

CUESTIÓN DE ÉTICA

Taller de Ética Periodística
JAVIER DARÍO RESTREPO

Edición para internet: **Óscar Escamilla**

Esta relatoría condensa el esquema general de los talleres sobre ética periodística a cargo de Javier Darío Restrepo. En realidad es la suma de las memorias de cuatro encuentros del maestro con periodistas en Buenos Aires, Caracas, Quito y Ciudad de Panamá, en una serie de talleres patrocinados por UNESCO. El mismo maestro revisó, compiló y le agregó a estos apuntes reflexiones más detalladas, esas que en ocasiones se escapan al calor de la discusión entre los participantes.

Al revisarlos, hallamos en ellos mucho del tono y la voz de Javier Darío, es decir, el llamar las cosas por su nombre, la agilidad para abrir el abanico de caminos frente a los dilemas éticos, una buena dosis de ejemplos para caracterizar los aciertos y desaciertos de este oficio, y ese sentido optimista que se impone al final de cada taller suyo. Así que decidimos dejarla como una larga conversación entre los lectores y el maestro con la clara intención de que también éstos, al final, sientan la misma sensación de alegría pese a las contingencias propias del periodismo. Pedimos, eso sí, que sean leídas como una visión de la ética elaborada por un reportero curtido en el oficio, y no como un recetario de soluciones.

QUÉ ES UN PERIODISTA

En cualquier lugar del mundo el periodista se enfrenta a diario con situaciones en las que debe tomar una decisión. Cada caso es un reto personal, y es en ese reto en el que se fundamenta la búsqueda de la ética. Cada ocasión presenta unas circunstancias y cada elección está condicionada por ellas, por eso, para poder juzgar a otro habría que ponerse en su lugar, su momento y sus circunstancias.

Muchos de los periodistas se preguntan cada vez que salen en busca de información y se encuentran con dramas producto de la pobreza, de los malos gobiernos, de la corrupción y de la falta de justicia, ¿hasta dónde debo actuar como periodista y hasta donde como ciudadano?

El periodista es un ciudadano preparado para enfrentar dilemas que intentan ponerlo en conflicto, y con la certeza de que por su oficio no está en capacidad de remplazar la labor de otros (jueces, abogados o políticos). Y el periodismo es, ante

todo, una función social. Si no se está al servicio de la sociedad, el oficio pierde toda trascendencia.

No siempre es fácil definir qué es ser periodista. Busquemos en nuestro disco duro el significado, discutamos con nosotros mismos cuál podría ser una definición de periodista. La utilidad práctica de este ejercicio es que gran parte de los conflictos éticos se deben a que no tenemos claro qué es ser periodista. Se le puede confundir, por ejemplo, con un relacionista público, con un propagandista, o con muchas otras cosas.

Si ya lo meditaron y escribieron varias definiciones, les propongo que escojan entre estas:

DEFINICIÓN	VOTOS
El periodista es el profesional que potencia la palabra ciudadano.	
El periodista es el profesional que pone al servicio de la ciudadanía el poder de la información.	
El periodista es el notario de la historia diaria de la sociedad.	
Definición de un texto de ética periodística de Niceto Blázquez: "El trabajador de una empresa de prensa que participa en la realización de la producción intelectual del medio de comunicación".	
Diccionario de la Real Academia Española: "Persona que profesionalmente prepara o presenta las noticias en un periódico o en otro medio de difusión".	

Vemos que no es fácil tomar una sola definición. Nosotros no somos tan fríos ni tan distantes como un computador que podría formular una definición a partir de estadísticas y variables. No siempre es fácil definir qué es ser un periodista. Claro que desde el punto de vista teórico habría muchas discusiones alrededor de cada uno de los términos que se utilizaron aquí. Intentemos ver el papel del periodista en un hecho práctico y concreto que les voy a proponer para que ustedes se pongan en los zapatos de los protagonistas. Una advertencia para este y para todos los casos que vamos a tratar: no lo tomen desde el punto de vista teórico, sino que respondan a partir de esta consideración: ¿Qué haría yo en ese caso?

Caso Uno:

¿Periodista o voluntario?

Un periodista estaba de vacaciones y de regreso a ciudad de México atravesó una pequeña población en la que había muchos heridos a causa de una explosión de gas. Él llamó desde su celular a la emisora y relató lo que estaba sucediendo

hasta que se le agotó la batería. En ese momento de su emisora enviaron al lugar de la tragedia un transmóvil poder continuar con la información. En el vehículo venía un joven periodista que había hecho alguna vez unos cursos de socorrismo.

Cuando el vehículo entró en la población, sus ocupantes se alarmaron porque el número de heridos era mayor del reportado su colega. No sabían que en trayecto al lugar había sucedido una segunda explosión. Al ver aquello el joven periodistas le dijo a su colega que estaba de vacaciones: “Yo creo que lo que hay que hacer aquí es convertir este transmóvil en ambulancia para trasladar a los heridos”. Al más viejo lo tomó por sorpresa aquella sugerencia, pero rápidamente decidió que “el transmóvil era para transmitir”. Así que el jovencito se lo quedó mirando y le dijo: “Yo me voy a ayudar a los heridos y allá tú con tu conciencia”. Dio media vuelta y se fue. El periodista que andaba de vacaciones terminó su relato diciendo, “Yo todavía no sé si obré bien u obré mal”.

Señores, en este momento los constituyo a ustedes en un tribunal ético que le va a prestar ayuda a ese colega para determinar si obró bien o mal. ¿Quiénes utilizarían ese vehículo como transmóvil y quiénes como ambulancia? Se abre el debate.

Ahora que lo han meditado y que seguramente tomaron partido, habrán entrado en aquello que decía Ortega y Gasset: “Yo soy yo y mis circunstancias”. Como ven, son inseparables las circunstancias. La ética no es como los reglamentos del fútbol. Cuando el árbitro está ante una situación, inmediatamente la esquematiza y dependiendo de la gravedad de la falta saca tarjeta roja. Sabe que su decisión está respaldada por los artículos del reglamento que rige el juego.

La ética no saca tarjeta roja. Porque tiene que ver con las circunstancias de cada uno. Y puede ser que ante este mismo hecho yo periodista decida lo contrario de lo que decidió el colega: “Este transmóvil servirá únicamente para transmitir porque estoy convencido de que es lo mejor que puedo hacer en beneficio de toda la población”. No me atengo únicamente al caso inmediato sino que tengo una visión de más amplio espectro. Yo tengo que convocar la solidaridad no sólo de la gente de esta población sino de todas las poblaciones alrededor y hacer que todos sean conscientes que tienen que venir a ayudar a esta gente. Puede ser que mediante esa acción atraiga más ayuda y obtenga más eficacia que la que individualmente pudiera prestar. Es decir, que esta sea una forma de potenciar la ayuda.

