes de normas. En este periódico electrónico, destacados expertos estadounidenses exploran la función central de la ética periodística como valor fundamental que da forma al funcionamiento del periodismo de Estados Unidos.*

*En el sistema norteamericano, nuestros medios noticiosos libres son una fuente esencial de información en el mismo centro de una sociedad libre. Esta función crítica les confiere a los medios su propio poder el que, cuando se lo usa irresponsablemente, puede amenazar a una sociedad libre. ¿Cómo, entonces, enfrentamos este reto?*

*En muchas naciones, el gobierno asume el papel de regulador primario de los medios. En Estados Unidos, nuestra solución ha sido depender de las fuerzas del mercado, la competencia, la responsabilidad y un conjunto de autocontroles sumamente evolucionados, que llamamos ética periodística.*

*La ética periodística proporciona un proceso mediante el cual los errores y excesos individuales se corrigen sin poner en peligro el objetivo final de unos medios noticiosos libres: proveer un control saludable de los centros de poder, para mantener una sociedad libre e ilustrada.*

*Los medios noticiosos que utilizan la radio y la televisión y la Internet han planteado un nuevo conjunto de desafíos a los que en Estados Unidos, en ocasiones, se los enfrenta en una estructura reguladora gubernamental, pero siempre en el contexto de los principios constitucionales básicos y las protecciones a nuestra prensa libre.*

*En todas partes, los periodistas desempeñan un papel vital en proveerle al público conocimiento y comprensión. Pero al practicar su oficio en un mundo que cambia tecnológica y geográficamente, su labor debe guiarse por normas sistemáticas. Sólo de ese modo los periodistas servirán a su sociedad de una manera éticamente responsable y constructiva.*

# Cuestiones Mundiales

Periódico Electrónico del Departamento de Estado de Estados Unidos  
Abril 2001, Volumen 6, Número 1

## Índice

### La ética en los medios de información

## Foco

**Definición del Territorio del Cuarto Poder** .....6

La Primera Enmienda, la economía y una presunción contra la regulación desempeñan funciones importantes en moldear la libertad de prensa en Estados Unidos.

*Nicholas Johnson, profesor visitante de Derecho, Facultad de Derecho de la Universidad de Iowa*

### El periodismo en Estados Unidos en la época actual

**La función de los Médios de Información en Construir una Comunidad** .....10

Una nueva clase de periodismo invita a los ciudadanos a participar y ayudar a resolver los problemas de sus comunidades.

*Por Jan Schaffer, directora ejecutiva del Centro de Periodismo Cívico Pew*

**Por qué la Democracia Necesita del Periodismo Investigador** .....15

El reportaje investigador sigue siendo una de las contribuciones más importantes de la prensa a la democracia, pero los periodistas que se desempeñan en este terreno constantemente deben evaluar la ética de sus técnicas."

*Por Silbio Waisbord, autor de "Watchdog Journalism in South America: News, Accountability, and Democracy" (Periodismo Vigilante en Sudamérica: Noticias, Responsabilidad y Democracia)*

**Un Recorrido por el "campo minado de la Ética"** .....19

Un reportero investigador afronta un dilema ético mientras recoge información para un artículo los sobre hijos de padres drogadictos.

*Por Tran Ha reportero de The Poynter Institute*

**Grupos que Vigilan a los Medios de Información** .....21

Los grupos que vigilan a los medios tienen motivaciones y prejuicios propios que deben evaluarse para poder comprender sus críticas.

*Por Virginia Whitehouse, profesora asociada de Estudios de la Comunicación, Whitworth College, Spokane, Washington*

|  |           |
|--|-----------|
| <b>El Periodismo en la Era de la Web</b> .....   | <b>26</b> |
| La rapidez y actividad recíproca que hacen atractivo el periodismo en línea pueden ser factores que socaven la tradicional búsqueda periodística de la exactitud, el equilibrio y la claridad.   |           |
| <i>Por Bob Giles, director de "Nieman Reports", Fundación Nieman para el Periodismo, Universidad de Harvard</i>  |           |
| <b>La Noticia en la Era del Dinero</b> .....   | <b>28</b> |
| Los periodistas que se ocupan de los temas de negocios se ven ante un dilema cuando cubren una economía próspera y tratan de distorsionar la cobertura para obtener ganancia de los mercados en crecimiento.   |           |
| <i>Por Diana B. Henriques, redactora de finanzas de The New York Times</i>   |           |
| <b>Códigos de Ética de los Medios de Información</b> .....   | <b>32</b> |
| Dos de los principales expertos en ética de los medios informativos analizan los códigos de ética de los periodistas de 33 periódicos de Estados Unidos, y en su examen consideran todos los aspectos, desde los dilemas de tipo moral hasta el impacto de las nuevas tecnologías. |           |
| <i>Por Robert Steele y Jay Black</i>   |           |

## Recursos adicionales

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Bibliografía (en inglés)</b> .....   | <b>37</b> |
| Libros, documentos y artículos sobre temas de periodismo.   |           |
| <b>Direcciones de Internet (en inglés)</b> .....  | <b>39</b> |
| Sitios que ofrecen más información sobre organizaciones de medios de información y grupos de periodistas. |           |

### Cuestiones Mundiales

*Periódico Electrónico del Departamento de Estado de Estados Unidos*  
ejglobal@usia.gov

|                                |                   |
|--------------------------------|-------------------|
| Directora .....                | Judith S. Siegel  |
| Editor .....                   | William Peters    |
| Editor Gerente .....           | Jim Fuller        |
| Editora de Texto .....         | Charlene Porter   |
| Editor de Internet .....       | Tim Brown         |
| Editores Colaboradores .....   | Carlos Aranaga    |
| .....                          | Jenifer Bochner   |
| .....                          | Melissa Cooper    |
| .....                          | Kathleen Hug      |
| .....                          | Cynthia LaCovey   |
| .....                          | Paul Malamud      |
| .....                          | Ellen Toomey      |
| .....                          | Rosalie Targonski |
| Consulta e Investigación ..... | Joan Taylor       |
| Directora de Arte .....        | Chloe Ellis       |
| Ayudante de Gráficas .....     | Sylvia Scott      |
| Junta Editorial .....          | Howard Cincotta   |
| .....                          | Judith S. Siegel  |
| .....                          | Leonardo Williams |

La Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de Estado de Estados Unidos ofrece productos y servicios que explican las políticas estadounidenses al público extranjero. La oficina publica cinco periódicos electrónicos que analizan los principales temas que encaran Estados Unidos y la comunidad internacional. Los periódicos — *Perspectivas económicas*, *Cuestiones mundiales*, *Temas de la democracia*, *Agenda de la Política exterior de Estados Unidos* y *Sociedad & valores estadounidenses* — ofrecen declaraciones de política estadounidense junto con análisis, comentarios e información de antecedentes en sus respectivas áreas temáticas.

Todos los periódicos aparecen en versiones en español, francés, inglés y portugués; algunos temas seleccionados aparecen también en árabe y ruso. Los periódicos en inglés se publican aproximadamente cada mes. Las traducciones se publican generalmente de dos a cuatro semanas después de la versión original en inglés.

Las opiniones expresadas en los periódicos no reflejan necesariamente los puntos de vista o políticas del gobierno de Estados Unidos. El Departamento de Estado de Estados Unidos no asume responsabilidad por el contenido y acceso constante a los sitios en la Internet relacionados con los periódicos electrónicos; tal responsabilidad recae totalmente en los proveedores. Los artículos pueden reproducirse y traducirse fuera de Estados Unidos, a menos que haya restricciones específicas de derechos de autor. El uso de fotografías debe ser autorizado por las fuentes correspondientes.

Los números actuales o atrasados de los periódicos electrónicos, y la lista de los próximos periódicos puede encontrarse en la página de la Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de Estados Unidos en la World Wide Web: <http://usinfo.state.gov/journals/jourspa.htm>. También están disponibles en varios formatos electrónicos para facilitar su lectura en la pantalla, transferencia, descarga e impresión. Se agradece cualquier comentario en la oficina local de la Embajada de Estados Unidos o en las oficinas editoriales:

Editor, Global Issues & Communications  
Office of International Information Programs IIP/T/GIC  
U.S. Department of State  
301 4th Street, SW  
Washington, D.C. 20547  
United States of America.  
Correo electrónico: [ejglobal@pd.state.gov](mailto:ejglobal@pd.state.gov)

# Foco

## Definición del territorio del Cuarto Poder

Por Nicholas Johnson

Profesor visitante de Derecho, Facultad de Derecho de la Universidad de Iowa  
Autor de *How to Talk Back to Your Television Set (Cómo hablar con su televisor)*.

*La constitución estadounidense, el sistema de mercado libre y una presunción contra la regulación inciden en la libertad de prensa en Estados Unidos.*

"El Congreso no aprobará ley alguna ...que coarte la libertad de palabra o de imprenta". Primera Enmienda, Declaración de Derechos, Constitución de Estados Unidos, 1791.

Estas palabras guardan la libertad de prensa como algo muypreciado en la Constitución de Estados Unidos, el documento que forma la estructura del gobierno y sustenta las leyes estadounidenses.

Al erigir la estructura del gobierno de Estados Unidos, la Constitución establece el equilibrio entre el poder legislativo, el poder judicial y el poder ejecutivo (el presidente y la administración). La potestades que se otorgan a cada una de las ramas son diferentes y separadas, y establecen un sistema de mutua limitación de equilibrios y poderes. Los redactores de la Constitución diseñaron con esmero este edificio del gobierno para crear un sistema en el que la distribución del poder entre cada una de las ramas contribuyera a la estabilidad.

En los primeros años de la república, cuando se concibió este sistema de limitación de equilibrios y poderes, ya se había establecido una comunidad emprendedora de periodistas. La prensa, audaz y fragmentaria, fue una fuerza influyente en la denuncia de la autoridad del monarca inglés y dirigió a las colonias americanas hacia la revolución contra el imperio británico. Con la libertad de expresión asegurada en la Declaración de Derechos de 1791, la prensa avanzó con paso decidido durante las primeras décadas de la nación. En la actualidad, a los medios de información de Estados Unidos frecuentemente se los llama el Cuarto Poder, nombre que implica que la prensa está a la misma altura de las ramas del gobierno creadas por la Constitución.

### **Las leyes**

La presunción en contra de la regulación de la prensa en las leyes estadounidenses se puede describir en varios párrafos, pero muchos tomos se han escrito sobre las luchas a veces encontradas y enconadas que se libraron para proteger la libertad de expresión y reprimir los excesos del periodismo irresponsable. A lo largo del tiempo, el poder judicial independiente ha sido el socio indispensable de la protección de la libertad de prensa.

Ha habido también varios casos que, tras ser ventilados en los tribunales, han marcado un hito al establecer el derecho de la prensa de recolectar información y publicar documentos del gobierno o información despectiva sobre figuras públicas. Por ejemplo, el Tribunal Supremo se puso de parte de los periódicos, y no del gobierno, al permitir la publicación de lo que se conoce como los Documentos del Pentágono. Los periódicos publicaron estos documentos confidenciales sobre la guerra de Vietnam, obtenidos extraoficialmente, pese a la objeción del gobierno.

El Tribunal Supremo de Estados Unidos ha reafirmado también la protección que la Primera Enmienda ofrece a los medios contra las leyes de libelo — por miedo a que las demandas y las compensaciones monetarias por daños puedan afectar la disposición de los propietarios de los medios de información de informar plenamente sobre cuestiones de interés público. Para que una figura pública pueda obtener ganar en un caso de difamación contra el medio noticioso demandado, el demandante deberá demostrar "malicia real", la que ha sido definida por los tribunales como la publicación de información a sabiendas de que es falsa o "caso omiso temerario de su veracidad o falsedad".

La verdadera independencia de los jueces federales es el factor clave en la evolución de la protección de la que gozan los medios de información en virtud de las leyes. Los jueces federales son nombrados por el presidente con la aprobación del senado. Una vez en el puesto, ocupan el cargo de por vida protegidos intencionalmente de las presiones externas que ejercen los grupos de intereses políticos o los funcionarios de la rama legislativa o ejecutiva. Los sueldos de los magistrados no son susceptibles a reducciones y es prácticamente imposible destituirlos.

Aparte de estos principios basados en la Constitución, son pocas o ninguna las leyes o regulaciones que rigen la práctica del periodismo. El gobierno de Estados Unidos no emite licencias de periodista ni controla los suministros de la prensa escrita como el papel o la tinta de imprenta. Sin embargo, los periodistas sí deben acatar las mismas leyes que generalmente se aplican a los demás ciudadanos. Los periódicos, emisoras de radio y

televisión y los periodistas deben pagar contribuciones sobre ventas e ingresos como cualquier otro empresario o ciudadano. Los periodistas deben cumplir las leyes sobre intrusión en la propiedad ajena y seguridad en las carreteras como cualquier otro ciudadano, no importa con qué afán persigan una información.

### **El mercado**

La economía tiene una función importante en dar forma a la información que se presenta al público estadounidense en los periódicos, la radio, la televisión y, ahora, en la Internet. Los medios son empresas movidas por el deseo de lucro. Si bien es cierto que las organizaciones sin fines de lucro y defensoras de causas tienen voz en los medios de Estados Unidos, la mayoría de las fuentes primarias de información — los principales periódicos urbanos, los semanarios de noticias y las cadenas de radio y televisión — son negocios que quieren ganar dinero.

La protección que ofrece la Primera Enmienda no se extiende directamente a los periodistas que recogen las noticias, sino más bien a los propietarios de los medios que difunden la información. Los propietarios de los medios pueden optar por dar libertades amplísimas a sus directores y reporteros. Pueden considerarlo buena práctica empresarial y buen periodismo, pero es una cuestión de elección y no de ley. Los reporteros de un periódico no tienen, por ley, más derecho a publicar su información que los lectores que quieren que se publiquen sus cartas, o a comprar espacio en el periódico para promover un punto de vista que el propietario quiere censurar.

El derecho a la libre expresión que otorga la Primera Enmienda, según ha dictaminado el Tribunal Supremo de Estados Unidos, incluye el derecho del propietario del medio de censurar allí la expresión de cualquiera otra persona. Ello se aplica aun cuando éste sea el único periódico, emisora de radio o de televisión de una localidad. El efecto neto es que los únicos ciudadanos que tienen un poder absoluto e irrestricto, en virtud de la Primera Enmienda, de divulgar sus opiniones en la prensa son esos pocos que son propietarios de los medios de información.

