

Consultorio Deontológico

MILAGROS PÉREZ OLIVA

1 . ¿Cómo debe actuar la profesión periodística ante el ambiente de crispación contra la prensa de los políticos y, en general, de la ciudadanía?

La primera cuestión que debe plantearse es por qué se produce ese ambiente de crispación contra la profesión. En qué medida está justificado por el propio comportamiento de los medios y en qué medida obedece a una estrategia de descrédito por parte de determinados actores políticos, interesados en erosionar la función de control del periodismo cuando se ejerce de forma independiente y de acuerdo con los principios deontológicos. Es evidente que la crispación se ha instalado en la política española como una estrategia de desgaste del adversario y también como una forma de polarizar y fidelizar al electorado afín, en un momento de confusión general y grandes incertidumbres.

La realidad sobre la que los medios han de informar es cada vez más compleja y los ciclos económicos y políticos cada vez más cortos. Los tiempos se aceleran y aumenta la volatilidad. En estas circunstancias, el debate político sobre las diferentes propuestas de solución a los problemas exige un grado de conocimiento y de comprensión de la realidad que no es fácil de alcanzar. Entre algunos *spin doctors* y estrategias de la comunicación política se ha instalado la convicción de que es más fácil tratar de arrastrar a la gente por la vía emocional que convencerla con argumentos racionales, y más sabiendo que muchas veces los actores de la política local o nacional no tienen capacidad de incidir sobre los grandes problemas que condicionan la vida de la gente. Respuestas simples y liderazgos fuertes. Esta es la fórmula que se persigue para tratar de sortear esa dificultad. El éxito de los populismos de Donald Trump

o Jair Bolsonaro a la hora de fidelizar a sus seguidores demuestra la capacidad de arrastre de esta estrategia, pero también el peligro que representa para la democracia en la medida en que no puede triunfar sin recurrir a la mentira o la distorsión informativa.

Aunque la mayor parte de las campañas de desinformación discurre ahora a través de las redes sociales, influir sobre los medios tradicionales sigue siendo un elemento imprescindible de la acción política por el papel que continúan teniendo en la conformación de los estados de opinión. Esa es la razón por la que la polarización política tiende a extenderse también a los medios. Las fuerzas políticas en liza tratan de colonizar el sistema mediático y asegurarse el control de emisores afines para tener una caja de resonancia que les permita amplificar sus campañas de crispación. Es también una forma de controlar la conversación pública y crear marcos mentales que permitan encuadrar la discusión. Es decir, de qué se discute y en qué términos se hace. La llamada “guerra de medios” solo es la extensión de la estrategia de polarización desde la esfera política a la esfera mediática.

Participar en las estrategias de crispación, sea de forma consciente o involuntaria, afecta a la credibilidad del periodismo en su conjunto. El papel

que los medios juegan en la crispación comienza a ser percibido como un problema: un 53,7% de los ciudadanos culpa de la crispación a los políticos y a los partidos, según el CIS, pero un 11,8% considera que los medios de comunicación y los periodistas están entre quienes más contribuyen a que la haya y otro 4,6% culpa por igual a políticos y periodistas.

De un tiempo a esta parte se observa un creciente malestar por la forma en la que el periodismo ejerce su función. Podría sintetizarse en ideas recurrentes como que “todos mienten” o “todos manipulan”. La causa de este descrédito es consecuencia del periodismo de trincheras y crispación en el que algunos medios han caído, pero también de errores recurrentes en la gestión de la información. Se acusa con frecuencia a los medios, no sin razón, de no representar bien la realidad por intereses particulares o por no saber controlar ciertas dinámicas informativas que provocan sesgos y distorsiones. Entre las críticas más frecuentes que llegan a través de los mecanismos de participación figura la tendencia a la espectacularización, a valorar más lo impactante que lo importante, a resaltar los aspectos más conflictivos de cualquier asunto, a fomentar el enfrentamiento o tratar de forma superficial asuntos complejos.