Lo otro es mi caso personal, y allí es donde me hago la pregunta, y esa es la pregunta que este colega se hacía. “¿Yo para qué he sido puesto en la sociedad?” “¿Para que adopte esto?”. Ese periodista entendió en ese momento que lo suyo era potenciar todas las posibilidades de ayuda que tenía la sociedad. No únicamente su solitaria posibilidad de ayuda. Nuestro lugar es un puesto frente a toda la sociedad y eso hay tenerlo muy claro. Qué le pasó, por ejemplo, a aquel

fotógrafo que ganó el premio Pulitzer con la fotografía de aquel bebé africano que agonizaba y un cuervo esperaba a su lado. Tomó la fotografía, ganó premios, pero la imagen de aquel bebé le persiguió hasta que un día no soportó más y tomó la decisión de suicidarse. ¿Por qué? Porque era una decisión ética que él no había resuelto o que había resuelto en contra de su conciencia.

Lo ético tiene este problema: así como la ley se cumple o no cuando uno ve al policía, la ética tiene la complejidad de que uno lleva adentro el policía, que en este caso opera como conciencia. Es una sensación latente y despierta que actúa en nosotros silenciosamente. Por eso es importante saber cuál es o cuál puede llegar a ser mi compromiso como periodista frente a los dilemas propios del oficio. Frente a un mismo caso se pueden presentar distintas circunstancias o tener distintas visiones. Usted escoge.

Es bueno recordar que a veces, en cuanto se plantea un caso, queremos reducirlo a dos caminos, como en el ejemplo anterior: puede ser que los que están escogiendo la ambulancia tengan tanta razón como los del transmóvil. Depende de sus circunstancias. Significa que la ética tiene unos valores que son aplicables a muy distintas situaciones, por eso se dice que hay una sola ética y distintas morales.

Ética y Moral

Ética y moral no son sinónimos. Los filósofos han llegado al acuerdo de que la ética, *ethos*, nos da los valores universales o lo que diríamos utilizando la terminología de las ciencias sociales, el marco teórico. Y la moral nos da las distintas aplicaciones que tiene ese principio universal. Por eso se dice: “hay una ética, porque está sacada de la naturaleza humana y la naturaleza humana es una”. Estoy haciendo alusión a la definición que hace Aristóteles de lo que es ética. Es obediencia a la propia naturaleza. Y de ahí es donde sale el principio de universalidad de lo ético, puesto que todos tenemos la misma naturaleza y tenemos los mismos valores. Pero esos valores se aplican de manera distinta según circunstancias, según tradiciones, según costumbres. Por eso hay distintas morales.

Los dilemas éticos tienen de complicado que se plantean entre una solución buena y otra solución buena. ¿Esa solución cómo debe concluir? Debe concluir en una búsqueda de la excelencia. O sea, la mejor solución. Observen que hay una tendencia “esto es bueno y aquello también es bueno”, pero ¿cuál sería la mejor solución? Con esto les estoy dando parte de la naturaleza de lo ético. Es un impulso hacia la excelencia. Es la excelencia personal lo mismo que la excelencia profesional. Por la ética no se preocupa quien está reclinado en el diván de lo mediocre, él no necesita ningún principio ético. En cambio, la gente que se mete en el asunto de la ética se condena a sí misma a una insatisfacción permanente, porque siempre estará buscando lo mejor.

La ética es una fuerza que impulsa hacia la excelencia, no es un llamado para mediocres, no es un llamado para gente que tiene el ánimo derrotado; sino para gente que entiende que la palabra utopía no está emparentada con la palabra ilusión, sino que las utopías son reales. Y son grandes porque están en la mente de la gente y porque actúan como dinamizadores. Por eso se puede afirmar que: “la ética es una utopía”. Y la utopía es la meta alta que el ser humano se propone. Y en esas anda, siempre buscando metas más altas.

Pero qué nos sucedería si se nos juntaran la utopía y la realidad. Juntarlas es condenarse al hastío. Una de las explicaciones que los psicólogos hacen sobre la predominancia de los niveles de suicidio de algunas sociedades es justamente la desaparición de la utopía. Claro que en otros casos la solución no es el suicidio sino la resignación.

Por un lado va la realidad y por otro lado, muy distante de la realidad, está la utopía. Mirar el ejercicio profesional desde el punto de vista ético significa tener todas estas distancias. El “deber ser” que yo me he trazado es muy distinto del “deber ser” que todo el mundo tiene.

Una utopía clara deja al descubierto las dificultades para alcanzarla. Les propongo hacer un listado de dificultades para ejercer el periodismo, pueden ser externas o internas. Seguramente se van a encontrar con que la mayor parte de las dificultades proviene del interior de cada uno. Las otras son menores. Háganlo, nadie les va a sacar tarjeta roja.

ARMADOS DE VALORES

Seguramente la pregunta que surge después de elaborar el listado de dificultades es, ¿de qué manera las enfrento y sorteo para ejercer el oficio?

Veamos. Para hacer periodismo tenemos que enfrentar esas dificultades con un recurso: los valores. Lo que vamos hacer ahora es intentar descubrir esos valores.

Pensemos en las brújulas, aquellos instrumentos de ubicación para no perder el rumbo y que se acostumbra usar en casos de duda sobre decisiones que deben tomarse. Lo interesante de las brújulas es que son tan respetuosas de la libertad individual que simplemente se limitan a señalar el norte. Es decisión de cada quien seguir o no la ruta señalada. Es la misma condición de los códigos: sirven para señalar el norte de los valores.

¿Qué es un valor? Uno en la vida siempre tiene preferencias. Yo prefiero el mismo saquito cada vez que llego a casa. Mi señora me discute cuando me lo pongo por sabe que tengo seis más. Si me gusta ése por sobre los otros cinco es porque encuentro en él valores que los otros no tienen. Las preferencias de uno están dictadas por su propia concepción de los valores.

Lo mismo ocurre con las personas, con los periodistas y con las fuentes. Los estudios filosóficos discuten si los valores están en mi mente o en las cosas. Una de las conclusiones es que se trata de la conjunción de las dos cosas. Yo les puedo asegurar que no todos los que entran en una sala adornada con obras de arte pueden percibir los valores de las pinturas allí colgadas. Hay gente que no tiene la sensibilidad estética ni le interesa. Seguramente para ellos estar en aquella sala no va a ser un momento de gran placer estético. Sin embargo, puede ser que al entrar en otra sala donde haya otro tipo de pinturas se les revelen algunos valores ¿Eso qué significa? Que cada uno de nosotros tiene valores pero hay que saberlos distinguir, identificarlos.

Ese tipo de cosas sucede con todo lo que tiene que ver con la estética. Hay quienes perciben esos valores y los disfrutan. Un niño a quien no se le ha cultivado la sensibilidad estética se aburrirá después de cinco minutos de iniciado el recorrido por el Museo del Prado. Él no tiene la sensibilidad para apreciar los valores del lugar. Insisto en esto porque la ética es un asunto de sensibilidad para percibir valores éticos más que un asunto de conocimiento. Se menciona la sensibilidad ética como una sabiduría. Ustedes saben que la palabra sabiduría está emparentada con la palabra sabor. Y la sabiduría prácticamente es la captación del sabor de la vida. Lo cual nos lleva al concepto de experiencia. La ética es fundamentalmente el compendio de las mejores experiencias de los seres humanos en el oficio de vivir.

Los valores están latentes en las cosas que preferimos: en el saquito que me pongo todos los días a pesar de los argumentos de mi señora, en el libro aquel que tengo todo subrayado y hasta grasiento en sus páginas de tanto consultarlo porque siempre le encuentro valores.