Sin embargo, los propios consumidores de noticias de Estados Unidos, que son capaces de juzgar

equilibrio y exactitud entre la diversidad de productos periodísticos que hay en el mercado de la información, restringen a las compañías propietarias de medios de información de divulgar informes que reflejen únicamente sus prejuicios y temarios. Estos ciudadanos conocedores de los medios saben determinar rápidamente los prejuicios y errores que aparecen en los diarios o en los informes de las emisoras. De modo que los propietarios de los medios que intentan tergiversar la cobertura de noticias para que refleje sus propios prejuicios corren el riesgo de perder público, y si pierden público, pierden las ganancias de los publicistas que quieren llegar al público.

Los periódicos y algunas cadenas de difusión solían enorgullecerse del "muro" que existía entre el departamento de publicidad y el departamento de noticias. Algunos críticos señalan que ese muro se ha venido derrumbando. Esto se debe en parte a la fusión de un número cada vez mayor de medios de comunicación en manos de un número cada vez más reducido de corporaciones. Los que se oponen a este tipo de consolidación corporativa temen que la sección de noticias de una cadena de difusión ya no será aceptada como una pérdida financiera que se ve compensada por el prestigio que provee. Ahora, las juntas de directores de las corporaciones pueden considerar las noticias como otro "centro de ganancias" que contribuye al "resultado final" y que afecta el precio de las acciones.

Equilibrar el costo del periodismo de alta calidad y las ganancias de la corporación constituye en la actualidad uno de los retos más importantes del periodismo de Estados Unidos. Cuando las empresas amenazan con entablar demandas por artículos de periodismo de investigación o cancelar publicidad, el director o jefe de noticias deberá decidir si utiliza un artículo provocador, aun cuando los riesgos sean la pérdida de ganancias o la pérdida de su propio empleo. De modo que la autocensura que resulta de este dilema y de otros, quizás sea, en la actualidad, la forma de censura más prevaleciente e influyente en el contenido de los medios de información de Estados Unidos.

### **Las ondas radiofónicas**

Los medios de emisión y los impresos comparten la misma libertad periodística garantizada por la

Primera Enmienda. Sin embargo, el privilegio de utilizar las ondas radiofónicas somete a las emisoras a regulaciones del gobierno que no aplican a sus colegas de la prensa escrita. La ley de Radio de 1927, la primera ley que rige este medio de difusión, expone las limitaciones físicas de la banda de emisión. No toda persona que quiera transmitir puede hacerlo porque la señal interferiría con otras y no se podría proporcionar este servicio al público.

Cuando se elaboraban las políticas nacionales en las décadas de 1920 y 1930, Estados Unidos, a diferencia de muchos países, no optó porque un organismo de gobierno o una corporación pública del estado fuese el propietario y encargado de operar las emisoras. En lugar de ello, para el nuevo medio de difusión se eligió un sistema híbrido. El equipo de la emisora sería de propiedad privada, pero su derecho de transmisión sería regulado por el gobierno y limitado por licencias.

La Comisión Federal de Comunicaciones (FCC), establecida en 1934, es la agencia reguladora de Estados Unidos responsable de conceder licencias de transmisión y controlar si las licencias sirven a "la conveniencia, el interés y los requerimientos del público". Al principio, el privilegio de tener esa licencia exigía que el propietario de la emisora limitara la cantidad de publicidad y presentara una programación variada — con inclusión de una gran dosis de noticias y asuntos de interés público. Pero aparte de ello, era poca, si acaso ninguna, la intervención del gobierno en el contenido de la programación.

Durante los últimos 30 años, se ha notado una tendencia hacia la liberalización de las regulaciones en los medios de información. En la actualidad la FCC no impone casi ninguna norma en cuanto a la calidad o cantidad de la programación. La agencia ha eliminado las anteriores regulaciones que limitaban el número de emisoras que un propietario podía tener en una sola ciudad, y las corporaciones, que ahora han reemplazado en gran medida a los propietarios particulares, pueden obtener licencias para cientos de emisoras de radio y televisión.

Los críticos sostienen que un número más reducido de licencias resulta en menos diversidad en la programación. Por ejemplo, a medida que las corporaciones adquieren las cadenas de radio, la

tendencia es a homogeneizar su sonido y a ofrecer menos programación dirigida al público local

### **Los vigilantes**

Dada la función principal de un periodismo independiente en una sociedad democrática, y la falta de un organismo regulador consecuente, los ciudadanos, grupos de interesados y asociaciones de periodistas han iniciado esfuerzos independientes y no gubernamentales para vigilar e informar sobre los medios y su calidad. Por supuesto, ninguno de ellos tiene poder coercitivo, pero son eficaces al reforzar los principios de imparcialidad, veracidad y exactitud de los reportajes.

Por otra parte, hay muchas publicaciones que han visto la utilidad de crear el puesto de "intermediario"— un empleado semiindependiente al que pueden acudir los lectores con querellas sobre

la publicación o la cobertura de las noticias. El "intermediario" puede informar en las páginas de la publicación sobre estas querellas y cómo se han resuelto.

Pocas instituciones son más importantes para una sociedad democrática que los medios informativos, libres e independientes. Tales libertades requieren que el público, los funcionarios elegidos y las organizaciones cívicas den su apoyo a la verdad, la imparcialidad y el equilibrio en las informaciones e insistan en que los medios de información observen los principios que los facultan.

---

*Nicholas Johnson, ex director de la Comisión Federal de Comunicaciones, es ahora profesor de derecho de comunicaciones en la Facultad de Derecho de la Universidad de Iowa, en Iowa City, Iowa. Mantiene un sitio en la Web en: [nicholasjohnson.org](http://nicholasjohnson.org)*

# El periodismo en Estados Unidos en la época actual

## La función de los medios de información en construir una comunidad

Por Jan Schaffer

Director Ejecutivo, Centro de Periodismo Cívico Pew

*El autor aboga por una nueva clase de periodismo que ayude a la gente a superar su sensación de impotencia y alienación, desafiándola a participar, intervenir y asumir responsabilidad por los problemas de la comunidad.*

El periodismo cívico ha avanzado mucho en los seis años desde la creación del Centro de Periodismo Cívico Pew. Ahora sabemos dos cosas:

1. Cuando la prensa cumple su labor de una manera diferente, los ciudadanos realizan sus tareas de manera diferente.
2. Cuando se siembra innovación en las salas de redacción, se cosecha ideas nuevas.

Vivimos en una era en la que tanto los periodistas como el público de Estados Unidos luchan para lograr un consenso sobre lo que constituye buen periodismo.

Ya no es suficiente que los propios periodistas piensen que realizan una buena labor. Para que el periodismo siga recibiendo protección constitucional - y siga atrayendo lectores y televidentes - los lectores y televidentes tienen que

estar de acuerdo en que el periodismo desempeña una función esencial en nuestra sociedad democrática.

Recientemente ha habido indicaciones perturbadoras de que ese no es el caso. Las encuestas nacionales documentan una acumulación de resentimiento hacia la prensa estadounidense y sus prácticas. Para describir a la prensa, el público usa palabras como arrogante, insensible, prejuiciada, errónea y sensacionalista.

Parece haber un consenso de que la "prensa" está descompuesta. El gran interrogante ahora es si los periodistas saben cómo arreglarla.

La circulación de los diarios está estancada o disminuye. Aunque la gente lee más, no lee más diarios. Y la audiencia de los noticieros de televisión también disminuye.

La fundación internacional independiente, The Freedom Forum, realizó recientemente una encuesta sobre el estado de la Primera Enmienda (a la Constitución de los Estados Unidos, que garantiza la libertad de expresión). En general, la prensa, más que el público, tiene sus derechos de la Primera Enmienda en más alta estima.

- Más de la mitad de quienes respondieron a la encuesta - el 53 por ciento - expresaron la creencia de que la prensa tiene demasiada libertad. Esto representa un aumento de 15 puntos porcentuales respecto a una encuesta similar efectuada en 1997.
- Sólo el 45 por ciento dijo que creía que la prensa protege a la democracia, comparado con el 54 por ciento en 1985. Y el 38 por ciento dijo que la prensa en realidad perjudica a la democracia.
- Alrededor del 65 por ciento dijo que los diarios no deberían publicarse libremente.
- Cifras perturbadoras de personas dijeron que no debería permitirse a la prensa que apoye o critique a los candidatos políticos, que no debería permitírsele que use cámaras ocultas para obtener información y que no debería ser capaz de publicar secretos del gobierno.

### **¿Qué podemos hacer?**

Estas son noticias que preocupan si uno es periodista. También me gustaría pensar que son noticias que preocupan si uno es miembro del público.

¿Qué podemos hacer acerca de todo esto? Lo que hacemos en el Centro Pew es tratar de ir más allá del simple diagnóstico del problema; en realidad elaboramos algunas recetas para las soluciones. Es cierto que muchos periodistas se sienten más cómodos con los diagnósticos que con los remedios, pero la reacción de las investigaciones es tan abrumadora que incluso los editores más empedernidos comienzan a decir "basta". Pero antes de que podamos arreglar las cosas tenemos que determinar lo que tratamos de ser. ¿Cuál es nuestra función en la creación de una comunidad?

Los modelos más viejos de periodismo, especialmente en los diarios comunitarios y regionales, eran catalogados con frecuencia como "perros falderos": bajo el control de propietarios interesados en fomentar el civismo y atraer los dólares de la publicidad comercial.

"Perros de ataque" es el modelo que se nos ocurre ahora con más frecuencia después de alguna de la

cobertura de la presidencia de Bill Clinton y de las visiones de reporteros gráficos ocultos entre los arbustos de la residencia de la familia Kennedy tras la muerte de John F. Kennedy (hijo).

Luego está el modelo de "perros de vigilancia" al que los periodistas, insinceramente, dicen respetar. Esta es una función que la comunidad todavía aprecia. Pero el público tiene cada vez más aprensiones sobre esa función e incluso los periodistas aceptan que con frecuencia la prensa va más allá de la simple cobertura de los sucesos: a menudo impulsa controversias, especialmente al examinar la conducta personal y ética de las figuras públicas.

Algunos de los últimos estudios muestran que la prensa, más que el público, valora su función de vigilancia. Sólo el 10 por ciento de la prensa cree que la crítica periodística de los líderes políticos obstaculiza la labor de esos funcionarios, mientras que el 31 por ciento del público cree que esas críticas interfieren en el cumplimiento de la tarea de esos líderes.

Actualmente se someten a prueba algunos modelos nuevos. Uno de ellos es el del "perros lazarillos". ¿Puede haber un periodismo que no sólo le brinde a la gente noticias e información sino que también le ayude a cumplir su tarea como ciudadanos? ¿Que no sólo produzca el espectáculo cívico insólito del día sino que en realidad desafíe a la gente a participar e intervenir y asumir responsabilidad por los problemas? ¿Que no los coloque sólo como espectadores, sino también como participantes?

Es en esto donde el periodismo cívico ha fomentado numerosos experimentos. El periodismo cívico no propicia el abandono de la función de vigilancia, sino que en cambio le agrega más responsabilidades.

### **El Centro de Periodismo Cívico Pew**

Cuando la fundación Pew Charitable Funds decidió crear el Centro de Periodismo Cívico Pew, no le preocupaba el periodismo sino que se concentraba en la participación cívica. Pew Charitable funds temía que la democracia estuviera en quiebra: los ciudadanos no votaban, no participaban como voluntarios y no intervenían

activamente en la vida cívica, la gente no se ofrecía para ayudar a hacer frente a los problemas de sus comunidades.

Se preguntó si el periodismo podría ser parte del problema. ¿Trataba la prensa a la gente en las noticias como espectadora de un espectáculo cívico extravagante más que como participante activa de una sociedad que se gobierna a sí misma?

Y planteó una hipótesis simple: ¿Si los periodistas realizaran su labor de una manera diferente, se desempeñarían los ciudadanos de un modo distinto? ¿Podríamos alentar algunos experimentos en salas de redacción para ver si podría haber modelos diferentes, modelos que todavía adhiriesen a los valores básicos del periodismo - de exactitud, objetividad, independencia, imparcialidad - pero que también fueran útiles a los ciudadanos?

El periodismo cívico es ahora una etiqueta amplia que se pone a los esfuerzos de los editores y directores de noticias que tratan de realizar sus labores como periodistas para ayudar a superar el sentimiento de impotencia y alienación de la gente. Busca educar a los ciudadanos sobre los cuestiones importantes y de actualidad para que puedan tomar decisiones cívicas, participar en el diálogo y la acción cívica y, en general, ejercer sus responsabilidades en una democracia.

Los periodistas cívicos creen que es posible brindar una cobertura noticiosa que motive a las personas a pensar e incluso a actuar, más que simplemente atraerlas a mirar. Y creen que tienen la responsabilidad de hacerlo así.

Debo advertir, sin embargo, que los periodistas cívicos no quieren decirles a los lectores y televidentes qué deben pensar o cómo actuar. Simplemente crean una zona neutral de facultamiento, al proveerles a los ciudadanos información y algunas veces métodos para compartir alguna responsabilidad y ofrecer alguna imaginación o soluciones para resolver algún problema.

Los periodistas cívicos creen que pueden ser perros de guía sin renunciar a su papel de vigilancia. Y les alegra abandonar el papel de perros de ataque.

Ahora bien, según el punto de vista de cada uno, esto es un retorno a los fundamentos del buen periodismo o un nuevo método revolucionario de informar. Personalmente creo que es más que buen periodismo, por lo menos de la clase de periodismo que yo practiqué durante 22 años en el Philadelphia Inquirer.

Emplea todos los instrumentos del buen periodismo, pero no tiene miedo de involucrarse más con en comunidad, de escuchar, de ser un catalítico de actividad, de ayudar a la comunidad a crear su propia capacidad. Y no tiene miedo de decir: si el periodismo viejo no funciona, reinventémoslo.

### **¿Qué es una noticia?**

Una manera en que los periodistas cívicos tratan de hacer un "periodismo distinto" es buscando nuevas definiciones de lo que una noticia es. La mayoría de los periodistas definen la noticia como conflicto: el titular contra el desafiante, el ganador contra el perdedor, el que está a favor frente al que está en contra.

El periodismo cívico procura expandir esa definición. Procura ir más allá de la cobertura de un evento, una reunión o una controversia. Trata de proyectar conocimientos, no sólo acontecimientos informativos. Trata de informar del consenso así como del conflicto, de casos de éxito así como de fracasos — reportajes que podrían ayudar a otras comunidades a abordar asuntos difíciles.

El periodismo cívico trata de crear algunos modelos nuevos de la manera de informar que podrían estar más en sintonía con los modelos nuevos de gobernar. Para resolver los problemas locales, muchos escenarios locales de gobierno se apartan del paradigma de ganar o perder para adoptar un método que es más de consenso y en el que todos ganan.