¿Qué debe hacer la profesión periodís-

tica ante el clima de crispación? En primer lugar, no dimitir. Tratar de acercarse lo más posible a la verdad, contarla de forma transparente y contribuir a un debate político racional ofreciendo los elementos de interpretación de la realidad que ayuden a comprender la complejidad de los problemas. En la medida en que lo haga, será inevitable entrar en colisión con quienes utilizan la desinformación, los bulos y las teorías de la conspiración como instrumento de polarización.

Desmontarlos forma parte de la obligación de informar con rigor. Al hacerlo, es posible que la respuesta sea una mayor crispación, esta vez dirigida contra el propio medio; pero, en estos casos, la respuesta solo puede ser una: resistir y persistir.

Tenemos instrumentos: el cumplimiento estricto del código deontológico; decidir la propia agenda informativa, atendiendo al interés de los ciudadanos antes que al de los actores políticos; indagar la verdad y no acatar los argumentarios que pretenden imponer los estrategias de la comunicación partidista, y desenmascarar las mentiras cada vez que se detecten. Ser honestos con las fuentes y reconocer los errores cuando se produzcan, porque nadie es infalible y menos en un momento en que abundan las trampas y cuesta tanto desentrañar la verdad. En resumen, ac-

tuar de acuerdo con las normas éticas de la profesión y no dejarse intimidar por el griterío y la presión de quienes intentan instrumentalizar a los medios para alcanzar sus propósitos.

A la corta, puede resultar incómodo y exigir un sobreesfuerzo; si bien, a la larga, la independencia de criterio y el rigor es lo que puede garantizar que el periodismo pueda seguir ejerciendo su función como garante del derecho de la ciudadanía a recibir información veraz.

2 ¿Se deben publicar las declaraciones enlatadas de los políticos o publicadas directamente en sus redes sociales?

En su afán por controlar su imagen pública y el alcance de sus mensajes, cada vez es más frecuente que los políticos expresen opiniones y hagan declaraciones públicas mediante procedimientos que no permiten la interacción periodística, con preguntas incómodas o exigencia de aclaraciones. En realidad, muchas de estas manifestaciones no tienen como objetivo aportar información o elementos de discusión al debate público, sino satisfacer otras necesidades comunicativas, como fijar una posición pública, intervenir en una polémica de forma controlada o lanzar ideas o datos que no resistirían el escrutinio de un interrogatorio periodístico. También se suele recurrir a esta vía para alentar

campañas de descrédito contra algún adversario político o replicar informaciones desfavorables. Los motivos son muy variados y, por tanto, no resulta fácil establecer un criterio general a la hora de valorar si se deben publicar o no este tipo de declaraciones.

Es obvio que esta forma de proceder resta posibilidades de contraste al periodismo riguroso, que tiene el deber de verificar todos los datos que ofrece. Los políticos son libres de elegir la forma y el canal por el que quieren comunicar sus mensajes. Pero el periodismo tiene la obligación de ir más allá del interés de la fuente en proporcionar una determinada información.

Si la declaración o el mensaje lanzado a través de las redes tienen interés informativo, no hay razón para no reproducirlo. Pero, en este caso, la publicación debe ir acompañada de elementos de contextualización que permitan al lector calibrar bien el alcance y el sentido de la información que se le proporciona. Es un dato relevante conocer de qué forma se ha hecho, a qué obedece o en qué debate incide ese tuit o esa declaración sin posibilidad de preguntar. Teniendo en cuenta la deriva hacia la polarización y la crispación en la que está cayendo la política española, un factor que se debe tener en cuenta a la hora de valorar el interés informativo es si la manifestación aporta algún ele-

mento objetivo de interés o si solo sirve para calentar el debate.

3 ¿Es deontológicamente correcto publicar informaciones obtenidas de fuentes anónimas que no se pueden identificar?