Lo ideal sería que los valores nos saltaran a la vista y que los pudiéramos apreciar. Pero muchas veces los valores aparecen cuando la necesidad nos urge. Supongamos que un hombre que ha pasado dos días en el desierto y al llegar al tercero, casi deshidratado, encuentra un lugar donde cree que hallará la solución a sus problemas. Al escarbar encuentra una barra de oro. Les aseguro que en ese momento la barra de oro no tendrá para él ningún valor. Pero si al lado de la barra de oro hay una botella de agua qué creen que pasará. La necesidad pone en evidencia los valores.

Hay quienes tienen la necesidad de ser veraces y para quienes esto no importa. En ese sentido de los valores latentes es fundamental descubrir cuáles son las

necesidades que le vienen a uno o las que uno se ha creado. Les doy un ejemplo: el tipo que acostumbra cobrar por toda la información que cubre. Este tipo tiene un gran valor periodístico refundido, la independencia. En cambio para los que la información no puede tener un costo económico, ni siquiera permiten que eso se les mencione, tienen muy claro que cualquier dádiva les impide su independencia. De niño me decían en mi casa: “acuérdense que el que recibe favores vende libertad”.

En este momento podría decir que existen tres grandes valores con los cuales se puede superar el listado de dificultades para ejercer el oficio que ustedes mismos elaboraron, y que coinciden con 68 códigos de ética periodística que yo he consultado:

- Verdad
- Responsabilidad
- Independencia

El alcance de una decisión

Cuando pongo en práctica mis valores como periodista hago depender la vida o los intereses de muchas personas. Eso se asemeja mucho con uno de los logros de la tecnología y es que cada vez más personas puedan depender de las decisiones éticas de una sola.

Voy a citarles un caso que refleja eso: recuerdan la explosión del barco petrolero cerca de Siberia, que ocasionó uno de los derrames de crudo más grandes de la historia. Eso sucedió porque el señor capitán decidió, ese día, tomarse unos tragos de más y en ese estado dio indicaciones equivocadas que finalmente llevaron a la nave al naufragio. Esa decisión afectó extensas zonas e intereses de millones de personas.

Si en nuestro tiempo la decisión ética de una sola persona puede afectar a muchos, es importancia tener algunos mecanismos que le permitan a uno como periodista reflexionar con cabeza firme. Pero tal vez lo que más pueda ayudar a tomar una decisión es la creación de una sensibilidad ética en cada uno de nosotros. Esta sensibilidad ética es la que me permite, cuando se presentan los dilemas, resolver los dilemas casi al instante.

Un dilema ético no es algo que se puede resolver consultando libros, o bajando información por internet, o cosas así. Esta relacionado con la capacidad de cada uno para evaluar y sacar conclusiones y sabidurías de los errores y las distintas experiencias.

La ética es un activo que vale la pena conservar. Pensándolo bien nuestro oficio, o sea, hacer periodismo, hacer noticieros, tiene como punto fundamental que nos crean. Uno no hace una información para que no le crean. Si ese es el servicio que debemos prestar por consiguiente es lógico que nos preguntemos cuáles son los valores necesarios para que nos crean. Y estos valores son: la Verdad, la Responsabilidad y la Independencia.

PARA RESOLVER DILEMAS ÉTICOS

Ya dijimos que los dilemas éticos no se afrontan como una escogencia entre lo bueno y lo malo sino entre lo bueno y lo bueno en la búsqueda de algo superior que es la excelencia.

Estas consideraciones tan importantes es probable que no se le vengán a la cabeza a ese colega que llega con su auto presuroso al periódico, justo a la hora del cierre, y trae entre manos una noticia de esas que ponen a galopar la sangre. Sin embargo, en el estacionamiento se encuentra con que no hay espacio para parquear. En medio del afán alcanza a ver en el fondo a una viejita que intenta meter su vehículo en el último espacio disponible. Así que en el momento en que ella da marcha adelante para retroceder y parquear, él se abalanza con velocidad y toma el puesto.

Aquí comienza el dilema ético para nuestro periodista: “cómo es que yo, joven, inteligente, ágil, le quito el puesto a esta ancianita”. Pero inmediatamente resuelve el problema con esta consideración: “ella a lo mejor va a colocar un anuncio clasificado, pero yo voy a dar una noticia que le interesa a toda la sociedad, por consiguiente tengo la prioridad”. Nuestro periodista resolvió el problema ético utilizando como criterio lo utilitario. Es decir: cuál es la decisión más útil: cederle el puesto a la ancianita: utilidad para una persona; llegar a tiempo para publicar la noticia, decisión útil para muchos. Ese criterio se utiliza muchas veces para resolver problemas éticos. Es una primera fórmula de solución.

Pero hay un segundo criterio que está inspirado en Kant, el de los valores absolutos. Es un criterio más de razonamiento. Averiguemos qué valores están en juego y son esos valores los que dictan las decisiones. Y si esto es verdad, razonamos, yo tengo que decirlo porque la verdad es un valor para mí absoluto. La moral kantiana está afincada en valores absolutos. ¿Eso es verdad? ¿Eso contradice la libertad? Por tanto se debe rechazar. Dándole a los valores un carácter absoluto. Según este criterio, la vida se vive y se mira dentro de unos parámetros rígidos, invariables e inclementes.

En el episodio descrito arriba el periodista apresurado resuelve su problema ético diciéndose que la verdad, de la que él es servidor, es un valor que está por sobre cualquier consideración para con la anciana. La verdad es lo primero y lo único en ese caso. Este esquema mental tropieza, sin embargo, con un hecho: relatividad de los valores y la conexión de los valores entre sí. La vida es más compleja que un esquema mental.

Esto nos lleva a un tercer criterio, uno de los más antiguos de la humanidad que comienza con Confucio y con un enunciado muy parecido al que se encuentra en el Evangelio: “Haz a los otros lo que quieres que te hagan a ti”. Que es tanto como decir métase en los zapatos de los otros y mire las cosas desde esa situación. A esta se la llama “La regla de oro”. Examinar las situaciones no desde la propia perspectiva, ni desde la utilidad de las acciones, ni desde un esquema teórico sino desde la perspectiva del otro.

Les doy un ejemplo. Supongan que tengo todos los documentos que demuestran que un alto funcionario del Estado ha metido las manos en el tesoro y las ha sacado repletas. Tengo la nota lista pero no he consultado al protagonista de la noticia y ya es hora de cierre. Esta misma noticia la tiene la competencia. Es ahí donde surgen preguntas como: “¿Con qué cara voy a mirar mañana a mis compañeros cuando el otro diario salgan con esta noticia en primera plana?”

El otro dilema es mi pelea con el jefe de redacción que me insiste en que “esto hay que publicarlo, esto es de primera. Me importa un cuerno que usted no haya encontrado al señor”. La decisión ahí, está inspirada en la utilidad. Un camino es pensar: “estamos para denunciar la corrupción”, lo que significa darle un valor absoluto a la decisión. El problema ético se me agrava si utilizo “La regla de oro”, pensar el hecho desde el otro, “acaso consentiría que publicaran algo en contra mío sin que me preguntaran”. Seguramente habría muchas informaciones, si se aplicara esto de ponerse en los zapatos del otro, que no se publicarían, pero piensen si el protagonista del problema resultara ser un pariente ¿le aplicaría a él la misma regla que le aplico a todos los demás?