¿Cómo puede estar equipado el periodismo para tratar eso? Realizamos una gran labor al informar sobre el conflicto, acechando y llevando la cuenta de ganadores y perdedores. Pero si enviamos un reportero a cubrir una reunión en la que todos están de acuerdo en algo, lo más probable es que al regresar le diga a su editor que "nada ocurrió"- Y que no haya reportaje.

Los periodistas cívicos tratan de examinar en qué están de acuerdo así como en qué están en desacuerdo los miembros de la comunidad. Eso es algo nuevo.

Uno de los experimentos más ambiciosos del Centro Pew se emprendió en Spokane, estado de Washington, en 1999 cuando el diario Spokesman Review usó los instrumentos de "cartografía" del periodismo cívico para marcar los momentos claves en la vida de los jóvenes que determinaban si tendrían éxito como adultos o si fracasarían y posiblemente terminarían en la cárcel. Determinó algunos momentos interesantes — como el del que el primer día de cuarto grado es cuando se sabe si al niño le gustará o no la escuela. O que en el primer día del séptimo grado es cuando se determina si el niño va a ser un tipo socialmente inepto o parte del grupo popular.

La idea fue no solamente cubrir este tema, sino también revelar algunos puntos de intervención para los organismos de servicios sociales de la comunidad. Esta es también una definición diferente de "noticia".

Periodismo cívico es enmarcar nuevamente los reportajes para hacerlos más relevantes a los lectores.

The Orange County Register, del condado de Orange en California, experimentó una nueva técnica narrativa para relatar la historia de los "niños de los moteles", niños pobres que viven en moteles residenciales prácticamente al otro lado de la calle del parque de diversiones Disneyland. El relato se hizo en forma de diálogo, usando las propias palabras de los niños.

La respuesta fue abrumadora. Incluyó 200.000 dólares en donaciones, 50 toneladas de comida, 8.000 juguetes, y miles de horas de voluntarios dedicadas a ayudar a los "niños de los moteles". El condado asignó 1 millón de dólares para un programa de viviendas para sacar a las familias de los moteles. Un organismo sin fines de lucro inició una campaña de 5 millones de dólares para tratamiento del consumo de drogas entre las familias de los moteles.

La reportera Laura Saari dijo posteriormente que le asombró la manera en que todos trabajaron juntos en busca de una solución. "Un reportaje similar, relatado de una manera convencional, habría puesto a los organismos del gobierno a la defensiva. Pero debido al método que se usó para redactarlo, nadie sintió que le echaban la culpa. De manera que en vez de perder tiempo defendiéndose, salieron a la calle" a trabajar en el caso.

El periodismo cívico consiste en redefinir el equilibrio.

Los periodistas informan de los dos lados de un suceso y creen que es imparcial y equilibrado. Los periodistas cívicos sugieren que cobertura bipolar, no equilibrada es un término mejor. El equilibrio está en el medio, no en los extremos. Los periodistas cívicos tratan de asegurar que todas las personas afectadas por el asunto tengan voz en el reportaje, no solamente los proponentes de las opiniones más extremas que nos envían sus comunicados de prensa. Y los periodistas cívicos no tienen miedo de informar sobre la ambigüedad, cuando la gente todavía trata de determinar como se siente.

Finalmente, el periodismo cívico consiste en proveer puntos de entrada para involucrar a la gente y alentar la interacción entre los periodistas y los ciudadanos. Procura crear conversaciones con los lectores, en contraste con una descarga unidireccional de información — que arroja una gran cantidad de hechos al público — como se ve con tanta frecuencia en el periodismo tradicional.

Esta interacción puede ocurrir en las páginas noticiosas, en la ondas radiales, en el espacio cibernético y algunas veces en un espacio real: en foros y reuniones comunitarias. El Charlotte Observer de Carolina del Norte determinó, mientras cubría un asunto importante relacionado con el transporte de escolares, que algunas de las mejores ideas para reportajes las obtenía en los mensajes electrónicos de los lectores.

En 1999, el Centro Pew auspició un programa en la Radio Pública de Nueva Hampshire (WHPR) que ofrecía una calculadora de impuestos en línea. Los tribunales habían ordenado que en este estado donde no se cobran impuestos se estableciera un gravamen para financiar las escuelas públicas.

El sitio en la Web que WHPR mantuvo sobre el impuesto incluyó información educativa, un espacio de discusión y un mecanismo muy conveniente que le permitía a la gente anotar el valor de su casa, sus ingresos y el nombre de la ciudad donde vivían, y entonces calcular lo que les costaría cada una de tres propuestas diferentes de reforma impositiva.

Esto fue un periodismo muy diferente, hecho a la medida, individualizado y útil que facultó a la gente a desempeñar una función en una decisión de política pública. El Centro Pew recientemente auspició en WHPR un Calculador de Cuentas de Servicios públicos, para que la gente tenga más acceso al tema de la eliminación de reglamentaciones de las compañías que suministran esos servicios.

### **La cuestión básica**

De manera que ¿cuál es la cuestión básica del periodismo cívico?

Para la comunidad:

- Vemos periodismo de buena calidad que también mejora la capacidad de la comunidad de abordar problemas.
- Vemos que cuando se proporciona a los lectores los medios para que actúen, así lo hacen.
- Hemos visto en los estudios que los esfuerzos del periodismo cívico han aumentado mensurablemente el conocimiento de los lectores sobre un asunto en particular.
- Hemos visto que los esfuerzos del periodismo cívico han influido positivamente en la percepción del público sobre la prensa.
- Hemos visto a otros grupos de la comunidad adoptar el modelo de intervención cívica (por ejemplo, mediante círculos de estudios y equipos de acción) que aprendieron de la participación de las organizaciones noticiosas en los esfuerzos de periodismo cívico.

- Y hemos comenzado a ver gente que se postula para ser elegida a cargos y que nunca habría aspirado a esas funciones hasta que se involucró en una iniciativa de periodismo cívico.

Para el periodismo:

- Vemos informes a fondo que han tenido una resonancia más auténtica con la comunidad, en vez de periodismo que repite mecánicamente los dos lados de un asunto.
- Vemos periodistas que redescubren sus comunidades, y rompen algunos viejos estereotipos.
- Vemos toda clase de innovaciones en las salas de redacción. Nuevas páginas, nuevos empleos, nuevos criterios, nuevas declaraciones de misión profesional. Un nuevo vocabulario. Y en el *Virginian Pilot* de Norfolk, la declaración de misión para sus reporteros que cubren la capital del estado en Richmond, Virginia, promete cubrir el gobierno y las elecciones del estado "como un ejercicio de solución de problemas cívicos".
- Finalmente, el periodismo cívico ha producido un entorno que les ha permitido a los editores correr nuevos riesgos.

No creo que el periodismo cívico tenga todas las respuestas a los males que afligen a la prensa. Pero puede adjudicarse una buena porción del mérito por haber contribuido con algunos remedios. Y creemos, como aconsejaba San Pablo en una de sus cartas, que necesitamos "probar todas las cosas y retener con fuerza todo lo que es bueno."

---

*El Centro Pew promueve experimentos de periodismo cívico que permiten a las organizaciones crear y refinar mejores maneras de informar sobre las noticias y hacer que la gente vuelva a participar la vida pública.*

# Por qué la democracia necesita del periodismo investigador

Por Silvio Waisbord

Autor de "Watchdog Journalism in South America: News, Accountability, and Democracy"  
(Periodismo Vigilante en Sudamérica: Noticias, Responsabilidad y Democracia)

*Aunque en la actualidad la presión comercial y la amenaza de juicios costosos ponen nerviosas a las empresas noticiosas cuando se trata de apoyar el reportaje investigador, éste sigue siendo fuerza potente en el periodismo de Estados Unidos y América Latina y una de las contribuciones más importantes de la prensa a la democracia.*

Durante la década de 1970, los reporteros desempeñaron un papel decisivo en revelar lo que llegó a ser el escándalo político más grave de Estados Unidos del período posterior a la Segunda Guerra Mundial. Los periodistas de Washington siguieron la pista de un hurto menor en el edificio de oficinas de Watergate, hasta llegar a la Casa Blanca. Este reportaje llevó a investigaciones congresionales y finalmente a la renuncia del presidente Richard Nixon.

El desempeño de la prensa durante el caso Watergate se consideró el espejo que refleja lo mejor que el periodismo puede ofrecer a la democracia: hacer que el poder rinda cuentas. Esta función se convirtió en una tendencia en las redacciones de los periódicos de Estados Unidos. En los años siguientes la profesión gozó de un alto grado de credibilidad y hubo un aumento notable en el número de estudiantes de periodismo.

Ahora, casi tres décadas después, la situación ha cambiado. El periodismo investigador no parece ser la estrella más brillante en el firmamento de la prensa estadounidense. Si el tono de la prensa fue de alabanza a sí misma en los años posteriores a Watergate, actualmente el pesimismo en cuanto al

estado del periodismo estadounidense es generalizado. Los observadores afirman a menudo que la creciente concentración de la propiedad de los medios de información en pocas manos y el apremio por el sensacionalismo en el reportaje de las noticias han agotado el vigor que el periodismo investigador requiere. Las presiones comerciales también disuaden del periodismo investigador. Frecuentemente su necesidad de una gran cantidad de tiempo y de recursos humanos y financieros está en conflicto con las expectativas de ganancias y el control de los costos de producción. Además, el hecho de que los artículos pueden tener como resultado juicios costosos pone nerviosas a las empresas propietarias de los medios de información cuando se trata de apoyar investigaciones.

A pesar de estos factores, en la última década no ha habido escasez de artículos producidos por el periodismo investigador. Los principales periódicos urbanos de Estados Unidos han publicado artículos que revelan la corrupción, la injusticia y la mala administración del medio ambiente. Los noticieros de televisión locales y de cadenas televisivas frecuentemente producen artículos de periodismo investigador que generalmente cubren diversos tipos de fraude al consumidor, en terrenos como el cuidado de la salud, los servicios sociales y las hipotecas residenciales.

## **¿En qué consiste el periodismo investigador?**

El periodismo investigador se distingue en que publica información sobre infracciones que afectan el interés del público. Las denuncias son el producto de la labor de reporteros no el resultado de información secreta divulgada a la redacción.

Aun cuando el periodismo investigador era antes tarea de reporteros solitarios independientes, con poco o ningún apoyo de sus órganos de prensa, los ejemplos recientes han demostrado que el trabajo en equipo es fundamental. Se necesitan diferentes tipos de conocimiento para producir artículos bien documentados y completos. Estas investigaciones requieren reporteros, jefes de información, asesores jurídicos especializados, analistas de estadísticas, bibliotecarios e investigadores de noticias. El conocimiento de las leyes de acceso a la información pública es indispensable para encontrar información potencialmente disponible y obtenible en virtud de la legislación sobre "la libertad de información" y para anticipar problemas legales que pueden surgir cuando se publica información perjudicial. Las tecnologías nuevas son sumamente valiosas para descubrir datos y familiarizar a los reporteros con cualquier tema complejo. Gracias a la computarización de los documentos gubernamentales y la disponibilidad de cantidades extraordinarias de información en línea, el reportaje por computadoras es de gran ayuda.

### **Democracia y periodismo investigador**

El periodismo investigador es importante debido a su contribución múltiple al ejercicio del gobierno democrático. Su función puede comprenderse en consonancia con el modelo del Cuarto Poder de la prensa. Según este modelo, la prensa debe hacer responsable al gobierno mediante la publicación de información sobre asuntos de interés público, incluso cuando dicha información revela abusos o delitos perpetrados por las autoridades. Desde esta perspectiva, el reportaje producto de investigación es una de las contribuciones más importantes de la prensa a la democracia; está vinculado a la lógica de limitación y equilibrio de poderes de los sistemas democráticos. Ofrece un mecanismo valioso para vigilar el desempeño de las instituciones democráticas, en su definición más amplia, la cual incluye entidades gubernamentales, organizaciones cívicas y sociedades anónimas.

La posición central que ocupan los medios de información en las democracias contemporáneas hace que la élite política sea sensible a las noticias, en particular a las "malas" noticias, que a menudo

producen conmoción pública. La publicación de noticias sobre fechorías políticas o económicas puede provocar investigaciones en el congreso y los tribunales.

Cuando las instituciones gubernamentales no hacen más averiguaciones o las investigaciones se ven plagadas de problemas y sospecha, el periodismo puede contribuir al rendimiento de cuentas mediante la vigilancia del funcionamiento de tales instituciones. Puede examinar la forma en que realmente llenan su mandato constitucional de gobernar responsablemente frente a informes de prensa que revelan mal funcionamiento, falta de honradez o fechorías en el gobierno y la sociedad. Cuando menos, el periodismo investigador mantiene influencia importante, ya que puede sentar la pauta de lo que debe hacerse, al recordarles a los ciudadanos y la élite política la existencia de determinadas cuestiones. Sin embargo, no hay garantía de que la atención continua de la prensa dará como resultado que el Congreso y el sistema judicial investiguen y procesen a los responsables de las fechorías.

El periodismo investigador también contribuye a la democracia mediante el fomento de una ciudadanía al tanto de los hechos. La información es un recurso vital para habilitar a un público vigilante que, en última instancia, haga responsable al gobierno mediante su voto y participación. En las democracias contemporáneas, donde la política gira alrededor de los medios de información, éstos han eclipsado otras instituciones sociales como fuente principal de información sobre asuntos y procesos que afectan la vida de los ciudadanos.

### **Acceso público**

El acceso a documentos públicos y las leyes que garantizan que los asuntos públicos se ventilen en sesiones abiertas son indispensables para la labor del periodista investigador. Cuando censura previa o leyes de difamación se ciernen en el horizonte, es poco probable que los órganos de información aborden temas sujetos a controversia, debido a la probabilidad de juicios costosos. Por consiguiente, las democracias deben reunir ciertos requisitos para que el periodismo investigador sea efectivo y ofrezca información diversa y completa.

## **Ética del periodismo investigador**

Cada equipo de reporteros investigadores trabaja en un artículo en circunstancias diferentes, por tanto, la preparación de un manual de normas éticas para uso en todos los casos es problemática, aunque se han aceptado generalmente ciertas pautas. Las implicaciones legales de las actividades de los reporteros son, con mucho, más precisas que las cuestiones de ética. Si la ley lo permite, es legal; si no, no lo es. La ética, en cambio, trata de la forma de distinguir entre el bien y el mal, con principios filosóficos que se emplean para justificar un curso de acción determinado. Cualquier acción puede ser juzgada ética, dependiendo del marco ético que se utilice para justificarla y de los valores que tienen prioridad. Lo que los periodistas y los directores necesitan determinar es quién se beneficia como resultado del reportaje.