Un elemento esencial de transparencia y responsabilidad en el ejercicio del periodismo es facilitar las fuentes de la que procede la información. La identidad de las fuentes es un dato relevante, porque permite al lector valorar y contextualizar el contenido de la información, evaluar la idoneidad de las propias fuentes y hacer un juicio sobre la calidad del procedimiento informativo. Aunque el medio debe ser siempre el garante último de la veracidad de cualquier noticia que difunde, publicar las fuentes permite también un mayor control de calidad externo y es un antídoto contra el abuso de posición por parte del propio periodista, que puede tener la tentación de intervenir sobre los acontecimientos mediante la manipulación del contenido, amparándose en supuestas fuentes anónimas.

Siempre que se pueda, por tanto, deben identificarse las fuentes. Aunque no siempre es posible hacerlo. Hay asuntos críticos que merecen ser conocidos por la ciudadanía, pero que, por la propia naturaleza conflictiva del asunto, su revelación entraña un riesgo para

las fuentes. En esos casos, la identidad podrá mantenerse oculta. La mayoría de los libros de estilo y códigos deontológicos aceptan esta posibilidad, si bien siempre que esté justificado y nunca como primera opción, sino como último recurso.

Lamentablemente, en la práctica se ha abusado tanto de las fuentes anónimas que se han convertido en una fuente de descrédito para el periodismo. Ha habido casos notorios como el de Janet Cooke, que llegó a ganar un premio Pulitzer en 1981 por una historia falsa sobre un niño drogadicto publicada en *The Washington Post*; el de Jayson Blair, periodista estrella de *The New York Times*, que hasta 2003 inventó decenas de reportajes y noticias amparándose en el anonimato de las fuentes, o el de Claas Relotius, que hizo lo mismo para *Der Spiegel* y fue despedido en 2019 después de haber recibido numerosos premios por reportajes sobre personas, hechos o testimonios inventados.

Todos ellos son casos extremos de mala práctica y fraude periodístico, pero el recurso a las fuentes anónimas sin una justificación sigue siendo muy habitual y da lugar a todo tipo de abusos. Muchas veces, el recurso a fuentes anónimas es fruto de un sometimiento del periodista a la fuente en aras de seguir contando con su colaboración en el futuro. Otras, a la comodidad del propio

periodista, que no se ha esforzado suficiente para encontrar fuentes citables.

Para determinar cuándo está justificado que la fuente permanezca en el anonimato, conviene hacerse, a modo de criba, algunas preguntas. La primera: si la información que ofrece esa fuente es vital para poder publicar la noticia o si existen otras vías para obtener y verificar la información. Si por su posición y conocimiento es o no una fuente solvente. Si la información que facilita son datos objetivos que puedan contrastarse o se trata de una opinión o conjetura personal. También hay que tener claro cuál es la razón por la que la fuente facilita la información y los motivos por los que pide el anonimato. Otro dato importante es si la fuente tiene poder y lo está utilizando, o si es una víctima de la situación que se trata de denunciar.

Si después de una severa evaluación se llega a la conclusión de que la fuente es fiable y la información es veraz, el periodista puede publicarla manteniendo el anonimato; aunque, en ese caso, ha de tener en cuenta que el riesgo se desplaza de la fuente al mensajero y debe asumir las consecuencias. En favor de la mayor transparencia posible, se procurará dar al lector elementos indirectos sobre la posición de la fuente que le permita valorar su pertinencia.

Un caso diferente, pero también cada

vez más frecuente, es la publicación de informaciones obtenidas a través de las redes sociales o internet que no se pueden verificar, pues proceden de cuentas sobre las que no se tienen certezas suficientes. En este caso, se han de extremar las precauciones. Suele suceder

en la cobertura de conflictos de países a los que la prensa no puede acceder libremente. Si se opta por publicar la información, se ha de advertir claramente la forma en que se ha obtenido, la imposibilidad de contrastarla y el riesgo de que no sea verídica.