

Consultorio Deontológico

MILAGROS PÉREZ OLIVA

1 ¿Es legítimo utilizar el periodismo parlamentario como instrumento de agitación política?

Todas las especialidades del periodismo son importantes, pero en un sistema democrático el periodismo parlamentario lo es especialmente, porque de su buen hacer y del cumplimiento escrupuloso de las normas deontológicas depende una buena transmisión a la ciudadanía de lo que ocurre en las cámaras legislativas. En un momento de extrema polarización de la política, la intermediación del periodismo parlamentario es clave para que la ciudadanía pueda recibir una información veraz de las iniciativas de las fuerzas políticas y de las relaciones que se establecen entre ellas.

De un tiempo a esta parte, sin embargo, esa polarización ha alcanzado a la propia profesión periodística. El cambio se ha producido con la llegada al Congreso de los Diputados de personas

acreditadas como periodistas que, con su comportamiento, distorsionan gravemente el clima habitualmente respetuoso de los profesionales que ejercen este tipo de periodismo. En realidad, no se comportan como periodistas, sino como agitadores ultras que utilizan las acreditaciones y su libertad de movimiento para hostigar o incomodar a políticos, boicotear o alterar el curso de las ruedas de prensa y publicar informaciones falsas o distorsionadas.

Entre los agitadores se encuentran activistas y antiguos candidatos de fuerzas de ultraderecha que practican un notable nivel de agresividad y hostigamiento con fines claramente intimidatorios. Su actitud distorsiona la vida parlamentaria y entorpece el trabajo de los demás periodistas, a los que también han señalado y agredido, propiciando un clima de coacción intolerable.

Diferentes colectivos profesionales, entre ellos la Federación de Asociacio-

nes de Periodistas de España (FAPE), la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) y la Asociación de Periodistas Parlamentarios (APP), habían pedido reiteradamente una modificación del Reglamento de la cámara que permita erradicar esos comportamientos. Una manifestación convocada por la APP reunió a más de 80 profesionales el pasado 6 de febrero en la escalinata del Congreso para pedir un cambio del Reglamento que permita sancionar esas conductas y retirar las acreditaciones a los activistas que se disfrazan de periodistas.

El Reglamento del Congreso, aprobado en 1982, prevé que la Mesa regule la concesión de acreditaciones a representantes de los medios. No obstante, la regulación vigente no permitía adoptar medidas eficaces. En la última ocasión en la que se actuó de acuerdo con esa normativa, la resolución adoptada fue derogada por la justicia. Ocurrió en 2019. Un periodista de *Okdiario* entró de forma irregular en los despachos de la entonces ministra Irene Montero y el vicepresidente Pablo Iglesias en el Congreso de los Diputados, grabó imágenes de forma ilegal y las publicó. La Mesa del Congreso acordó el 3 de julio retirarle la acreditación durante un año por incumplimiento de la Instrucción de la Presidencia del Congreso sobre información gráfica en la cámara. Pero en febrero de 2020, la Sala Tercera del

Tribunal Supremo estimó el recurso del periodista y anuló la suspensión alegando infracción del principio de tipicidad. Sostenía que la decisión de retirar la acreditación no estaba basada en un régimen tipificado de faltas y sanciones.

Eso es justo la reforma que se discute en el Congreso. Con el apoyo de los grupos parlamentarios del PSOE, Sumar, PNV, ERC, Junts per Catalunya, Bildu, BNG, Podemos y Coalición Canaria, el pasado 21 de marzo se presentó una propuesta legislativa de reforma del artículo 98 del Reglamento del Congreso que revisa las normas de acreditación de los periodistas y establece un régimen sancionador. La proposición fue admitida a trámite el 20 de mayo, con el voto en contra del PP, Vox y UPN.

El propósito de la nueva norma es fijar “los requisitos que resulten exigibles” para garantizar “el derecho a la información veraz y el buen funcionamiento de la Cámara”. También exige que se respeten “las reglas de cortesía parlamentaria en el recinto”. Entre los criterios para la renovación de credenciales se tendrá en cuenta, en todo caso, la existencia de anteriores vulneraciones, así como de las directrices y acuerdos de la Mesa. También prevé crear un Consejo Consultivo de Comunicación Parlamentaria, integrado por un

miembro de cada uno de los grupos parlamentarios y representantes de las entidades y colectivos profesionales en el ámbito de la información.

El régimen de sanciones, basado en una tipificación detallada de infracciones leves, graves y muy graves, podrá ir desde una amonestación a la suspensión temporal de la acreditación y la revocación permanente. La sanción se impondrá al representante del medio de comunicación que haya cometido la infracción, y con objeto de evitar maniobras o subterfugios para eludirla prevé que, en el caso de las graves o muy graves, el medio representado por la persona sancionada no pueda sustituirla por otra durante el tiempo que dure la suspensión de la credencial. Si la infracción deriva en una publicación en un medio de comunicación sin identificación de autoría, en ese caso se suspenderán todas las credenciales vinculadas a ese medio por un tiempo de entre seis meses a tres años.