PARÁBOLAS DEL AGUA Y DEL TAPIZ

Persistencia o resignación

Casi siempre se plantea este dilema en los talleres: “qué valores deben estar por encima: los del periodista en busca de la verdad, o los económicos de la empresa periodística”. Semejante discusión me ha dado una cantidad de elementos que me permiten hacer finalmente una reflexión con algunos ingredientes que ustedes pueden tomar o no. Ante todo quiero hacerles caer en cuenta de que aquí se pone en evidencia y muy dramáticamente la distancia que hay entre realidad y utopía.

Uno tiene estas alternativas: se queda en la realidad convencido de que no puedo hacer absolutamente nada, de lo contrario se choca con la pared de un jefe de redacción, de un director, de unos propietarios que utilizan el medio de comunicación para su propio beneficio y a quienes no les importa el interés público.

El otro camino es pensar en que esa realidad puede cambiar, pero sabiendo que hay una distancia muy grande entre realidad y utopía. Tal vez ustedes dirán que soy un optimista y no se equivocan, pero también desconocen que tengo como punto de partida frente a ese dilema lo siguiente: los periodistas podemos trabajar en los medios de comunicación con la misma eficacia certera de una gota de agua.

El agua para derribar un muro no se rompe contra él sino que busca caminos alrededor y persiste de tal manera que llega un momento en que lo agrieta y derriba. El periodista generalmente desconoce o deja como un segundo plano que él tiene un poder propio en la redacción contrario al de su editor o al del jefe de redacción, incluso al de los dueños del medio, y es el que está en contacto con la materia prima.

La materia prima de un periódico no es ni el papel, ni la tinta, ni la rotativa, sino los hechos diarios. El que los conoce y está en contacto diario con esos hechos es el periodista, no el editor. Si a eso le agrega un trabajo profesional de calidad tiene allí un fundamento y si le suma persistencia en el trabajo, hecho de acuerdo con una conciencia guiada en valores como estos, que creen que pasará. De seguro no van a cambiar las cosas en un día, ni en una semana, pero al cabo de años de trabajo duro, persistente, terminen por contagiar su espíritu a otros. No se puede aspirar a cambiar el espíritu puramente comercial de un dueño de un medio de comunicación que lo tiene únicamente como negocio. Pero ese señor en cierta forma esta dependiendo de sus periodistas. La presión no es únicamente de arriba hacia abajo, a veces es al contrario.

Qué hacer, que camino tomar: el del agua que golpea el muro, o el de la resignación. Personalmente creo que este último es un estado demasiado humillante como para aceptarlo, no sé que opinen ustedes.

Con la verdad en las entrañas

La verdad está en la cúspide del triángulo de valores del periodista. Hagamos el ejercicio de recordar los momentos más gratificantes de nuestra profesión. Creo que muchos coincidiríamos en que esos momentos están ligados a la publicación de la verdad, sobre todo si fue una verdad exclusiva. Ese día no sentimos muy bien con la profesión. Pero si le damos vuelta a la hoja y recordamos cuáles fueron los momentos en que esta profesión se nos hizo tan pesada como plomo derretido sobre los hombros, seguramente hallaríamos que fue aquel día en que

no pudimos comprobar nuestras investigaciones y dimos la apariencia de que estábamos mintiendo públicamente.

Qué tal este ejemplo: alguien trabaja una información que aparece publicada pero había algo no que lo hacía sentir bien. Una vez en el periódico recibe una llamada de una persona que le dice: “¿Es usted el autor de tal artículo?Sí. “Pues estoy en capacidad de probar que lo manipularon y que ha dado muestras de ser una inocente ovejita que cayó. Lo que usted acaba de afirmar, es falso por esto, por esto y por esto otro, y estoy dispuesto a mostrarle los documentos que lo prueban”.

A nadie le deseo una llamada de esas ni un instante de esos. Porque todos sabemos que en una situación de esas se nos desploma el alma, la vida, la profesión, y todo pierde sentido. Por alguna razón uno como periodista está entrañablemente comprometido con la verdad. Es verdad nuestro objetivo, mientras que la mentira es todo lo contrario a nuestras entrañas. Uno siente repulsión a mentir, pero sobre todo a que le mientan.

A partir de esto se puede afirmar que el periodista tiene como compromiso central la verdad. Sin embargo, resulta demasiado (ofensivamente pretencioso) que el periodista, no digamos el de experiencia, sino aquel que acaba de salir de la universidad, que está haciendo sus primeras armas, pueda decir ante el mundo y ante la sociedad: “yo soy un profesional de la verdad”. En los códigos de ética hay una especie de definición de cuál es la verdad del periodista: “Es la precisión en la versión del hecho diario”. Así que las nuestras son verdades humildes.

Hagamos una reflexión. Si estuviéramos ante un espléndido tapiz y nos acercáramos para ver de cerca sus imágenes y colores hechos por decenas, que digo, por centenares de hilos tejidos, y se nos ocurriera quitarle un hilo para ver si alguien se daría cuenta de lo que hicimos. Creo que nos llevaríamos una sorpresa si el que luego pusiera los ojos en el tapiz fuera un experto que inmediatamente detectaría el hilo faltante. De seguro se daría cuenta de que algo le hace falta a ese conjunto. Ahora llevemos esa reflexión a nuestra profesión; no les parece que la historia de una sociedad se parece a un tapiz, y que los hechos diarios son los hilos de ese tapiz.

Hace un tiempo hubo una reunión convocada por alguna importante revista de Estados Unidos en que se preguntaron, y para eso convocaron a periodistas autores de libros, cuál es la verdad del periodista. Lo debatieron, salieron conclusiones importantes, pero a mi juicio la más brillante fue la de uno de ellos que dijo: “Las verdades del periodista son como las esculturas de hielo, que sólo tienen un momento de lucidez, después comienzan a derretirse”. La verdad que apareció publicada hoy en el periódico y en donde aparece orgullosa mi firma, sólo se sostiene mientras circula el periódico.

Ustedes recuerdan ese viejo axioma según el cual nadie se baña dos veces en el mismo río. Esa afirmación es de Heráclito y parece estar ya prefigurando la ambiciosa tarea del periodista, porque lo que nosotros tratamos de reflejar en nuestras informaciones es precisamente el paso del río de la historia de cada día. La segunda vez que uno toma una noticia para continuarla ya las aguas han cambiado. Es una pretensión demasiado temeraria la de creer que lo que yo escribí es lo que es y no lo que fue. Por esa razón son verdades provisionales las que nosotros le brindamos a la sociedad. Nos traiciona a veces lo pretenciosos que nos volvemos en este oficio de contar la verdad. De pretender que lo que dijimos es la última palabra. Lo mejor sería decir “penúltima palabra”.