Si el periodismo se compromete a la responsabilidad democrática la interrogante que queda por formularse es si el público se beneficia como resultado de los reportajes de investigación. ¿Qué intereses promueve el periodismo investigador al publicar un determinado artículo? ¿Cumple la prensa con su responsabilidad social al revelar la fechoría? ¿Qué intereses se afectan? ¿Qué derechos se violan? ¿El asunto en cuestión es de legítimo interés público? ¿Se invade el derecho a la intimidad cuando no se trata de un asunto de vital interés público?

La mayoría de los debates sobre ética en el periodismo investigador se ha concentrado en la metodología, es decir, ¿es cualquier método válido para revelar una fechoría? ¿Es lícito el engaño cuando el objetivo del periodista es informar sobre la verdad? ¿Es cualquier método justificable no importa las condiciones de la tarea y las dificultades para conseguir información? ¿Pueden los reporteros de televisión utilizar cámaras ocultas a fin de obtener material para un artículo? ¿Pueden los periodistas utilizar identificación falsa para lograr acceso a la información?

A este respecto hay un factor importante que debe considerarse, el público parece menos dispuesto que los periodistas a aceptar cualquier método para revelar una fechoría. Las encuestas indican que el público es receloso de la invasión de la intimidad,

no importa cual sea la importancia pública del artículo. Generalmente el público parece menos inclinado a aceptar la idea de que los periodistas deben utilizar cualquier método para lograr la información. Dicha actitud es significativamente reveladora en momentos en que la credibilidad de la prensa es baja en muchos países. La prensa necesita ser digna de confianza a los ojos del público. En ello consiste su capital principal, pero con demasiada frecuencia sus acciones socavan más su credibilidad. Por tanto, el hecho de que generalmente los ciudadanos creen que los periodistas se proponen lograr material para un artículo a cualquier precio, tiene que ser una consideración importante. Las revelaciones que dependen de métodos dudosos para obtener la información pueden disminuir aún más la legitimidad y el prestigio público del reportaje y el periodista.

Las cuestiones de ética no se limitan a los métodos. La corrupción es también otra cuestión de ética importante en el periodismo investigador. La corrupción incluye una variedad de prácticas, que van desde el periodista que acepta soborno o reprime una revelación hasta el que paga por información. También debe considerarse el daño que puede causarse al ciudadano privado con el reportaje. Generalmente las cuestiones que tienen que ver con la intimidad pasan a primer plano, ya que frecuentemente el periodismo investigador debe cuidar de no sobrepasar el límite impreciso entre el derecho a la intimidad y el derecho del público a la información. Generalmente se presume que el derecho a la intimidad de una figura pública se interpreta en forma diferente al de un ciudadano común.

No hay respuestas fáciles y específicas a las cuestiones de ética. Los códigos de ética, a pesar de sus méritos, no ofrecen soluciones bien definidas que puedan aplicarse a todos los casos. La mayoría de los analistas están de acuerdo en que los periodistas deben estar siempre conscientes de cuestiones como la justicia, el equilibrio y la exactitud. Los reporteros tienen que hacerse preguntas éticas continuamente, en todas las etapas de una investigación, y deben estar preparados para justificar sus decisiones ante directores, colegas y el público. Les es preciso tener en cuenta los intereses que se afectan y realizar su tarea de acuerdo con la normas de su profesión.

## **Periodismo investigador en América Latina**

América Latina contemporánea ofrece una variedad de ejemplos que explican por qué la democracia necesita el periodismo investigador, así como la forma en que éste contribuye al ejercicio del gobierno democrático. Durante las dos últimas décadas, el periodismo investigador, sin excepciones, ha tomado fuerza en todos los países a medida que se consolida la democracia en toda la región. Relegado a publicaciones partidistas y marginales en el pasado, últimamente ha ganado aceptación en los principales órganos de prensa. Hay muchas razones por las cuales se ha afirmado el periodismo investigador, entre ellas principalmente la consolidación de los gobiernos democráticos, la transformación fundamental del aspecto económico de los medios de información, la existencia de publicaciones comprometidas a revelar abusos específicos y los enfrentamientos entre algunas compañías de noticias y algunos gobiernos.

Al igual que en otras regiones del mundo, el valor principal del periodismo investigador para las democracias latinoamericanas es su contribución a una creciente responsabilidad política. Esto es especialmente importante, ya que se considera que la debilidad de los mecanismos de rendición de cuentas es uno de los problemas más graves a que se enfrentan las democracias de la región. El letargo, ineficacia e insensibilidad institucionales a las necesidades públicas legítimas se citan con frecuencia como una debilidad importante. La existencia de empresas noticiosas comprometidas al periodismo investigador ha llegado a ser sumamente importante. Aun cuando otras instituciones no han verificado las revelaciones de la prensa o no han realizado sus propias investigaciones, la prensa ha mantenido vivas las alegaciones de conducta ilegal o poco ética y, a la postre, en algunos casos, ha forzado a los organismos legislativo y judicial a actuar.

El periodismo investigador tiene un poder inigualado para vincular a funcionarios con determinados delitos, pero también puede crear en

el público una percepción errónea de la existencia de fechorías. Es una espada de doble filo. El reportaje de fechorías llama la atención del público a supuestos delitos, pero también puede llevar a juicios precipitados sobre la responsabilidad de los individuos, sin que medien las instituciones constitucionalmente designadas para investigar y llegar a un veredicto legal. En este caso la responsabilidad ética, una vez más, es en extremo importante: las acusaciones no respaldadas que hace la prensa pueden tener efectos perjudiciales para la reputación de individuos e instituciones.

La corrupción gubernamental ha sido el enfoque central de las investigaciones de la prensa en las democracias latinoamericanas. Otros temas (por ejemplo la corruptibilidad y prácticas laborales ilícitas de las corporaciones) han atraído atención considerablemente menor. El hecho de que numerosas encuestas indican que la corrupción figura constantemente entre las tres preocupaciones mayores de la población en toda la región, puede ser un indicio de la influencia del periodismo investigador en hacer de las fechorías gubernamentales una preocupación principal.

El caso de América Latina indica entonces, que la existencia del periodismo investigador es importante por sí misma. El alcance y equilibrio de los proyectos de investigación son también significativos. La prensa dirige la atención de ciudadanos y legisladores a cuestiones específicas. Muchas esferas sociales y gubernamentales necesitan atención en las democracias contemporáneas. El periodismo investigador es más eficaz cuando utiliza una red amplia que cubre una variedad de asuntos.

---

*Silvio Waisbord es profesor auxiliar del Departamento de Periodismo y Medios de Información Públicos de la Universidad Rutgers, la universidad del estado de Nueva Jersey.*

# Un recorrido por el "Campo minado de la ética"

Por Tran Ha  
Reportero de The Poynter Institute

*Una reportera investigadora descubre el maltrato a menores, pero afronta críticas de carácter ético por no actuar con más celeridad para mejorar sus vidas.*

El artículo: La vida de hijos de padres alcohólicos o adictos a las drogas.

Propósito del artículo: Utilizar las experiencias de unos cuantos niños para representar la historia de muchos otros niños y dirigir la atención a un problema que afecta a todo el país.

El dilema: Mientras recoge información para el artículo, la reportera descubre que los niños carecen de cuidados, están mal alimentados y son maltratados.

Si estuviera en el lugar de la reportera, ¿qué haría usted?

Este era el escenario que estaba en las mentes de los periodistas que participaban en una discusión sobre ética en The Poynter Institute, una escuela de periodismo sin fines de lucro. El estudio se titulaba "Huérfanos de la Adicción", una serie de artículos en dos entregas sobre hijos de padres alcohólicos o adictos a las drogas. La serie, que se publicó en el periódico *Los Angeles Times* hace más de dos años, dio lugar a planteamientos éticos en todo el país debido a la descripción inquietante de la vida de los niños que eran el tema de los artículos.

Una de las preocupaciones que surgió de la discusión fue si los niños habían permanecido más tiempo de lo debido en una situación vulnerable.

La reportera y redactora de asuntos urbanos del *Times*, Sonia Nazario, pasó cinco meses informando

sobre los niños y estuvo dos meses escribiendo los artículos. ¿Qué se pudo haber hecho durante ese tiempo para reducir al mínimo el daño a estos niños?

Terence Oliver, director artístico del *Akron Beacon Journal*, dijo que, en su opinión, no había necesidad de que Nazario pasara cinco meses haciendo reportaje sobre los niños.

"Me parece que el impacto era evidente", dijo Oliver. "El tema nada más es impactante. ¿Qué más municiones necesitaba?"

Oliver, quien adoptó a un niño en circunstancias similares a la de los niños que se describen en los artículos, tiene conocimientos de primera mano de las huellas físicas y emocionales que dejan los maltratos y el abandono.

Otros periodistas se hicieron eco de la preocupación de Oliver sobre el tiempo que demoró la publicación de los artículos.

"Me pareció un ejemplo extraordinario de periodismo", dijo Mike Wedland, becario Poynter, "pero tomarse esa cantidad de tiempo para hacer el trabajo es inaceptable".

Al reflexionar, Nazario dijo que la cantidad de tiempo que dedicó a la redacción de la serie de artículos fue "una de las críticas más legítimas que recibí. Creo que si uno va a escribir este tipo de artículo lo mejor es publicarlo con bastante rapidez".

Para Laurie Nikolski, directora asociada de *The Journal News*, de White Plains, New York, la lección más importante que se desprende de la discusión es la importancia de una pronta adopción de decisiones éticas.

"El periódico debería y podría haber estado mejor preparado para la reacción que iba a recibir", dijo Nikolski. "Me parece que, en el transcurso de los acontecimientos, abandonaron a la reportera. Creo que, desde el principio, ella necesitaba que los directores del periódico le dieran más apoyo".

Nazario dice que está de acuerdo y opina que, por lo general, los reporteros y los directores en la sala de redacción hablan muy poco sobre cuestiones de ética.

"No creo que ni los directores ni los reporteros planteen el tema a menudo", agrega Nazario. "Si hubiera discutido más el artículo desde el principio, me habría ahorrado algunas de las críticas. No creo que me habría salvado de todas, pero sí de algunas".

Lo más importante que hay que tener en mente es que si Nazario pudo encontrar a estos niños, de igual manera lo podría haber hecho el servicio de protección de menores, dijo Tena Ezzadine, reportera investigadora de *WBNS-TV* en Columbus, Ohio.

"Las historias como ésta — historias que captan una manifestación rara de la sociedad "se deben relatar", añadió Ezzadine. "Creo que lo peor que podemos hacer como periodistas es retroceder ante historias como ésta por temor a una publicidad negativa".

"Es imposible informar sobre algunas de estas historias sin hacer daño", dijo Nazario. "La pregunta es cuánto se puede observar y cómo se contrapone eso a la revelación de lo que está sucediendo y al bien que puede resultar de revelar eso que está sucediendo".

Todo ello ha servido para recordar que a veces el buen periodismo no concluye con un final feliz y nítido, dice Al Tompkins, director del grupo de radiodifusores en The Poynter Institute. Gran parte de la fuerza de esta historia es que no se soluciona de manera muy conveniente, dijo.

"Me pareció, que a fin de cuentas, fue un reportaje con mucha fuerza y que sirvió al tema, a las personas afectadas y también al público", dijo Nikolski. "Creo que a menudo sucede que cuando se presta atención a asuntos de menores, el niño se pierde o se convierte en algo en lo que depende el tema. Sonia resucitó a los niños".

---

*Se autoriza la publicación, traducción y uso por Internet de este artículo. (c) Copyright 2001 The Poynter Institute, centro de capacitación en periodismo sin fines de lucro.*

# Grupos que vigilan a los medios de información

Por Virginia Whitehouse, Doctora en Filosofía.

Profesora Asociada de Estudios de la Comunicación Whitworth College, Spokane, Washington

*Los grupos que vigilan las decisiones y prácticas éticas de periodistas y organizaciones periodísticas con frecuencia están motivados por valores y planes propios que uno debe evaluar para poder comprender sus críticas.*

## **Introducción**

La función del periodismo en la democracia estadounidense ha evolucionado para incluir su función de vigilante del gobierno; es decir se espera que los periodistas investiguen cuando funcionarios elegidos violan los derechos y libertades del ciudadano común.

"Para los periodistas es evidente de por sí, que el reportaje producto de investigación informa al público, pone al descubierto la corrupción y endereza entuertos", dice Jane E. Kirtley, profesora de ética y derecho en los medios de información, de la Universidad de Minnesota, en un artículo publicado en Columbia Journalism Review (CJR) en octubre del año pasado.

Con todo, a los periodistas estadounidenses, cuando realizan su labor, habitualmente se los critica de forma tal que causa más daño que beneficio. Si los periodistas han de ser los vigilantes, ¿quién entonces vigila a los vigilantes? Existen muchos voluntarios para la tarea de vigilantes de los medios de información; sin embargo, los móviles y las tendencias de esos vigilantes deben evaluarse para poder entender y analizar sus críticas.

En Estados Unidos, la libertad de prensa pertenece al propietario del periódico (o la estación de televisión, la revista o el boletín). Algunos medios de información de distribución nacional — los principales periódicos, cadenas de televisión por

cable y la radiodifusión de noticias — tienden a hacer de la objetividad o la justicia la pauta fundamental de la noticia, porque eso es lo que espera su audiencia. Las revistas, boletines y otros tipos de medios de información pueden tener pautas distintas — la promoción de una idea, tal como los derechos humanos o los principios de la familia; o la promoción de una industria, tal como la moda o los automóviles. Los propietarios de estos medios deciden cuál es la pauta o principio que regirá la noticia.

Los que critican a los medios de información tienen también sus principios y temario. Si el lector conoce el principio que guía a los críticos, eso le ayudará a comprender la perspectiva, la interpretación y aún el giro de la crítica. Dentro de la profesión es posible encontrar algunos de los críticos más acérrimos, periodistas que conocen más a fondo las decisiones de ética y las prácticas de sus colegas, pero incluso éstos basan sus críticas en principios propios de la industria de las noticias.