El nuevo texto se alinea con el reglamento europeo de la libertad de medios de comunicación -Reglamento (UE) 2024/1083-, la European Media Freedom Act (EMFA), aprobada por el Parlamento Europeo en marzo de 2024. Parte de la premisa de que los medios son un servicio público imprescindible para el buen funcionamiento de la democracia. Y establece que los

dos principales criterios para definir un “servicio de medios de comunicación” serán “la actividad profesional y la responsabilidad editorial”. El reglamento es de aplicación directa, aunque el Gobierno ha anunciado iniciativas legislativas para trasponer y concretar las directrices europeas a nuestro ordenamiento interno. Pero mientras se define qué medios pueden ser considerados como tales, el Congreso de los Diputados se defiende de esta forma contra la actividad distorsionadora de los “seudomedios”.

Los contrarios a la reforma del Reglamento alegan que supone un atentado a la libertad de expresión e información. Este es el argumento que con más frecuencia se invoca como reacción contra cualquier intento de preservar un periodismo riguroso y respetuoso con las normas éticas. Es un argumento trampa. Estamos de nuevo en una de esas situaciones extrañas en las que se retuerce la realidad hasta el punto de que quienes han acreditado una práctica censurable de acoso, intimidación y mala praxis periodística acusan a quienes tratan de defender los estándares del buen periodismo y las normas éticas de la profesión de conculcar nada menos que la libertad de expresión e información. En realidad, el periodismo de trincheras no defiende la libertad de información, no al menos la de los políticos y periodistas que son objeto de su

hostigamiento, sino su capacidad para convertir una acreditación periodística en un arma de agitación política. Lo que conculca la libertad es coaccionar y tratar de obstruir el trabajo parlamentario y el de otros profesionales del periodismo por razones ideológicas y políticas.

Este tipo de “periodismo de agitación” nada tiene que ver con el derecho de los medios de comunicación a obtener y difundir información veraz, porque no es ese su propósito. Lo que buscan es alterar los mecanismos de formación de la opinión pública; y para ello, la acreditación periodística solo es un medio instrumental con el que lograr esos fines. La acreditación les permite acceder a los recintos parlamentarios, interpelar a los políticos y conseguir una cobertura legal para poder ejecutar sus campañas de desinformación y de descrédito contra determinados políticos y contra otros periodistas.

Resulta chocante que quienes utilizan procedimientos de acoso, insultos y hostigamiento hacia sus propios compañeros consideren que cualquier limitación a sus excesos constituye un atentado contra la libertad de expresión e información. Limitar esas prácticas no puede ser considerado un menoscabo del derecho de los medios a obtener y difundir información veraz, sino todo lo contrario: implica dotar a la Cámara de mecanismos para proteger esos

derechos frente a intrusos, que, bajo la apariencia de desarrollar un trabajo periodístico, verdaderamente están socavando la libertad de los demás y la credibilidad del buen periodismo.

2 ¿Es deontológicamente aceptable que los algoritmos marquen la agenda periodística?

Los algoritmos y herramientas de inteligencia artificial (IA) han llegado a las redacciones con grandes promesas, pero también grandes incógnitas sobre las consecuencias de su aplicación. Prometen facilitar el trabajo y, desde luego, lo hacen ya. Son realmente útiles en la búsqueda de información, contraste de datos y, en general, en tareas de verificación y documentación. Pero también plantean desafíos sobre los que debemos reflexionar.

La llegada de los algoritmos al periodismo supone dos grandes motivos de preocupación: 1) La posible sustitución de los periodistas por procesos automáticos de elaboración de noticias y otros productos editoriales, y 2) que el uso de las métricas y los algoritmos de selección haga que las decisiones informativas acaben estando dominadas por el cálculo de audiencias más que por criterios de valoración informativa. Es decir, que el conocimiento de las preferencias del público y la capacidad de segmentar e incidir sobre la audiencia acabe creando un sesgo de valoración,

una tendencia a darle lo que quiere oír o leer, en lugar de lo que, en aplicación de criterios profesionales, se considere que son asuntos de interés general que la sociedad debe conocer.

Pero vayamos por partes:

Los algoritmos pueden ayudar a obtener datos, seleccionarlos y tratarlos de forma que enriquezcan y complementen el trabajo periodístico. Sin embargo, la información es algo más que una sucesión de datos. Y de la misma manera que la información es un elemento imprescindible pero no suficiente para alcanzar conocimiento, la agregación de datos nunca bastará, por sí sola, para confeccionar una información completa basada en criterios profesionales. El criterio periodístico se nutre de un conocimiento complejo, basado en el análisis racional, la experiencia subjetiva y la creatividad reflexiva del periodista.