Caso dos:

El hombre que no quiso publicar una verdad

Les voy a contar el caso que le ocurrió Tom Wickers, uno de los editorialistas del The New York Times y ganador de un premio Pulitzer, que apareció en un libro suyo de periodismo. Resulta que durante la guerra de Vietnam fueron convocados los periodistas a una rueda de prensa en Washington con el comandante del ejército en Vietnam y el embajador de Estados Unidos en Saigón. Estos señores informaron, con una abundancia de cuadros estadísticos y de datos, que su país estaba ganado la guerra.

Cuando Wickers llegó a la redacción recibió una llamada de un antiguo compañero que trabajaba como investigador del Instituto Rand, uno de los más autorizado en materia de investigación. El hombre le dice que tenga cuidado porque gran parte de los datos están maquillados. Y le asegura que la prueba está en una suma de cables que se cruzaron entre Saigón y el Pentágono. Entonces Wickers le pide alguno de esos cables como prueba. Su amigo se niega y le dice que confíe en su palabra.

Pero Wickers está perplejo ante semejante noticia que por un lado podría cambiar en ese momento la historia de la guerra, y por otro derrumbar ante la opinión pública la imagen de ganadores que quería vender el gobierno de su país. Recuerden que esa guerra se sostuvo sobre el estereotipo de los arcángeles de la democracia que iban a expulsar de la tierra a los demonios del comunismo. Ni en virtud del ese dualismo que se había establecido se legitimaba todo lo que estaba ocurriendo. Y de repente iba a ponerse todo en duda.

Wickers le insistió a su amigo que le entregara uno de esos cables, pero éste se rehusaba porque sabía que se trataba de un secreto de estado y divulgarlo pondría en peligro su empleo y libertad. Wickers le aseguró que su periódico tenía un grupo de abogados con la experiencia suficiente para enfrentar el caso. Fue tal su insistencia que finalmente obtuvo un cable, pero cuando lo tuvo en las manos entró de nuevo en estado de perplejidad y se preguntó, ¿publico o no esta historia? Para ese momento habían cambiado las circunstancias.

Al final no publicaron la información por la siguiente razón: tenían entre manos una verdad que necesitaba ser protegida, como debe ser resguardada la verdad del periodista, su bien social. En este caso la verdad debía ser protegida contra su propia fragilidad. Lo que ellos tenían delante era la posibilidad muy real de que al aparecer la publicación, el Pentágono y la Casa Blanca pusieran en funcionamiento todos los mecanismos disponibles para desmentirla, para convertir esa verdad en una mentira, para hacer que la gente les creyera a ellos y no al periódico. A veces uno se precipita a publicar con el riesgo de que una verdad, necesaria para la sociedad, sea desmentida por obra y gracia de las habilidades de otros. En todo esto, lo grave es que la sociedad se priva de una verdad que necesita conocer.

La verdad, las fuentes y la objetividad

La verdad es una criatura indefensa que hay que proteger contra los cañonazos. Así que toda verdad antes de ser publicada debe estar sustentada en un trabajo de investigación profundo y concienzudo. Como dijo Bill Kovach: “el periodismo es una disciplina de verificación”.

Además de la necesidad de proteger la verdad, el periodista debe trabajar sus fuentes como aquellos que trabajan en una planta de tratamiento de aguas, es decir hay que decantar sus versiones y sus razones para hacer que el pozo de agua del que beberán los lectores este surtido del agua más pura posible.

Eso implica un proceso de descontaminación de las fuentes. Cada una debe ser escrutada y examinada como quien mira a contraluz los rastros de pureza en un vaso de agua limpia. Eso también significa que el periodista debe activar a lo largo de su experiencia el criterio suficiente para saber escoger sus fuentes. Que funcione como un mecanismo de sondeo y alerta dispuesto a activarse a la menor duda.

Así que uno como periodista debe estar preguntándose a cada rato ¿qué interés tiene determinada fuente para querer hablar? Y hacer un análisis crítico sobre lo que dice la fuente como parte del trabajo diario. Lo otro es evitar caer en el profundo acantilado del unifuentismo, esa pésima tendencia de consultar una sola fuente para elaborar informaciones. Ese es un río impredecible que ahoga la verdad y convierte a los periodistas en una cadena de transmisión de intereses particulares y verdades a medias. Es tal la confusión que causa, que algunos reporteros acaban expresándose con las mismas palabras de sus fuentes.

La verdad del periodista no pretende ser absoluta, está hecha de retazos, de diversas visiones. Minuto a minuto supera pruebas para ser recordada siempre, o bien puede irse desvaneciendo. Por eso no basta con decirla, es necesario

protegerla con argumentos, con pruebas, hacerla llegar intacta y comprensible al público porque es su derecho.

Entregar la verdad también significa hacerla entender. ¿Y cómo lo hacemos? Con antecedentes, con contexto, con circunstancias y consecuencias. No solo hay que contar lo que pasó, sino los por qué de lo que ocurrió.

Comúnmente cuando hablo de esto, surge en este punto el tema de la objetividad. En ese sentido creo que la objetividad periodística es imposible, pero lo que resulta ser imprescindible es hacer un examen riguroso de las intencionalidades conscientes e inconscientes. Visto así, la verdadera objetividad es el examen interno y el rechazo de las intencionalidades inconscientes.

El periodismo es un oficio que se ejerce con pasión. Pero para evitar que la pasión afecte a la verdad, el periodista debe hallar el punto de equilibrio entre la emoción y el conocimiento. Una cosa más para cerrar este punto: para que nada nos impida llegar a la verdad, ésta debe ser más importante que nuestra vida. Recuerden que frente al mal no se puede ser objetivo.

LA PALABRA CONTRA LA FUERZA BRUTA

Al hablar de responsabilidad tengan en cuenta que hay una conexión entre responsabilidad y el verbo responder. Tener responsabilidad es tener capacidad de respuesta. La edad de responsabilidad se mide en los campos cuando un niño puede responder por su hermano menor, mientras sus padres se van tranquilos a cultivar la tierra.

Hay una relación entre el compromiso con la verdad y la responsabilidad. Es decir, no basta con que las cosas sean verdad, hay que pensar en las consecuencias que tiene decir ciertas verdades. Hay verdades que no se deben decir en ciertos momentos, ¿por qué? Por el sentido de responsabilidad.

Cuando vemos las consecuencias de una verdad, estamos ante una proyección de futuro y por tanto la responsabilidad tiene que ver mucho con el sentido de lo que vendrá después de la información.

Hay una segunda parte en la definición que da la Asociación Latinoamericana de Prensa sobre responsabilidad. Dice: “ser responsable es, además, tener conciencia de que el daño hecho nunca se repara totalmente”. Ahí es donde a uno lo acosa la pregunta: ¿cómo prevenir el daño?

Iniciemos este tema con un ejercicio creativo, a propósito de un hecho noticioso que se ha vuelto común en las agendas informativas de nuestro tiempo, y que podría sintetizar con un título sensacionalista: “¿Cómo enfrentar las bombas con palabras?” Y “Terroristas y periodistas parecen necesitarse”. A propósito, según la señora Thatcher, ex primer ministro británica, entre estos dos grupos humanos existe una simbiosis.

Pero veamos cuáles son esos juegos de necesidades mutuas. Hagamos un ejercicio mental.