## **Vigilantes fuera de la industria**

Los titulares de los artículos y la declaración de objetivos nos pueden dar alguna clave del temario político de un grupo dedicado a vigilar los órganos de información, aun si el nombre del grupo da la impresión de que se trata de un observador neutral. Por ejemplo, el nombre de "Media Research Center (MRC)" (Centro de Investigación de los Medios de Información)", [<http://www.mediaresearch.org/>], con sede en Nueva York, parece neutral, sin embargo, su declaración de objetivos indica claramente que no es una organización neutral. La división de noticias del MRC informa que, desde 1987, se ha "dedicado a lograr un equilibrio político en los medios de información del país mediante la documentación y contradicción de la parcialidad liberal de los

noticiarios de las cadenas de televisión y de los principales órganos de la prensa". Dice el MRC que es "la organización conservadora más grande y respetada del país dedicada a vigilar a los medios de información". Los comentaristas del MRC se presentan con regularidad en los noticiarios de las cadenas de televisión y de televisión por cable para criticar a los medios de información, y su posición es apoyar las agendas conservadoras. Entre sus titulares recientes están: "20 Years of Liberal Spin From Gunga Dan" (20 años de giro liberal de Gunga Dan) y "Talking Heads Talk Trash About Tax Cuts (Disparates sobre la reducción de impuestos). [<http://www.mediaresearch.org/news/reality/2001/Faxrep.html>]

Otros grupos vigilantes dirigen su crítica a la creciente riqueza e influencia de los conglomerados corporativos. Sus nombres, nuevamente, tienen la apariencia de neutralidad, pero sus objetivos están claramente expuestos. "The Media Channel" (El Canal de los Medios) [<http://www.mediachannel.org/>] dice en su declaración de objetivos: "Más que nunca, vivimos en la era de los medios de información y en el mundo de los medios de información. Nueve conglomerados transnacionales dominan los medios de información del mundo; las actuales transacciones de miles de millones de dólares concentran aún más este poder. Aun así, experimentamos también una revolución tecnológica.... La vitalidad de nuestro discurrir político y cultural se apoya en medios libres y diversos que ofrecen acceso para todos".

La organización Fairness and Accuracy in Reporting (FAIR) (Equidad y Exactitud en el Reportaje) [<http://www.fair.org/index.html>] busca y revela indicaciones de la censura que los propietarios de empresas pueden imponer, la parcialidad generalizada de estas empresas y la falta de diversidad en la cobertura de las noticias. En un artículo en su publicación de marzo [<http://www.fair.org/activism/aids-africa-abc.html>] FAIR alega que el programa de televisión "World News Tonight" de la cadena ABC dio a conocer únicamente la perspectiva e interpretación de las compañías farmacéuticas y de sus interesados en un reportaje sobre patentes de drogas para el SIDA en África.

La información que suministra este tipo de grupos vigilantes y el análisis que ofrece pueden ser útiles en la interpretación de la cobertura de las noticias, pero los lectores deben estar conscientes de las suposiciones y la parcialidad subyacentes en la selección de un artículo y su crítica.

### **Crítica proveniente desde adentro de la industria de los medios**

Las revistas de periodismo ejercen la función de vigilantes de los medios de información, dentro de la industria. Las escriben, primordialmente, profesionales para profesionales; se publican en universidades y no pretenden tener una perspectiva determinada de las noticias o un temario específico para su transformación. Mike Hoyt, director ejecutivo de la *Columbia Journalism Review* [<http://www.cjr.org/>] cree que su publicación ayuda a los periodistas a desempeñar mejor una tarea difícil.

"En este país la prensa es el oxígeno de la democracia", observa Hoyt durante una entrevista. "El buen funcionamiento de una sociedad depende del grado de vigilancia de la prensa. Consideramos que nuestra tarea es estimular e inspirar a la prensa para que haga bien su importante labor".

El año pasado la CJR investigó e informó sobre el volumen de noticias nacionales que se transmite desde la ciudad de Nueva York y su consiguiente perspectiva muy neoyorquina para la nación; el empleo de grupos de presión por dirigentes de empresas dueñas de órganos de información para ejercer influencia en Washington; y la forma en que los asesores legales influyen en las decisiones editoriales.

Cuando se fundó en 1961 en la Escuela de Estudios Superiores de Periodismo de la Universidad de Columbia, la CJR era la única publicación nacional de análisis de los medios de información de este tipo. Actualmente existen otras revistas nacionales, entre ellas *American Journalism Review* [<http://ajr.newslink.org/>], publicada por la Fundación de la Universidad de Maryland, así como publicaciones locales, como *St. Louis Journalism Review* [<http://www.webster.edu/~review/>], que recientemente

celebró su decimotercer aniversario en la Universidad Webster.

Los comentaristas de estas revistas conocen muy bien el terreno, y su perspectiva e interpretación reflejan los valores de la industria que forma parte de la corriente principal de opinión — la protección de la Primera Enmienda, la verdad y la exactitud y la información equilibrada. En Estados Unidos, es más posible que los profesionales de los medios tomen a pecho las críticas de las revistas de periodismo que las de los vigilantes de los medios de información que tienen temarios políticos, dice Hoyt, porque las revistas ofrecen la perspectiva desde "afuera" de quienes están dentro de la industria.

"Es muy fácil lanzar ataques contra personas. Queremos ser enérgicos pero queremos también comprender la posición del periodista", explica Hoyt. "Hay mucha crítica en todas partes. Existe la tendencia a hacerse el sordo a menos que sea una crítica bien hecha y provenga de un colega".

### **Crítica de los consejos de prensa**

Muchos periodistas y organizaciones de periodismo han intentado, o por lo menos han considerado seriamente, formar consejos de prensa para arbitrar las disputas entre los periodistas y las personas de las que ellos reportan. El Consejo Nacional de Prensa, inspirado por su primo inglés, el Consejo Británico de Prensa, duró apenas un poco más de una década y dejó de existir en 1984. Sin embargo, el Consejo de Prensa de Minnesota, [<http://www.mtn.org/~newsncnl/>], ha mantenido con éxito su foro desde 1971. En sus procesos de solución de disputas los miembros del consejo primero tratan de reunir en grupos de discusión a los directores de noticias y a quienes se consideran afectados por los reportajes. Con frecuencia eso es suficiente para solucionar el conflicto. Menos del 8 por ciento de quienes presentan quejas terminan solicitando una audiencia ante los 12 miembros del consejo, constituido por seis periodistas y seis ciudadanos con representación general.

Desde su fundación, el Consejo de Prensa de Minnesota ha emitido más de 100 fallos, lo cual simplemente quiere decir que el Consejo declara

públicamente si un periodista o un órgano de prensa actuó éticamente en el caso de que se trate.

"Hemos observado que cuando el público sigue nuestros procesos, su respeto a los medios de información es mayor al final que al principio" de estos procesos, escribe Bob Shaw, miembro fundador, en el sitio en la Web del Consejo de Minnesota. "Se dan cuenta de que nuestro Consejo, compuesto en partes iguales de miembros de los medios de información y el público, no es una hábil maniobra de relaciones públicas sino un ejercicio en imparcialidad fundamental".

Con todo, los consejos también provocan su cuota de controversia. Algunos creen que la creación de tales consejos amenaza las libertades consagradas en la Primera Enmienda, puesto que centraliza los valores del periodismo; en tanto que otros prefieren evitar la interpretación del móvil de un colega. La estación de televisión KSTP-TV de Minneapolis y su casa matriz, Hubbard Broadcasting, nunca han participado en el Consejo.

"Si alguien cree que hemos hecho algo incorrecto, puede hablar con nosotros directamente y además tiene el recurso de los tribunales", le dijo Stanley Hubbard, presidente ejecutivo, al Minneapolis Star Tribune en 1996. "No quiero encontrarme en una situación en la que un grupo de personas asume el derecho de juzgar nuestro criterio".

Otros consejos han sido objeto de críticas similares. Al Consejo de Prensa de Washington, con sede en Seattle, estado de Washington, fundado hace dos años, se lo acusó de no ser más que un grupo de entrometidos autoelegidos que simplemente están del lado de quienes se dedican a castigar a la prensa. A este mismo Consejo se lo criticó fuertemente debido a que su financiamiento principal proviene de la Fundación Bill y Melinda Gates, la entidad filantrópica del fundador de Microsoft y su esposa, hecho que crea la posibilidad de conflicto de interés y un dilema ético dentro de un grupo cuyo objeto es examinar la ética de los medios de información.

No obstante estas inquietudes, los consejos de prensa ofrecen al público la oportunidad, muy necesaria, de la interacción con los medios de información y de expresar sus críticas, escribe Geneva Overholser, ex mediadora del periódico *The*

*Washington Post* y actualmente profesora en la Universidad de Missouri, en un artículo en *Columbia Journalism Review* de febrero pasado. "No podemos permitirnos el lujo de dejar pasar una oportunidad genuina de asumir nuestra responsabilidad y de ayudar al público a entender todo lo que hacemos para poder defender nuestros principios y lograr exactitud en nuestros datos", dice Overholser.

### **Crítica de organizaciones profesionales**

Las organizaciones profesionales ayudan a los periodistas a perfeccionar sus capacidades y a entablar causas legales cuando los derechos que les otorga la Primera Enmienda se ponen en entredicho. La Asociación de Directores de Noticias de Radio y Televisión elogió públicamente la decisión del Tribunal de Apelaciones de Estados Unidos que permitió la transmisión en vivo de los alegatos orales en el caso Estados Unidos contra Microsoft [<http://www.rtna.org/news/2001/microsoft.shtml>]. Los funcionarios de la Sociedad de Periodistas Profesionales (PJS) se expresan, con regularidad, contra intervenciones gubernamentales en la labor diaria del periodista. El valor que estas organizaciones adjudican a la libertad periodística es evidente en la crítica, el elogio e incluso el apoyo financiero que proveen.

Estas mismas organizaciones también pueden establecer códigos de ética que ayudan a guiar a los periodistas en el ejercicio de su profesión. Cuando los periodistas violan los códigos, estas organizaciones, ocasionalmente, pueden declarar su oposición a la violación. El comité de ética de la SPJ acusó a las cadenas de televisión Fox, ABC, CBS, NBC, CNN y la Prensa Asociada de violar el código de la SPJ "al no actuar independientemente" [<http://www.spj.org/ethics/code.htm>]. Todas estas importantes agencias de noticias habían contratado a Voter News Service para que les suministrara los resultados de las elecciones presidenciales de noviembre y se atuvieron a la información inexacta suministrada por dicha entidad, en el sentido de que el entonces vicepresidente Al Gore había ganado los votos electorales de la Florida [[http://www.spj.org/news/112100\\_pressrelease.htm](http://www.spj.org/news/112100_pressrelease.htm)]. Esta crítica se basa en la premisa de que los órganos de noticias deben procurar y verificar la información

automáticamente, en lugar de confiarse en los servicios contratados. El principio de actuar independientemente provee la base para impugnar el criterio noticioso de los periodistas.

Sin embargo, es muy raro que organizaciones dentro de la profesión misma investiguen o desapruében directamente reportajes defectuosos. "Si esto (una práctica profesional deficiente) ocurriera en cualquier otra profesión o centro de poder en la vida estadounidense, los medios de información se concentrarían en la noticia, enfocando en la institución en cuestión una luz escudriñadora", comentó Sydney H. Schanberg, ganador del premio Pulitzer, en un editorial de *The Washington Post* en 1999. "Cuando firmas de abogados contravienen cánones éticos, agentes de la bolsa de Wall Street estafan clientes, o compañías de cuidado de salud controlado niegan atención médica esencial a los pacientes, nosotros los periodistas lo consideramos noticia y frecuentemente lo ponemos en primera plana, pero cuando nuestra propia profesión es la que comete la infracción, obramos con condescendencia.

"Ningún periódico está ansioso de reconocer sus propias deficiencias, o de revelar las de sus colegas (que pueden devolver el favor). Todo el mundo tiene ropa sucia", agregó Schanberg.

Entre tanto, el público estadounidense cree que los medios de información no son suficientemente críticos de sí mismos y no demuestran respeto constante por las comunidades que dicen servir, tal como lo que indican estudios realizados por la American Society of Newspaper Editors (Sociedad de Directores de Periódicos de Estados Unidos) [[http://www.asne.org/kiosk/reports/99reports/1999examining\\_ourcredibility/](http://www.asne.org/kiosk/reports/99reports/1999examining_ourcredibility/)].

Debido a estos estudios, la Associated Press Managing Editors (APME) (Directores Administrativos de la Prensa Asociada) ha adoptado un enfoque diferente para estimular la crítica mediante discusiones de mesa redonda en las que reúne a lectores y personas afectadas directamente por la noticia con los directores y los dueños de periódicos locales. Las sesiones, auspiciadas por la APME con el apoyo de la Fundación Ford, examinan la veracidad periodística de las salas de redacción en todos los 50 estados, dijo Carol Nunnolley,

redactora gerente y coordinadora de proyectos del *Birmingham News*. Estos foros permiten que la crítica exterior llegue a la redacción de los periódicos.

*Spokesman Review*, de Spokane, Washington, realizó su mesa redonda en enero de 2001, la primera de la serie. Miembros del concejo municipal, promotores de bienes raíces, académicos y activistas de la comunidad celebraron una reunión de dos horas con directores y reporteros del periódico. Allí se consideró el posible conflicto de interés para el dueño del periódico, cuya familia construyó un centro comercial y un estacionamiento en el centro de la ciudad, lo que ahora es objeto de controversia.

"Este (diálogo) permitió a los interesados reunirse personalmente con los periodistas, sin que mediaran filtros entre ellos", dijo Chris Peck, presidente de la APME y director de *Spokesman Review*. "Exigió mayor sinceridad de ambas partes y no permitió que se vociferara o prevaricara. Si un participante se mostraba muy desconfiado de los medios de información o un representante de éstos demostraba arrogancia, alguien le llamaba la atención".

### **Conclusión**

Murrey Marder, corresponsal jubilado de *The Washington Post*, observó durante la Conferencia de Vigilancia del Periodismo Nieman de 1998: "El temor al abuso del poder fue la fuerza galvanizadora

en la Revolución Americana y continua siendo la justificación más fuerte de la existencia de una prensa estimulante y realmente independiente". No obstante, durante el mismo discurso Marder dijo que los estadounidenses no confían en sus medios de información porque éstos son demasiado sigilosos de la forma en que funciona el periodismo. Existe tensión entre estas variables: alentar una prensa vigilante, estimular la crítica de la prensa sin sofocarla y mantener las libertades de la prensa y de sus críticos.

Algunos creen que la función de vigilante la realizan mejor los grupos que están fuera de la industria, aunque esos grupos tengan sus propios objetivos. Otros creen que quienes están dentro de la profesión están mejor calificados para hacer críticas, especialmente porque probablemente sean más respetados por los periodistas. De una u otra manera, sin embargo, todos los vigilantes contribuyen a la conversación actual sobre lo que significa tener prensa libre en una sociedad libre.