Eso que en las redacciones llamamos criterio es un intangible mucho más difícil de alcanzar de lo que parece, porque está compuesto de elementos de racionalidad, pero también elementos de subjetividad y emocionalidad imprescindibles para juzgar y calibrar la realidad. Por mucha capacidad de imitación del proceso mental que logre la IA, por mucho dominio del lenguaje que alcance, solo será una imitación limitada de los procesos cognitivos

humanos, que son los que permiten comunicar a otros humanos contenidos significativos. Por eso, las mismas tecnologías que parecen convertir a los humanos en activos obsoletos, porque pueden seleccionar informaciones e incluso elaborarlas de forma automatizada, es lo que los hace más necesarios que nunca. La automatización del proceso de valoración y elaboración puede ayudar a ejercer el periodismo, a condición de que un humano con criterio esté al mando.

Cuestión diferente es la forma en que las nuevas tecnologías de IA pueden condicionar las decisiones editoriales que tomamos como periodistas. Diferentes programas permiten medir las audiencias y conocer con detalle las preferencias de los lectores. Es el caso de Google Analytics con IA integrada, que analiza el comportamiento de los usuarios en tiempo real, por ejemplo, el número de páginas visitadas, el tiempo que permanece en ellas y la tasa de apertura de cada elemento. En sus últimas versiones permite segmentar audiencias, personalizar el contenido, detectar tendencias, rastrear e identificar fuentes de tráfico y generar *insights* instantáneos, que es lo más parecido a inducir respuestas automáticas. Charbeat o Parse.ly disponen de algoritmos que predicen qué contenidos retienen mejor la atención de los usuarios y qué titulares (o palabras) tienen mayor capacidad de propagación o de en-

ganchar al receptor. Programas como NewsWhip, Echobox y CrowdTangle sirven para medir el impacto potencial de un contenido en las redes sociales, predecir su viralidad, observar tendencias y maximizar el impacto de las noticias.

Los grandes medios utilizan varias de estas herramientas para conocer mejor sus audiencias, segmentarlas y mejorar la experiencia de usuario. No obstante, a nadie se le oculta que, si una parte de los ingresos de los que depende la viabilidad del medio está condicionada por la dimensión de las audiencias, el riesgo de que la información sobre las preferencias condicione el criterio periodístico está ahí. El viejo problema de que lo impactante pase por delante de lo importante cobra en este caso una dimensión importante.

Tenemos antecedentes que invitan a la cautela.

Hace solo unos años debatíamos sobre el efecto que el “todo por la audiencia” podía tener sobre los contenidos televisivos. En España tuvimos ocasión de comprobar cómo la aparición de múltiples canales de televisión en poco tiempo aumentaba la competencia, pero esa competencia no se tradujo siempre en una programación de mayor calidad, como se había especulado. Al contrario, en algunos casos llevó a una homogeneización a la baja de la

calidad de los contenidos. En la feroz competencia por la audiencia, lo que reinaba era la telebasura. Ahora, todos somos medios híbridos, todos tenemos un componente audiovisual, y la presión de las métricas de audiencia se deja sentir en todos los medios y todas las redacciones.

Debemos vigilar el impacto que la aplicación de esas herramientas puede tener en las decisiones editoriales. Y para ello, no hemos de perder de vista que los periodistas solo somos los depositarios de un derecho fundamental de la ciudadanía: el derecho a recibir información veraz. En una sociedad crecientemente compleja y acelerada como es la nuestra, en la que con frecuencia vamos por detrás de los acontecimientos, se necesita un gran volumen de información veraz y de calidad para que la ciudadanía pueda hacerse una idea ajustada de la realidad en los muchos asuntos sobre los que debe tomar decisiones. La tentación de dejarse guiar por los algoritmos para aumentar o satisfacer audiencias puede erosionar la crucial aportación del periodismo en una democracia. Lo estamos viendo con el efecto de los algoritmos que aplican las plataformas y las redes sociales. En estos tiempos de polarización, esos algoritmos tienden a encerrarnos en burbujas de afinidad ideológica o identitaria en las que podemos estar muy confortables, pero muy mal informados.

Como recordaba el *Nieman Reports* de verano de 2023, estas herramientas permiten que el periodismo pueda expandirse, mejorar la calidad y las rutinas de trabajo, conectar mejor con la audiencia y liberar tiempo en las redacciones para tareas de investigación y verificación. No obstante, la agenda periodística debe formarse sobre la base de criterios de interés general, con la vista puesta en el bien común. Debemos utilizar las herramientas de la IA, no para buscar la forma de obtener rédito de las pulsiones

del público, sino para realizar mejor nuestra función de intermediarios fiables en la provisión de información contrastada y veraz. Como siempre, hemos de huir del planteamiento bipolar en el que con frecuencia caemos: ni el entusiasmo acrítico ni el catastrofismo paralizante nos van a ayudar. Y tener claro que, para poder hacer buen periodismo, tiene que haber periodistas al mando con las mejores herramientas posibles, pero conscientes de la responsabilidad que tienen entre manos.