El periodista necesita al terrorista. porque le da la noticia de primera página, porque le altera la rutina informativa y porque le pone acción a la agenda de ese día. Particularmente para los periódicos sensacionalistas es formidable que haya una bomba porque eso permite el despliegue de titulares sensacionalistas y el aumento del tiraje que puede revertir, por lo menos para ese día, en un cobro más elevado por publicidad. Son las miserias del oficio, pero es importante tenerlas en cuenta.

A su vez el terrorista necesita al periodista. ¿Cuáles son los objetivos que tiene el terrorista? El básico es difundir el miedo. Teniendo miedo, la sociedad entra en un estado de parálisis. Hace que las personas entren en una especie de pasividad, de inactividad, de freno de toda su creatividad. El miedo hace que la gente pierda el control, y eso es lo que busca el terrorista, porque es él el que va a asumir el control. También siembra desconfianza en las instituciones, en los organismos oficiales, en el estado. Lo otro es que todo acto terrorista es una notificación de un poder nuevo. ¿Uno como periodista tiene que asentir a esos mensajes y hacerles eco? O como periodistas tenemos recursos que nos permitan contrarrestar la acción de la bomba con la palabra. Les propongo que ustedes juzguen desde allá.

Ahora permítanme que les dé mis opiniones. El periodista ante estas situaciones es el único que tiene que mantenerse sereno cuando todos tienen miedo. Eso es autocontrol. El periodista tiene que mantener la serenidad, porque si él informa bajo el impulso de sus emociones no va a suministrar una información lo suficientemente sólida. Es sabido que cuando están exaltados los sentidos y las emociones se pierde contacto con la realidad.

La voluntad del terrorista es sembrar miedo, para contrarrestarlo el periodista cuenta con varios elementos. El principal es no informar emocionalmente, sino de manera racional. Para lograrlo es necesario dar a conocer solo datos plenamente confirmados y evitar el uso exagerado de adjetivos por el peligro que tiene este elemento gramatical cargado de emocionalidad. Queda absolutamente claro que el periodista se convierte en un instrumento del terrorista cuando solamente oye el desafío de la competencia y no el desafío que tiene con la sociedad de prestarle el servicio de una información que la serene.

¿Qué se puede hacer desde el periodismo para minimizar el efecto demoledor que puede tener una acción terrorista frente a la confianza en las instituciones? ¿O habrá que concluir que eso sí es inevitable? La respuesta es racionalizar el problema. Es decir, hacer ver las debilidades y la desconfianza que tiene los cuerpos de seguridad, pero de modo que el lector pueda ver aquello, con la serenidad de un razonamiento y luego de la necesidad de que para evitar acciones terroristas futuras, las instituciones deben fortalecerse y tienen que ser objeto de un cambio. En ese momento se está involucrando a los lectores, oyentes o televidentes dentro del consenso de cambio y de paso se impide que ellos se hagan a un lado o que simplemente se resignen a aceptar la situación como algo inmodificable. Es en cosas como estas de donde procede el poder que tienen los periodistas de hacer ver las cosas desde distintos ángulos.

¿Cómo hacer para quitarle la capucha al terrorista? ¿Cómo contrarrestar el poder de la imaginación que desata la presencia de una capucha? Hay un elemento, si se sabe cuál es el grupo hay que identificarlo públicamente. Eso abre el camino para otra clase de informaciónes que acaban de desenmascarar: antecedentes, otros atentados, programa político del grupo y vínculos.

Este ejercicio demuestra que el periodista con la palabra puede enfrentar el poder de la fuerza bruta de las bombas del terrorista. Cada una de sus propuestas describe parcialmente ese poder. Pero, ¿en qué consiste ese poder?

LOS SEIS FACTORES DEL “PODER PERIODÍSTICO”

Cazadores de cabezas

Generalmente pensamos en nuestro poder usando un lugar común: “el cuarto poder”. En alguna conferencia de Ignacio Ramonet en Bogotá, él decía que nosotros no somos ningún cuarto poder, que ese cuarto poder le corresponde a la sociedad y que lo nuestro consiste en potenciar la palabra de la sociedad. Y remataba diciendo que si algún poder tenemos, se trata de un poder reflejado del que posee la sociedad.

Este tema lo trataremos más adelante y en mayor detalle. Lo que me importa que les quede claro es eso de que nuestro poder no es el cuarto poder. Que no somos los que ponemos y quitamos ministros y presidentes. Nada de eso. En ese sentido el caso Watergate nos hizo mucho daño porque nos cambió la perspectiva y nos creó una óptica de poderosos cazadores de cabezas del poder. Y en eso no consiste nuestro trabajo.

Como tampoco nuestro poder consiste en que seamos una casta privilegiada en la sociedad. Si hay algo odioso en toda sociedad democrática es la casta de los

privilegiados. El periodista es un ciudadano común y corriente, servidor de la sociedad, que debe hacer cola en el banco como todos. Ahora si me preguntan ¿cuál es su poder? Debo reclamar toda su atención y su capacidad crítica frente a la siguiente enumeración de factores de nuestro poder real como periodistas:

Primer factor:

Somos poderosos porque entramos en la conciencia. No son palabras mías, son palabras de Joseph Pulitzer. Este hombre escribió un documento precioso para explicar por qué había fundado la primera escuela de periodismo que hubo en los Estados Unidos. En ese documento se dice que el poder del periodista es grande porque entra en la conciencia con mayor influencia que la que puede tener un pastor cuando predica o un confesor cuando escucha los pecados de la gente.

Yo leí esa afirmación y pensé que había una exageración. El concepto que tenemos cuando hablamos de pastores o confesores es el de “guías de conciencia”. Y las iglesias se miran como las maestras en la conciencia colectiva. Entonces llega el señor Pulitzer y nos dice: “ellos sí tienen un poder, pero es mayor el del periodista”. Eso nos obliga a pensar.

Cuando voy a mi misa observo cuál es la reacción de la gente mientras el sacerdote predica. Les confieso que cada vez más estas visitas me confirman la idea de que estos señores tienen un problema muy serio, y es que están hablando de temas sobrenaturales y celestiales a gente que tiene la mente ocupada de asuntos muy terrenales. Además de que hay una disfunción temática, el predicador utiliza un lenguaje muy especializado que le aparta de la gente y dificulta su entrada en la conciencia.

En momentos como esos me pregunto cómo entro yo periodista en la conciencia de la gente. Y encuentro que el panorama es completamente distinto. Porque esa persona que terminó su jornada de trabajo, que llegó a su casa para sintonizar el noticiero, con la pregunta “¿qué pasó hoy?”. No tiene ningún obstáculo. Abre su conciencia a lo que yo periodista le diga. Mi trabajo consiste en responder a la pregunta que él implícitamente se hace en el momento en que pone mi noticiero o abre mi periódico. Nadie lo ha obligado a eso, lo hace por iniciativa propia, y es por su propio interés que abre su conciencia para que yo le diga qué pasó. Así que cuando informo estoy hablándole a la conciencia de la gente.