---

*Virginia Whitehouse, Doctora en Filosofía, es Profesora Asociada de Estudios de la Comunicación en Whitworth College, Spokane, Washington. Es vicepresidenta de la División de Ética en la Prensa, de la Asociación para la Educación en Periodismo y Comunicación Social y presidenta del Comité Nacional de Educación en Periodismo de la Sociedad de Periodistas Profesionales.*

# El periodismo en la era de la Web

Por Bob Giles

Director de *Nieman Reports*

Fundación Nieman para el Periodismo

Universidad de Harvard

*El periodismo en línea es agresivo y belicoso, pero su estilo y ciclo noticioso, que se extiende las 24 horas del día, plantean interrogantes acerca de cómo el periodismo cibernético puede ofrecer reportajes compatibles con las normas periodísticas más elevadas.*

Las principales organizaciones noticiosas luchan por aplicar a la Web normas noticiosas a la antigua, pero descubren que no es fácil traducir las virtudes de la exactitud, el equilibrio y la claridad a un medio donde prevalecen las ventajas de la velocidad y la oportunidad.

La tecnología de la Web ha fortalecido las funciones periodísticas tradicionales de vigilancia, al darles a los reporteros medios eficientes de investigar más a fondo en busca de información. La capacidad de buscar documentos, recopilar antecedentes y contexto histórico e identificar las fuentes autorizadas ha ampliado la caja de herramientas del reportero. Ha introducido también una cultura fundamentalmente diferente, basada en la actividad recíproca, una menor cantidad de reglas y una menor cantidad de límites.

La velocidad y la oportunidad fueron en un tiempo los puntos fuertes de los periódicos. Las agencias noticiosas creaban su reputación cuando eran las primeras en presentar las grandes noticias, que la gente, típicamente, encontraba en sus periódicos locales. El carácter inmediato de la televisión le quitó esa ventaja a la prensa escrita. Ahora la Web ha establecido sus propias ventajas de velocidad y oportunidad; y al hacerlo así les ha permitido a los periódicos volver a la situación anterior, al poder difundir de inmediato una noticia y extender sus identidades de marca mediante innovaciones tales como las ediciones vespertinas en línea.

En la intersección del periodismo tradicional y la Web, los intentos de aplicar las normas tradicionales de la sala de redacción tropiezan con otros valores como la libertad, la irreverencia, la defensa de causas y la actitud. Los periodistas que trabajan en la Web alegan que el tono olímpico de la prensa tradicional no funciona en línea. Comparan su nuevo medio con el verdadero espíritu de la Primera Enmienda de la Constitución de Estados Unidos, que garantiza las libertades de expresión, de prensa y de reunión. Los escritores en línea observan que su nuevo medio tiene reminiscencias de los tiempos en que los periódicos eran agresivos y belicosos. Ann Compton, de ABCNews.com, describe la diferencia esencial entre su personal en línea y los periodistas de la red televisiva: "Nosotros escribimos con más brillantez. Usamos más cantidad de esas palabras que no figuran en los diccionarios académicos. En la cobertura en línea hay una riqueza que no puede haber en la televisión". Pueden hacerse comparaciones similares entre la Web y los periódicos diarios.

¿Es compatible esa "riqueza" con las normas supremas del periodismo? ¿Puede la naturaleza desenfrenada, provocativa e irreverente de la Web adaptarse a una cultura cuyas tradiciones han sido conformadas por un medio más sobrio, más estructurado?

El proceso de establecer normas para el periodismo en línea sigue su curso, influido por tres acontecimientos:

El primero es la realidad de que los sitios noticiosos que dominan la Web serán administrados por los viejos medios informativos — las organizaciones noticiosas tradicionales como los periódicos diarios, revistas y redes y las principales emisoras de televisión por cable. Lo que hace que esto sea una

realidad es la influencia del mercado, el que ha sido especialmente severo con los principiantes del periodismo en línea. A quienes no tienen suficiente capital o cuentan con una reputación periodística marginal o estrategias de mercado débiles, se los elimina. Entre los sobrevivientes están las organizaciones noticiosas de la corriente principal que tienen los recursos con que instalar sitios poderosos en la Web y asegurarse de que estas plataformas reflejen las normas rigurosas según las cuales se escriben y editan sus publicaciones impresas.

El segundo está representado por los esfuerzos de los periodistas en línea para diseñar normas para la Web. Online News Association (Asociación Noticiosa en Línea) ha iniciado un proyecto para desarrollar normas enérgicas, inclusive recomendaciones sobre cómo pueden aplicarse y observarse esas pautas. Una donación de la John S. and James L. Knight Foundation le permitirá a la Online News Association contratar a un director de proyecto y cumplir con la fecha límite de octubre de 2001 para presentar las pautas que recomienda. Rich Jaroslovsky, presidente de la Online News Association y director gerente de The Wall Street Journal Interactive, dice que al proyecto "lo impulsa mucho vigor". Demasiadas decisiones noticiosas en línea se toman "por intuición", dice Jaroslovsky, "más bien que por tener una razón para decidir. Esperamos preparar un documento que no dirija, sino que persuada" no sólo a los periodistas sino también a los que trabajan en otras culturas en línea y hacen distinciones entre las noticias y el comercio.

El tercer acontecimiento, y tal vez el que tenga una influencia de más largo alcance en cuanto a normas

periodísticas, es la actividad recíproca que resulta cuando los periodistas indican en la Web sus direcciones de correo electrónico. El correo electrónico puede aportar reacciones instantáneas a un artículo que acaba de publicarse, al igual que a uno que se lee en el periódico mientras se toma el café matutino. Algunos reporteros levantan barreras a esa acción recíproca con los lectores, prefiriendo en cambio no tener correo electrónico o escudarse tras un filtro que deja pasar sólo los mensajes que ellos quieren recibir.

El correo electrónico permite a reporteros y editores escuchar lo que dice la gente que puede saber algo acerca del artículo y que puede intercambiar una perspectiva autorizada, proveer fuentes adicionales o plantear la posibilidad de que el artículo pueda carecer de equilibrio o equidad. El potencial de una acción recíproca de esa naturaleza radica en que puede contribuir a elevar el nivel del desempeño periodístico.

Jon Katz, comentarista de la Web que escribe para Slashdot.com, dice: "Lo que me sorprende es el grado en el cual los lectores me responsabilizan de lo que hago. Cualquier cosa que uno escriba, se abre paso hasta la gente que más sabe acerca del tema... Lo que uno aprende es que su propia columna no es la última palabra, es la primera palabra".

---

*Se ha obtenido autorización que cubre la publicación, traducción y uso en la Internet. Reimpreso con autorización de Nieman Reports.*

# La noticia en la era del dinero

Por Diana B. Henriques  
Redactora de Finanzas de *The New York Times*

*Desde principios de los años 80, la economía estadounidense comenzó a crecer en armonía con los mercados, creando empleos y riqueza. La autora explora cómo han cubierto los periodistas esta era del dinero y cómo han bregado con sus viejas tentaciones.*

En 1980 trabajaba yo en Nueva Jersey como reportera investigadora en el periódico Trenton Times, tratando de desenredar los ángulos locales del "Abscam", la absurda celada en la que el FBI filmó en secreto a miembros del Congreso mientras aceptaban sobornos de agentes encubiertos que se hacían pasar por ayudantes de un jeque árabe. Para fines de 1982, yo era una reportera financiera que cubría para el Philadelphia Inquirer la crisis de la deuda latinoamericana. El observador de los medios noticiosos Dean Rotbart estimaba que en 1980 había sólo unos pocos miles de periodistas financieros. Cuando su carta noticiosa, *TJFR Business News Reporter*, hizo su primer conteo en 1988, éramos alrededor de 4.200 en los cincuenta periódicos y publicaciones financieras de mayor importancia en Estados Unidos.

Adiestrados para cubrir fuentes políticas, estábamos totalmente faltos de preparación para cubrir el legado económico de los años 70. Antes de que hubiéramos aprendido de memoria cuáles eran los países miembros de la OPEP, nos cayó encima la "guerra" siguiente: la campaña del presidente de la Junta de la Reserva Federal, Paul Volcker, para refrenar la inflación. Esto exigía algo nuevo: un vocabulario capaz de explicar el mortal desacuerdo entre las tasas de interés que los bancos e instituciones de ahorro y préstamo cobraban cuando prestaban o tomaban prestado, una comprensión de

las relaciones entre riesgo y recompensa, y por lo menos una idea rudimentaria de quién regulaba los bancos, las instituciones de ahorro y préstamo, los fondos del mercado del dinero y las anualidades de las compañías de seguros. No fue nuestra hora más gloriosa, para decirlo en términos suaves.

El lado brillante de este viaje frenético, en el que hubo que aprender en pleno vuelo, fue que cada día de trabajo traía consigo una nueva oportunidad de estirarse y crecer. Una consecuencia menos satisfactoria de nuestra odisea fue que tenemos que trepar constantemente la pendiente empinada de la curva de aprendizaje. Nuestra ignorancia inicial dificultaba el escepticismo y el análisis independiente. Y con demasiada frecuencia, antes de que pudiéramos arreglárnosla para producir los artículos lúcidos, profundamente informados que lo deleitan a uno cuando se llega a la cima de la curva de aprendizaje, entrábamos otra vez en territorio desconocido.

La tecnología, más que nada, lo que hace es sacudir la embarcación desde la cual tratamos de cubrirla. Ya no somos simples periodistas, algunos de nosotros somos ahora "proveedores de contenido de medios noticiosos múltiples". En 1980, buscar en los archivos significaba revisar sobres abultados y llenos de frágiles recortes; hoy, todos los artículos están a un "click" de distancia. En aquel entonces, la única manera en que yo podía despachar un artículo desde fuera de la sala de redacción era dictarlo desde un teléfono público a alguien que lo copiara. Hoy, dicto mis artículos a un programa que reconoce mi voz y que está instalado en una computadora portátil, y lo envío por correo electrónico, y más tarde verifico, a través de mi teléfono celular, si la mesa de correcciones tiene alguna pregunta que hacer.

En las buenas ocasiones, creo que esta notable bonanza de las noticias financieras ha producido un cuerpo de periodistas financieros de profundidad y alcance sin paralelo, y que la tecnología de hoy simplemente nos faculta a hacer más, mejor y con más rapidez. Pero si los mejores y más brillantes son hoy mucho más astutos en lo que se refiere a la maquinaria moderna del periodismo financiero, parecen ser mucho más ingenuos en lo que se refiere a sus antiguas tentaciones. Los que cubren la "nueva economía" para los "nuevos medios" parecen sentirse especialmente perplejos ante la idea de por qué es un problema grave invertir directamente en las industrias acerca de las cuales informan, o aceptar acciones baratas de una oferta pública inicial (OPI) ofrecidas por algún amigo, o trabajar como consultor para compañías tecnológicas.

Janelle Brown, en un artículo concienzudo que preparó para Salon a mediados de 1999, sugería que necesitamos reglas éticas nuevas "lo bastante flexibles como para anticipar nuevos problemas que, con seguridad, surgirán en esta industria en rápida marcha, donde las vidas de los periodistas se entrelazan cada vez más con la gente de quien escriben y las compañías que cubren. ¿O todos los periodistas tecnológicos tienen que aceptar, simplemente, que al unirse al cuerpo de redactores prestan juramento de repudiar las tentaciones de las riquezas tecnológicas?"

Bueno, sí. Por lo menos, las riquezas que plantean interrogantes acerca de la independencia y credibilidad del reportaje. Un periodista tecnológico puede evitar conflictos impropios, si simplemente invierte únicamente en fondos mutuos muy diversificados. (Por supuesto que en esos fondos puede haber algunas acciones tecnológicas. Pero alguien, que no es el periodista, decidirá qué acciones tener y por cuánto tiempo. Y, sí, quienes trabajan para organizaciones que están en la Internet tienen un interés personal en el sector, tengan o no acciones tecnológicas; pero, ¡por Dios!, eso aparece bien claro en la tarjeta personal).

Después de todo, no se trata de cuestiones de la "nueva economía". Venderse ha sido una tentación para los periodistas desde los primeros tiempos de la república. La investigación que hizo el Congreso del colapso del mercado de valores en 1929 sacó a relucir pruebas de que los manipuladores del

mercado habían pagado a reporteros neoyorkinos para que elogiaron las acciones que tenían demanda.

En su magnífica biografía de Walter Lippmann, Ronald Steel hace notar que Arthur Krock, el legendario periodista de antes de la Segunda Guerra Mundial, mientras trabajaba para el *New York World Telegram* en realidad tenía un segundo empleo como asesor de relaciones públicas de la firma de Wall Street de Dillon, Read.

Mantener un interés personal, no revelado, en cualquier actividad que uno debe cubrir con independencia y objetividad — ya se trate de un movimiento político, una obra teatral de Broadway o una acción de Internet — viola los históricos conceptos de la ética periodística. Y en cada generación ha habido periodistas sinceros pero errados que creían que, en su caso, la situación era distinta.

Uno de ellos, al igual que yo, era un emigrado del periodismo local de Trenton. En 1981 fue a trabajar en el *Dow Jones News Service*, y en julio de 1982, *The Wall Street Journal* lo contrató para ayudar a escribir la influyente columna "Heard on the Street" (Se oyó en la calle).

Se llamaba R. Foster Winans.

Como los jóvenes periodistas tecnológicos de hoy, Winans encontró que su vida pronto se "entrelazó" con la gente rica y sagaz que él cubría. Se sentía disgustado también por lo magro de la paga que recibían los periodistas. Del mismo modo, estaba seguro de que podía hacer algunas inversiones sin "permitir que mis inversiones alteren de ningún modo mi juicio en mi labor". Poco después de llegar a *The Wall Street Journal*, Winans compró en secreto 400 acciones de una compañía pequeña y carente de liquidez, American Surgery Centers, y luego escribió en términos positivos sobre la misma en su columna.

"Yo sabía que lo que hacía, técnicamente era antiético para un periodista", escribió en sus memorias "Trading Secrets: Seduction and Scandal at The Wall Street Journal" (Secretos de Negocios: Seducción y Escándalo en The Wall Street Journal), que publicó *St. Martin's Press* en 1986. Pero, de alguna manera, razonó que "el problema ético era

puramente de apariencia... Si nadie lo descubría, nadie percibiría un conflicto potencial y, por lo tanto, yo no habría hecho nada antiético. Era un razonamiento un poquito de círculo vicioso, pero me hizo salvar el gran obstáculo".