Observen que el pastor lanza su mensaje, con todos los inconvenientes que tiene, con todas las dificultades, cada ocho días. Y que el confesor entra en la conciencia de la gente cada mes o año. En cambio yo periodista estoy entrando en la conciencia de la gente todos los días. Porque la gente tiene necesidad de información todos los días, y a veces varias veces al día. Cuando uno piensa en eso, cae en la cuenta de que aquí es donde está nuestro verdadero poder: estamos entrando en la conciencia de la gente en condiciones privilegiadas que

son incluso superiores a las que tienen los guías de conciencia. Sólo que ellos limitan su acción a una determinada parte de la vida de las personas. Es el primer factor de poder.

Segundo factor:

La gente ve a través de nuestros ojos. Al cubrir una información reunimos todos los elementos de ese hecho (espaciales, temporales, personales) en una libreta. Después nos preguntamos por cuál de esos elementos debo comenzar, qué destaco de todo lo que conseguí. A eso le llamamos enfoque. Enfocar la noticia significa exponer a los lectores a que vean un hecho a través de mis ojos.

Hace unos años Ryszard Kapuscinski, el gran reportero polaco, estuvo en Bogotá en una charla con varios periodistas. Uno de ellos le preguntó, “cuándo usted va a una guerra, ¿qué es lo que mira?”. El periodista esperaba una respuesta del estilo de: “cuando voy a la guerra miro la importancia política que tiene la guerra y los cambios políticos que se van a generar”. O que le dijera: “me interesa en las guerras ver cómo se desarrolla la tecnología para matar con mayor eficiencia y con menor riesgo”. A propósito, ese fue enfoque de muchas de las crónicas en la pasada guerra contra Iraq.

Pero el periodista quedó desconcertado cuando Kapuscinski le respondió: “cuando yo voy a la guerra busco la ternura, busco la compasión y busco la solidaridad”. Seguramente el periodista no había leído ninguno de los libros de Kapuscinski. Porque cuando uno lee sus crónicas encuentra a un hombre que está empeñado en llegar a la guerra para encontrar los escasos restos de humanidad que quedan en ese espectáculo horroroso y de vergüenza. En sus textos, uno mira la guerra a través de los ojos de este periodista que resultan ser muy límpidos y sus relatos logran que el lector recupere la fe en la humanidad pese al espectáculo de la guerra. De modo que al terminar de leer la reacción de uno es: “no todo está perdido, porque todavía hay ternura, todavía hay solidaridad, todavía hay tolerancia”.

Todos los hechos de los que hemos estado hablando nos muestran acciones acertadas o equivocadas en el sentido de guiar que tiene el periodista. Sé que a muchos no les gusta esta afirmación, igualmente aquella de que al informar educo. Pero déjenme explicarles: hay una educación que es la formal, recuerdan la que vieron en la escuela y la universidad; pero también hay una educación informal que es esa que si proponérselo directamente resulta de entrar en la conciencia de la gente.

Por un momento hagan el ejercicio de pensar en la manera como la prensa deportiva argentina centró su información sobre Diego Armando Maradona. Eran informaciones que exaltaban a la persona y guiaban la conciencia colectiva para

endiosar al deportista. Ahora piensen en ese mismo tipo de acción pero no alrededor de una persona sino de un valor o de un antivalor.

Tomemos por ejemplo la tolerancia. Imaginemos a los medios de comunicación destacando en un asunto político o deportivo el valor de la tolerancia. Tal como lo hace Kapuscinski cuando destaca el valor de la ternura en el escenario contradictorio de la guerra. ¿Qué se produciría allí? Una conciencia colectiva alrededor de un valor porque los medios de comunicación están guiando hacia eso.

Ahora pongamos del otro lado y pensemos en unos medios guiando a la gente hacia un antivalor, digamos que al odio. Entonces aparecería el odio a los judíos, a los negros, a las mujeres. Ven a lo que me refiero cuando hablo de guiar. El poder que tenemos como medio de comunicación no es sólo entrar en la conciencia sino guiar a la gente para que mire y deletree la historia de acuerdo con los valores o antivalores que yo quiera inducir.

Nunca se informa inocentemente. Toda información lleva una carga educativa sea que yo la quiera o no potenciar. Sin embargo, la carga educativa siempre estará allí porque los hechos enseñan. Recuerden la vieja sentencia de Cicerón: “La historia es la maestra de la vida”. Cualquier persona que lee mi periódico o sintoniza mi noticiero entra en contacto con la historia. Y ese contacto está enseñando en mayor o menor grado dependiendo del enfoque que yo utilice.

Tercer factor:

Cuando las consecuencias son una ventana al futuro. Cuando uno conoce bien un hecho esta en capacidad de adelantarse a sus consecuencias. Si el hecho que yo convertí en noticia, lo puedo presentar con sus consecuencias, significa que lo conozco. Mirar consecuencias es sinónimo de mirar futuro. Es la incursión del periodista en el futuro.

Hoy se le da también a esa incursión en el futuro otro termino: “La Prospectiva”. Encontré que en una de las universidades de Colombia hay una facultad de Prospectiva. El hecho de que haya ya estudios científicos sobre este asunto significa que por fin le quitamos el futuro a las brujas. Pero eso no es lo importante. Lo importante es que dejamos de ver el futuro como una carga que llega sin ser solicitada. Ya no es más una atribución de demonios o dioses. Por fin entramos seriamente en la etapa en que cada ser humano es consciente de que el futuro lo construye él.

La historia de una persona y de una sociedad cambia radicalmente dependiendo de la actitud que se tome hacia el futuro. Son sociedades pre-modernas aquellas que ven llegar el futuro como algo inevitable que no pueden cambiar. Distinto de la sociedad que piensa que el futuro se puede variar. Es un asunto científico estar

mirando hacia el futuro. Si el periodismo se queda atrás, si no aprende a mirar el futuro, renuncia a uno de sus instrumentos de poder y de servicio.

Como periodistas tenemos unas trabas mentales grandes con el tema del futuro. Una de ellas es la de creer que siempre que se habla de este asunto se está especulando. Miren que es un tema científico. Si ustedes conversan con cualquier científico encontrarán que en el curso de sus investigaciones está obedeciendo a una cadena de causa—efecto—consecuencia.

La investigación periodística se parece a la científica en el sentido de que si el reportero es un observador atento y toma nota de las consecuencias que se siguen de unos hechos, podrá adelantarse a futuras consecuencias de causas similares o parecidas.

Hay una historia interesante en el desarrollo que ha tenido el concepto de noticia en el último siglo. Regresemos a comienzos del Siglo XX, miremos cómo están operando los periódicos de la época: se sostienen económicamente por la circulación, por consiguiente, tienen que hacer primeras páginas que enamoren a primera vista y eso significa algo llamativo como fotografías excitantes.

Eso explica la vigencia durante ese tiempo de la definición de que “noticia no es que un perro muerda a un hombre, noticia es que un hombre muerda a un perro”. Es una definición muy inocente, porque cuando se piensa que noticia es únicamente eso se está reduciendo la esfera de la noticia a lo que es sensacional, y el periodista se convierte en un cazador de rarezas.

Por fortuna hubo un hombre que al hacer un estudio sobre medios de comunicación cayó en la cuenta de que noticia no es solamente lo espectacular. La noticia debe responder a las preguntas que la gente se plantea en sus conversaciones cotidianas. En ese momento aparecen esas secciones en el periódico de “hágalo usted por su propia cuenta” o “cómo cocinar para su marido”. Era el esfuerzo que hacía el periodismo por reflejar las respuestas a las preguntas que la gente se hacía.

Desde luego que ese descubrimiento amplió mucho el horizonte noticioso. Sin embargo, el cambio más definitivo en la concepción de noticia se dio hacia 1960 con John Tebbel, quien escribió “Breve historia del periodismo en Estados Unidos”. Este hombre después de examinar la evolución del periodismo y la concepción de noticia llegó a la siguiente conclusión: “Noticia no es lo que pasó, noticia no es lo que está pasando, noticia es lo que pasará”.

La gente hoy no compra el periódico para saber solamente qué es lo que está pasando. La mayor utilidad de un periódico o de un noticiero es alertar a la gente sobre las consecuencias que tienen los hechos que se están viviendo y por consiguiente indicarles qué es lo que pasará. Eso se ha ido acentuando de modo

que la gente cuando ocurre cualquier cosa se pregunta: ¿y ahora qué sigue? Puesto que tienen entendido que si conoce los hechos, también conoce sus consecuencias. Con Tebbel el periodismo entra en esa amplísima esfera de lo que es el futuro.

Cuarto factor:

En el terreno de lo posible. Al entrar al futuro, me interno en el campo de lo posible y eso significa potenciar particularmente a las sociedades que están en crisis. Miren lo que les pasa a los pacientes según el médico con quien tengan la suerte o el infortunio de tratar. Me ocurrió con una hija que tenía un problema nasal. El médico que la atendió dijo: “usted va a tener que acostumbrarse a esa rinitis”. Una noticia dura, pues ella ya padecía mucho. Pero mi señora que es persistente encontró una médica que nos dio otra valoración, “sí, tiene un problema serio de rinitis, pero hay otras posibilidades... vamos a realizar una tratamiento con esto y con esto otro”. Mi hija salió completamente transformada porque alguien le había dicho: “hay posibilidades”.

Cuál podría ser la reacción de los lectores cuando un periodista, ante un problema de la sociedad, se ha encargado de construir la noticia utilizando como argumentos nada más que todos los datos negativos. De seguro que serán lectores que al cerrar el periódico tendrán la sensación de que ruedan por el tobogán de la resignación. Recuerden que la resignación es la enfermedad más grave que puede tener una sociedad en crisis. En cambio, si a la gente se le abre el horizonte para las posibilidades que aún restan, pese a las noticias negativas, inmediatamente se opera en ellos un efecto que activa de todas sus potencialidades.

El trabajo periodístico más fácil y mecánico de hacer es la enumeración de males. En cambio, el trabajo periodístico más creativo e inteligente es el de investigar dónde están las posibilidades que le restan a la gente. La historia que les estaba contando antes sobre el desarrollo que ha tenido la idea de noticia está incompleta. En el 2000 escuché a un periodista brasileño que hizo la siguiente sugerencia: “La noticia que hay que desarrollar hoy en nuestros países es una noticia con propuestas”. Y explicaba: “debemos considerar incompleta la información que no lleve también una propuesta.

Hacer una propuesta es simplemente un agregado de investigación sobre las posibilidades que muestran. No hay problema por grave que sea que no tenga una posibilidad de solución. Y si uno es consciente del poder que tiene el enunciado de una posibilidad en ese momento esta potenciando la noticia.

Quinto factor:

Con el control en las manos. Cuando se busca lo posible y se condiciona el futuro, la gente entra a controlar el futuro. Hay un periodismo que no muestra posibilidades, por lo tanto es un periodismo esterilizante. Pero también hay un periodismo que muestra e investiga posibilidades. Se trata de un periodismo que dinamiza a la gente y condiciona la historia para mejor porque la gente entra a dominar su propia historia.

Sexto factor:

Alimentar o ahuyentar la esperanza. Es impresionante ver el cambio que está dando la historia del pensamiento. Hasta hace unos años hablar de esperanza era un asunto religioso. Era una virtud teologal. Hoy cuando los hombres que manejan la economía se reúnen para pensar cómo manejar las crisis la primera pregunta que se hacen es si en la gente hay esperanza. Porque cuando la gente tiene esperanza, trabaja y construye. Si, por el contrario, la gente está sin esperanza, la desesperanza es un factor de crisis económica.

Por eso la importancia que tiene la información en los asuntos económicos. Si es una información desesperanzadora, inmediatamente viene el colapso económico. Viene la fuga. La gente corre a retirar su dinero de los bancos. Recuerdan la crisis argentina. Examinando fríamente los fenómenos que ocurrieron, allí tuvo una inmensa operación la desesperanza.

La reactivación de la economía, lo mismo que la de la política y lo mismo que la de todas las actividades depende de la vitalidad que tenga la esperanza. Y los periodistas tenemos ese inmenso poder, positivo o negativo. O de sumir a una población en la desesperanza enumerando desgracias. O la de alimentar la esperanza de la gente investigando posibles soluciones. Al fin y al cabo la esperanza es la fe en lo posible. Esa definición desde luego no es mía, es de Aristóteles. Es antigua, pero parece que se estuviera descubriendo ahora.

Voy a ilustrar esta reflexión con una historia que me impresionó mucho. En Bogotá estuvo el director del único periódico que sobrevivió a la guerra en Sarajevo. Yo había conocido la existencia de este señor a través de un libro en que se coleccionan todos los editoriales que este hombre escribió mientras Sarajevo estuvo estremecido por la matanza salvaje que hubo en esa ciudad, alimentada por odios étnicos y tradiciones. En nuestro encuentro aproveché para preguntarle sobre una ocasión muy dramática descrita por él, que fue cuando las balas y el odio se volvieron contra el periódico y lo incendiaron. Era un espectáculo deprimente ver como ardían 30 años de esfuerzos, como se derruía su edificio, se perdía la maquinaria y desaparecía el formidable archivo.

Él viendo la desilusión de todos sus periodistas les preguntó: “¿Y ahora qué?”. Se sorprendió cuando le respondieron, “ahora... a preparar la edición de mañana”. Esa respuesta sacudió a todo el que estaba allí; buscaron lugares para levantar

los textos y dónde poder hacer la edición. Total que al día siguiente, bien temprano por la mañana, todos los periodistas salieron a vender el periódico.

La gente hizo filas largas frente a cada uno de ellos para adquirir el periódico. Y me dice este hombre “y yo era consciente de que muchas esas personas solo tenían dinero o para comprar el periódico o para comprar el pan del día, y preferían comprar el periódico”. Sorprendido le pregunte, ¿Y cómo se explica eso? Me dijo: “Pienso que en una situación de crisis la gente puede vivir sin pan pero no sin esperanza”.

La gente está necesitando con una urgencia superior a la del pan el que haya quien le fortalezca la esperanza. Lo peor que le pueda suceder a nuestras sociedades es que la gente caiga en la desesperanza de no ver por dónde salir. La gran tarea investigativa de todo periódico y de todo periodista es buscar posibilidades y, por consiguiente, apuntalar la esperanza de la sociedad. Ese es el gran poder que tenemos en las manos. Nosotros podemos precipitar a la sociedad en la desesperanza o la podemos encumbrar en la esperanza. Son estos dos elementos de nuestro verdadero poder.