Pronto, Winans había aceptado informar a un corredor de bolsa sobre las acciones que se mencionarían en sus columnas de "Heard on the Street", a cambio de una parte de las ganancias. El trato le produjo alrededor de 30.000 dólares, más que lo ganaba en un año en *The Wall Street Journal*. El periódico, indignado, informó el 29 de marzo de 1984 que los reguladores investigaban la estratagema. En junio de 1985 Winans fue declarado culpable de varias acusaciones de fraude por correo y teléfono; más tarde se lo sentenció a 18 meses de cárcel. El Tribunal Supremo de Estados Unidos confirmó la culpabilidad de Winans en 1987.

Aunque Winans insistió hasta el final que no había violado ninguna ley, sabía que lo que les había hecho a sus colegas periodistas. Había "confirmado las sospechas que muchos inversionistas tienen acerca de quienes escriben sobre el mercado de valores: que sacan provecho personal de la información que reciben. Comprender esto fue para mí un golpe duro".

Al recordarlo luego de 16 años, siento todavía que el asunto Winans puso para mí en agudo relieve todas las temibles tentaciones del periodismo financiero moderno. ¿Como podría alguien creer que se trataba de situaciones mal definidas? Pero Matt Welch, joven e incisivo crítico de los medios noticiosos en la *Online Journalism Review*, me dijo recientemente que está convencido de que los pecados de Winans, si fueran cometidos hoy, no provocarían ni una décima parte de la indignación que los medios noticiosos manifestaron en 1984.

Hizo notar Welch que cuando una periodista que acostumbraba recoger los rumores de Silicon Valley (la región de California donde están situadas muchas empresas tecnológicas) aceptó acciones baratas de una compañía que entraba por primera vez en el mercado y era que propiedad de un magnate local, muchos periodistas supuestamente sensatos, se preguntaron si ella había hecho algo malo. "Los periodistas veían que toda esta gente se

enriquecía — inclusive otros periodistas, cuando lo que decían las informaciones en línea tenía algún valor", dice. "Y muchos quedaron realmente desorientados".

Sólo puedo esperar que Welch esté equivocado. Si no lo está, no importa cuán ricos puedan llegar a ser los periodistas jóvenes en este gran bazar de las noticias financieras, el propio periodismo se empobrecerá más allá de cualquier medida.

Pero supongamos, bajo la influencia de algún licor persuasivo, que la mayoría de nosotros llegaremos hasta el promontorio rocoso del escepticismo inteligente y allí nos pondremos a extraer noticias a perpetuidad, para producir con regularidad cobertura financiera lúcida y realista. Y, además, pronostiquemos — sí, por favor, un poco más de ese licor — que la mayoría de nosotros lo haremos así dejando intactos nuestro honor y reputación. Aun así, estaríamos haciendo alusión a la clase de gente que somos. Y, en último término, este auge del periodismo financiero no se refiere en realidad a nosotros. Se refiere más bien a nuestras relaciones con aquéllos hasta quienes tratamos de llegar — ya sea que los llamemos lectores, observadores o (Dios no lo permita) "mirones".

Allá en 1980, la mayoría de los nuevos redactores financieros, instintivamente, y tal vez equivocadamente, enfocaban las noticias financieras locales desde la perspectiva de los trabajadores involucrados — después de todo, nosotros mismos éramos trabajadores con una saludable desconfianza en lo que pasaba por ser la gerencia del negocio periodístico. A medida que pasaba vertiginosa la década de los 80, nuestros "lectores" se convirtieron en "consumidores". Y al desenvolverse la década de los 90, esos "consumidores" se convirtieron en "inversionistas". Y hoy, algunos de nosotros les hablamos sólo a los inversionistas que tienen también módems de computadora.

Algo triste ha ocurrido a lo largo del camino: a medida que nuestra audiencia se ha vuelto más estrecha, también nos hemos estrechado nosotros. Las noticias financieras de hoy rara vez pulsan las cuerdas sonoras o los temas exaltantes del gran periodismo. La mayoría simplemente zumba y chilla, un clarinete alto en contrapunto con una

sección rítmica de cajas registradoras y cintas de registro de cotizaciones. Los hombres y mujeres que lucharon para explicar la turbulencia económica de los años 70 — las colas en las estaciones de gasolina y las fábricas cerradas y la aparente erosión de la competencia norteamericana — no escribían para los consumidores o inversionistas. Escribían para los ciudadanos, para la gente que se interesaba profundamente en cómo se desenvolvía esta nación. Una audiencia que según suponían tenía preocupaciones que iban mucho más allá del desempeño de su cuenta de retiro individual y de los arreglos de alquiler de su automóvil Jeep Grand Cherokee.

No sé qué opina usted, pero yo preferiría escribir otra vez para esa gente. Sospecho que nada de lo

que logremos en los años por venir en términos de competencia e integridad, importará mucho a menos que lo hagamos.

---

*Diana B. Henriques es autora de dos artículos financieros, "Fidelity's World: The Secret Life and Public Power of the Mutual Fund Giant" (El Mundo de Fidelity: La Vida Secreta y el Poder Público del Gigante de los Fondos Mutuos) y "The White Sharks of Wall Street: Thomas Mellon Evans and the Original Corporate Raiders." (Los Tiburones Blancos de Wall Street: Thomas Mellon Evans y los Invasores Corporativos Originales)*

*Reimpreso de Columbia Journalism Review. Noviembre/diciembre de 2000.*

# Códigos de ética de los medios de información

Por Robert Steele y Jay Black  
(Republicado con permiso de American Editor)

(c) 1999 American Society of Newspaper Editors

*Los códigos de ética pueden ayudar al personal de las salas de redacción a tomar decisiones acertadas y crear credibilidad periodística en los muchos problemas éticos que encuentran en su trabajo. La Sociedad Norteamericana de Redactores de Periódicos (ASNE) encargó a dos de los principales expertos en ética de los medios informativos que analizaran 33 de los actuales códigos de ética establecidos por su Comité de Ética y Valores. La meta era destacar los aspectos más comunes y útiles de estos documentos con el fin de ayudar a los redactores a evaluar su propio código de ética, si lo tienen, o ayudarlos a crear uno, si desearan hacerlo.*

La reciente racha de formulación de códigos implica que los redactores y periodistas toman en serio las cuestiones de ética. El proceso de formular y reformular y debatir y poner en práctica los códigos, de por sí tiene gran valor terapéutico. Mejor aún, los periódicos que tienen principios y valores declarados claramente enunciados, combinados con una gran pericia en la toma de decisiones éticas, pueden servir mejor a sus lectores y los intereses del público. En ello radica la conexión esencial con la credibilidad.

No es de sorprender que los 33 códigos de ética ofrecidos por los periódicos afiliados a la ASNE incluyan una gran gama de planteamientos para tratar los dilemas morales. Algunos hacen hincapié en tradiciones de larga data y otros se aventuran en el impacto de las nuevas tecnologías del nuevo siglo.

La mayoría de los códigos consisten en largas listas de lo que "se debe y lo que no se debe hacer", ocasionalmente salpicadas con algún elemento del proceso de toma de decisiones. Algunos adoptan una postura decididamente amistosa, y su lectura da la idea de conversaciones entre colegas que respetan sus respectivas búsquedas de excelencia. Otros son mucho más negativos en su tono, y están llenos de "no harás esto y aquello" e infundidos de un tono paternalista que implica que los reporteros están inclinados a salirse con la suya en todo lo que los códigos no prohíban específicamente.

El tema más popular en estos códigos es el conflicto de intereses, que incluye cuestiones que abarcan desde aceptar regalos y viajes pagados con fondos públicos hasta involucrarse en la política y la actividad comunitaria. Aproximadamente una mitad de los códigos que hemos examinado trata de temas relacionados con las fuentes de información y asuntos de manipulación de fotografías. Un número menor se ocupa de las correcciones y el plagio.

En muchos de los códigos no se mencionan ni se discuten las normas sobre la vida privada, el engaño, la identificación de sospechosos juveniles y el estereotipar racialmente a las personas. Menos de uno de cada cinco códigos aborda el tema de las tensiones que existen entre los departamentos de redacción y de publicidad. Muchos códigos ignoran el tema de la aplicación de las normas.

Estos 33 códigos varían también grandemente en lo que se refiere a su extensión. El del *Daily Press de Newport News, Virginia*, tiene aproximadamente 8.000 palabras, mientras que el de *The Arizona Republic*, de Phoenix, entre otros, consta apenas de 500 palabras.

Esta no fue una muestra al azar, puesto que se trata de aportes voluntarios en respuesta a un llamado general. Sin embargo, estos códigos reflejan las varias maneras en que los periódicos norteamericanos abordan las cuestiones de ética.

Al examinar estos 33 códigos, nos encontramos con que los códigos de ética periodística, igual que aquéllos de la mayoría de las instituciones profesionales, tratan de cumplir por lo menos dos funciones importantes: las relaciones públicas y la educación. Un buen código periodístico fomenta pensamientos y conducta éticos en el periódico, señala a los nuevos integrantes dónde se encuentran los obstáculos y les recuerda a los de mayor antigüedad los valores y las normas de la sala de redacción. Justifica asimismo las actividades de los periodistas ante el público en general, especialmente en épocas de menor credibilidad y mayor escrutinio público. Estas funciones frecuentemente se reflejan en los preámbulos de los códigos. A continuación algunos fragmentos y ejemplos de los 33 códigos presentados para examen.

### **Relaciones públicas**

Estos son buenos ejemplos de códigos sensibles a las relaciones públicas. El código del periódico *The News & Observer*, de Raleigh, Carolina del Norte, declara:

"Para que *The News & Observer* sea la fuente principal de noticias e información en la región, debemos tener la confianza de nuestros lectores. Los lectores deben saber que el periódico que llega todos los días a sus casas es para servirles a ellos y no a políticos de cierta afiliación o a grupos de intereses especiales. Esto nos obliga a nosotros, los redactores, reporteros, editores, investigadores de noticias, fotógrafos, diseñadores, artistas gráficos y personal de apoyo a evitar los conflictos de intereses y hasta la apariencia de tales conflictos".

Un código periodístico que procura recordar elocuentemente a su personal sobre la ética en la toma de decisiones, con un ojo en la imagen pública, es el del *Orlando Sentinel*, de la Florida, que declara:

Defendemos los valores periodísticos de verdad, honestidad, valor, imparcialidad, compasión, equilibrio, independencia, credibilidad y diversidad.

Procuramos la verdad y la reportamos tan plenamente como podemos, bajo las presiones de plazo para la impresión, y tratamos de proveer reportajes claros, concisos y completos.

Buscamos y diseminamos perspectivas que rivalizan, sin influencias indebidas de quienes harían uso de su poder o posición.

Procuramos dar voz a los que no la tienen.

Procuramos tratar a nuestras fuentes, sujetos y colegas, como personas que merecen nuestro respeto, no solamente como medios de satisfacer nuestros propósitos periodísticos.

Procuramos informar a nuestros lectores y reflejar imparcialmente toda nuestra comunidad.

Nuestra primera obligación es hacia nuestra credibilidad — es decir, hacia el público en general y no hacia alguna otra persona, empresa comercial o interés especial. Los empleados deben evitar cualquier actividad que menoscabe su integridad o perjudique la confianza que los lectores tienen en nosotros.

### **Conflictos de intereses**

Tal como se ha indicado anteriormente, los conflictos de intereses, incluso las cuestiones de independencia y conducta personal, son el elemento más popular de los códigos que examinamos.

Uno solo de los 33 periódicos no abordó este tema — una cuarta parte de los códigos trata exclusivamente de temas de conflictos de intereses sin prestar atención alguna a ningún otro tema. El *San Francisco Chronicle* (de California) se ocupa de muchas cuestiones periodísticas en su declaración de 2.000 palabras sobre la "obtención ética de noticias", pero no aborda el tema de los conflictos de intereses.

El segundo elemento más común de los códigos examinados es el de las fuentes de noticias. De los 33 códigos, dieciocho tratan sobre cuestiones pertinentes a las relaciones entre las fuentes y los reporteros, y en una forma u otra sobre los acuerdos de no revelar la fuente. Algunos periódicos tratan este tema en unas pocas frases, y otros dedican varias páginas de sus normas a este asunto.

Es interesante señalar que aproximadamente la mitad de estos 33 códigos incluyen el tema de la manipulación y alteración de fotografías. Hace una década, este tema no se habría tratado en la mayoría de los códigos periodísticos.

Quizás sorprenda que menos de la mitad de los 33 códigos examinados abordan el tema de las correcciones. Solamente 13 de los 33 códigos incluyen algo acerca del plagio.

Las cuestiones de engaño y tergiversación se incluyen aun con menos frecuencia. Sólo 11 de los 33 códigos prestan alguna atención al tema. Si bien varios de los códigos abordan extensamente las cuestiones de información de tipo personal y establecen pautas para la obtención de noticias, solamente una cuarta parte de ellos abordan el tema. Aproximadamente, el mismo porcentaje de los códigos trata del manejo de declaraciones textuales y cuestiones de invenciones y mentiras sobre personajes o conversaciones. Sólo cuatro de los códigos incluyen pautas para uno de los difíciles problemas que los periódicos encaran estos días: la de revelar la identidad de sospechosos, y particularmente de sospechosos juveniles.

### **Valores imperecederos**

No cabe duda que estos códigos prestan considerable atención a los principios fundamentales del periodismo y los valores imperecederos. He aquí algunos de los mejores ejemplos.

El *Journal News de White Plains*, Nueva York, (anteriormente *Gannett Suburban Newspapers*) incluye lo siguiente en su sección sobre la imparcialidad:

"Las alegaciones en contra de una persona muchas veces requieren una respuesta. Si no se puede hablar con la persona, hay que

indicarlo, pero sólo después de haber hecho un serio esfuerzo para hablar con ella. De ser posible, considérese demorar la publicación para localizar a la otra parte; si esto no fuera posible, considérese proseguir con los intentos de localizar a la persona para insertar información en una edición futura o en un artículo de seguimiento. Si se ha demorado la publicación de un artículo, debe considerarse hacer un esfuerzo adicional para entrevistar a las personas que no pudieron ser entrevistadas en el momento de redactarse el artículo".

### **Nueva tecnología**

El *Journal Gazette* (de Fort Wayne, Indiana) es uno de los pocos periódicos que incluso abordó el tema de la Internet en su política sobre la ética:

"Aplique nuestras elevadas normas de exactitud y atribución a todo lo que encuentre al usar los servicios electrónicos. Debe cerciorarse de que la comunicación sea genuina y la información sea exacta antes de utilizarla en un artículo".

El *News & Observer* de Raleigh también trata cuestiones de ética en el uso de la Internet. Su sección sobre plagio dice:

"No presente las ideas o los escritos de otros, diciendo que son suyos. Con la propagación de la Internet, tenemos más acceso a más información de un mayor número de fuentes, pero debemos resistir la tentación de usarla sin atribución. Esta norma es sencilla, y es segura: No lo haga".

### **Fuentes de información y reporteros**

El código del *San Francisco Chronicle* ofrece uno de los planteamientos más claros sobre el tema siempre espinoso de cómo tratar las fuentes de información que desean que su intervención sea confidencial. En parte, dice:

"Un reportero que promete a una fuente no revelar la identidad de la misma no debe violar esa promesa. Si el redactor solicita del

reportero la identidad de una fuente de información, el reportero debe informarle a esa persona sobre la solicitud del redactor. Si la persona no desea divulgar su identidad al redactor, entonces el reportero y el redactor deben decidir si utilizarán o no la información aun cuando la identidad de la persona siga siendo conocida solamente por el reportero".

### **Independencia de redacción**

El *Kansas City Star* (de Missouri) es uno de los pocos periódicos que abordan el tema de las tensiones que pueden existir entre las funciones de las partes de redacción y comercial del periódico. En su código de ética, en la sección sobre los conflictos de intereses, la norma dice:

"Mantenga una línea divisoria clara entre la publicidad y las noticias. Somos especialmente vulnerables a las amenazas de que nos quitarán los anuncios si no publicamos artículos positivos. En los casos de secciones especiales producidas por el departamento de redacción, los redactores serán los únicos en ejercer su juicio en cuanto al contenido".

La norma sobre ética en la sala de redacción del *Statesman Journal*, de Salem, Oregon, tiene algo que decir sobre la independencia periodística en una época de nuevas maneras de informar y nuevas conexiones con la comunidad.

"Debe tenerse cuidado cuando se coopera con las autoridades y otras instituciones en proyectos periodísticos públicos. Muchas veces, estos esfuerzos son de mérito y son de interés de los lectores. Pero también pueden comprometer nuestra independencia".

### **Cuestiones de diversidad e identificación racial**

Una de las dificultades mayores que enfrentan los periódicos es tratar las cuestiones de diversidad, inclusive el uso de la raza como identificador en artículos y asuntos de estereotipado racial. Sólo cinco de los 33 diarios abordan este tema en sus códigos.

El *Journal News de White Plains* adopta una postura más detallada en sus "Normas de Conducta Profesional" para nuevos empleados:

No describa a una persona por su raza, religión o antecedentes étnicos a menos que sea pertinente para el artículo. No cite chistes ni calumnias de naturaleza racial, étnica o religiosa excepto cuando sean esenciales para el artículo (raramente lo serán).

En descripciones de sospechosos de delitos, no use caracterizaciones raciales o étnicas a menos que sean parte de una descripción bastante completa de un sospechoso fugitivo, la que podría ser razonablemente útil para que el público ayude a la policía.

Sea especialmente sensible a los matices en el uso de cualesquiera referencias que podrían insultar a un grupo minoritario. Si existen alternativas inofensivas, úselas.

Los artículos, ilustraciones y fotografías deben corresponder a la corriente principal, es decir, debe hacerse un esfuerzo para incluir de forma rutinaria representaciones minoritarias de modo que nuestros reportajes reflejen de manera más exacta la composición de las comunidades sobre las que informamos.

Tenga cuidado de no mostrar estereotipos raciales en las fotografías.

### **Aplicación de las normas**

De los 33 códigos examinados, muchos no abordan el tema de la aplicación de las normas. Los que lo hacen lo abordan generalmente de manera breve y generalizada. Muchos de los códigos contienen alguna referencia al hecho de que ningún código puede anticipar todos los problemas, y sugieren la necesidad de consultar a supervisores cuando ocurre un problema. Sin embargo, pocos son los que explican detalladamente un proceso sistemático para ventilar una querrela o resolver un conflicto.

El código de ética del diario *The Dallas Morning News* (Texas) declara meramente que "violiar algunas de las normas podría resultar en medidas disciplinarias o en el despido".

El *News Journal de Wilmington*, Delaware, es el que más se extiende en cuanto a la observación de su código. Incluye siete puntos específicos, uno de los cuales se refiere a un concepto de cumplimiento voluntario del código: "Los miembros del personal tienen la obligación de informar al supervisor o al director sobre cualquier infracción de este código"

### **Códigos y credibilidad**

Si bien los 33 códigos examinados generalmente abordan las normas específicas de conducta personal en términos negativos de "No haga esto o aquello", aproximadamente la mitad de ellos utiliza términos positivos para enunciar claramente las funciones de los periodistas, sus obligaciones morales y responsabilidades profesionales.

El tono de advertencia con el que se hace hincapié en las restricciones, comparado con el tono de aprobación con el que se subrayan las obligaciones y responsabilidades, puede proteger de alguna forma al periódico, pero lo hace vulnerable en otras. Solamente podemos inferir, al leer los códigos, cuántas salas de redacción tienen un proceso eficiente para la toma de decisiones. Pero si nuestra interpretación es correcta, parece que en la mayoría de estas salas de redacción, por lo menos en lo que respecta a los temas abordados en estos códigos, la solución de los dilemas éticos radica mucho más en el acatamiento a un libro de reglamentos y la voz de los supervisores y menos en el razonamiento crítico, la discusión con colegas y protocolos efectivos para la toma de decisiones.

A los que se ocupan de la ciencia de la ética les gusta decir que la confianza en los códigos es la mitad del camino entre la devoción a los instintos

fundamentales y la aplicación de una reflexión o razonamiento éticos. En realidad, la obediencia ciega a las reglas codificadas está más o menos a la par de la obediencia ciega a la autoridad o la tradición que no se cuestiona. En el mejor de los casos, los códigos nos apartan del comportamiento dogmático y nos llevan a un comportamiento razonado basado en la sabiduría eterna. Los códigos no son el remedio para todos los dilemas éticos en las noticias ni en ningún otro negocio, tampoco son la solución de las crisis de credibilidad.

Tal como decimos en *Quill*, la revista oficial de la Sociedad de Periodistas Profesionales (SPJ), después de que la SPJ modificó su código en 1996: "Los códigos cuidadosamente redactados destacan y anticipan los dilemas éticos para que no tengamos que reinventar un proceso de toma de decisiones cada vez que enfrentamos un nuevo dilema; nos inspiran en lo que respecta a nuestras funciones y responsabilidades únicas; hacen que todos seamos guardianes de los valores y la conducta de nuestra profesión, y nos inspiran a emular lo mejor de nuestra profesión; promueven la toma de decisiones anticipada y preparada, antes de que nuestra decisión llegue al público".

---

*Copyright (c) 1999, American Society of Newspaper Editors*

*Robert Steele es director del programa de ética del Instituto Poynter, de St. Petersburg, Florida. Jay Blake es director Poynter-Jamison de Ética en Medios Informativos de la Universidad del Sur de la Florida, en St. Petersburg.*

# Recursos adicionales

## Bibliografía (en inglés)

Libros, documentos y artículos sobre temas de periodismo

### BOOKS AND DOCUMENTS

**Allan, Stuart**

*NEWS CULTURE*

Open University Press, 1999, 229 p.

**American Society of Newspaper Editors**

*ASNE STATEMENT OF PRINCIPLES*

The Society, 1975

Available at <http://www.asne.org/kiosk/archive/principl.htm>

**Cook, Timothy E.**

*GOVERNING WITH THE NEWS: THE NEWS MEDIA AS A POLITICAL INSTITUTION*

University of Chicago Press, 1998, 264 p.

**Corrigan, Don H.**

*THE PUBLIC JOURNALISM MOVEMENT IN AMERICA: EVANGELISTS IN THE NEWSROOM*

Greenwood Publishing, 1999, 256 p.

**Creech, Kenneth C.**

*ELECTRONIC MEDIA LAW AND REGULATION*

Butterworth-Heinemann, 3rd edition, 1999, 336 p.

**de Burgh, Hugo, editor**

*INVESTIGATIVE JOURNALISM: CONTEXT AND PRACTICE*

Routledge, 2000, 336 p.

**Greenwald, Marilyn, and Joseph Bernt, editors**

*THE BIG CHILL: INVESTIGATIVE REPORTING IN THE CURRENT MEDIA ENVIRONMENT*

Iowa State University Press, 1999, 280 p.

**Hachten, William A.**

*THE TROUBLES OF JOURNALISM: A CRITICAL LOOK AT WHAT'S RIGHT AND WRONG WITH THE PRESS*

Lawrence Erlbaum Associates, 2nd edition, 2001, 208 p.

**Moore, Roy L.**

*MASS COMMUNICATION LAW AND ETHICS*

Lawrence Erlbaum Associates, 2nd edition, 1999, 696 p.

**Pritchard, David Hemmings, editor**

*HOLDING THE MEDIA ACCOUNTABLE: CITIZENS, ETHICS AND THE LAW*

Indiana University Press, 2000, 240 p.

**Radio-Television News Directors Association**

*CODE OF ETHICS AND PROFESSIONAL CONDUCT*

The Association, 2000

Available at <http://www.rtnda.org/ethics/coe.shtml>

**The Reporters Committee for Freedom of the Press**

*THE FIRST AMENDMENT HANDBOOK*

The Committee, 1999

Available at <http://www.rcfp.org/handbook/viewpage.cgi>

**Smith, Ron F.**

*GROPING FOR ETHICS IN JOURNALISM*

Iowa State University Press, 4th edition, 1999, 382 p.

**Society of Professional Journalists**

*SPJ CODE OF ETHICS*

The Society, 1996

Available at <http://spj.org/ethics/code.htm>

**Sparks, Colin, and John Tulloch, editors**

*TABLOID TALES: GLOBAL DEBATES OVER MEDIA STANDARDS*

Rowman and Littlefield, 2000, 315 p.

## ARTICLES

**Bugeja, Michael**

*ETHICS ARE LIVED, NOT LEARNED*

Quill, Vol. 88, No. 3, April 2000, pp. 15-17

**Garcia, Jason**

*ETHICS HOTLINE*

American Journalism Review, Vol. 23,

No. 2, March 2001, p. 17

**Jennings, Marianne**

*IN SEARCH OF JOURNALISTIC ETHICS*

USA Today, Vol. 129, No. 2662, July 2000, pp. 56-57

**Kelly, Missy**

*ETHICAL CHALLENGES IN ONLINE NEWS*

World & I, Vol. 15, No. 10, October 2000, pp. 64-69

**LaMont, Sanders**

*LISTENING TO READERS: LENDING AN EAR*

The American Editor, No. 803, September 1999, pp. 4+

**Moses, Lucia**

*IS THERE A DOCTOR IN THE HOUSE? INCREASINGLY, NEWSPAPERS CALL ON OMBUDSMEN TO CURE WHAT AILS THEM*

Editor & Publisher, Vol. 133, No. 2, January 10, 2000, pp. 22-26

**Robertson, Lori**

*ETHICALLY CHALLENGED*

American Journalism Review, Vol. 23, No. 2, March 2001, pp. 20-29

**Steele, Bob, and Black, Jay**

*CAN YOU IMPROVE YOUR CODE OF ETHICS? (OR CREATE A GOOD CODE IF YOU DON'T HAVE ONE?)*

The American Editor, No. 798, February 1999, pp. 4-9

**Trigoboff, Dan**

*NEWS RULES*

Broadcasting & Cable, Vol. 130, No. 38,

September 11, 2000, pp. 52, 54

**Voakes, Paul**

*CIVIC DUTIES: NEWSPAPER JOURNALISTS' VIEWS ON PUBLIC JOURNALISM*

Journalism and Mass Communication Quarterly,

Vol. 76, No. 4, Winter 1999, pp. 756-774

**Zacchino, Narda**

*READERS NOTICE ETHICAL LAPSES*

Quill, Vol. 88, No. 4, May 2000, pp. 28-29

# Direcciones de Internet (en inglés)

Sitios que ofrecen más información sobre organizaciones de medios de información y grupos de periodistas

## **American Society of Newspaper Editors**

ASNE is the leading organization of daily newspaper editors in the Americas.

<http://www.asne.org>

## **The Committee to Protect Journalists**

CPJ is a nonprofit, nonpartisan organization dedicated to the global defense of press freedom.

<http://www.cpj.org>

## **Facsnet**

Facsnet is devoted to improving the quality of information reaching the public through the news, and providing educational programs, publications, and online resources.

<http://www.facsnet.org>

## **The Freedom Forum**

The Freedom Forum is an international, nonpartisan foundation dedicated to freedoms of press and speech.

<http://www.freedomforum.org>

## **The International Press Institute**

The International Press Institute is a global network of journalists, editors, and media executives, dedicated to freedom of the press and improving the standards and practices of journalism.

<http://www.freemedia.at/index1.html>

## **Investigative Reporters and Editors, Inc.**

IRE works to maintain high professional standards and provides educational services to reporters, editors and others interested in investigative journalism.

<http://www.ire.org>

## **Newspaper Association of America**

An Internet gateway to a wide range of World Wide Web sites for North American and international newspapers, news weeklies, business publications, and alternative news sources.

<http://www.naa.org/hotlinks>

## **The Organization of News Ombudsmen**

ONO is a nonprofit, international corporation devoted to maintaining contact with news ombudsmen worldwide.

<http://www.infi.net/ono>

## **The Pew Center for Civic Journalism**

A center for innovative journalistic endeavors striving to create and refine better ways of reporting the news in order to engage citizens in community life.

<http://www.pewcenter.org>

## **The Pew Research Center for the People and the Press**

An independent opinion research group, sponsored by the Pew Charitable Trusts, that studies public attitudes toward the press, politics and public policy issues.

<http://www.people-press.org>

## **The Poynter Institute**

The Poynter Institute is a school for journalists, dedicated to the promotion of excellence and integrity in the craft and leadership of successful journalistic enterprises.

<http://www.poynter.org>

**Radio-Television News Directors Association**

RTNDA is an association for electronic journalists. In cooperation with the Radio-Television News Directors Foundation, RTNDA promotes excellence in electronic journalism through research, education and training for news professionals and journalism students.

*<http://www.rtna.org>*

**The Reporters Committee for Freedom of the Press**

A nonprofit organization dedicated to providing free legal help to journalists and news organizations.

*<http://www.rcfp.org>*

**The Society of Professional Journalists**

The Society of Professional Journalists is the largest and most broad-based U.S. journalism organization, dedicated to encouraging the free practice of journalism and stimulating high standards of ethical behavior.

*<http://www.spj.org>*

# Cuestiones Mundiales

## La ética en los medios de información



