

ÉTICA Y PERIODISMO

*Por Carlos Alberto Calderón Álvarez
Medellín, Noviembre 18 de 1.993
Conferencia dictada en Coopercolt*

INTRODUCCIÓN

Es destacable la importancia de trabajar el tema y la realidad de la ética de cara al periodismo.

En primer lugar, constatar que no debemos hacerlo como una moda más o como algo rentable. Los norteamericanos han intuido que la ética puede ser rentable. Han llegado a la conclusión de que la economía, la política y la información se degradan si se olvidan de la ética (Carlos Soria. Director del Departamento de Ética y Derecho de la Información. Universidad de Navarra).

Una segunda constatación: La crisis de la ética. Curiosamente, aunque la ética está de moda, está en crisis. ¿Por qué este rechazo?

Razón histórica moderna

Hoy en día lo que "vale" es lo Empírico, lo constatable, Lo útil, la ganancia. Hay un notorio desprestigio de la filosofía.

Deformación histórica

La ética ha sufrido muchas deformaciones, ya sea por el moralismo que se le ha implicado, por reduccionismo religioso o por la manipulación a que ha sido expuesta.

¿Es sostenible, a pesar de esto?

Hay razones:

1. De ineludibilidad: Por su naturaleza es una temática que no se puede evitar.
2. Y de necesidad: Frente a la realidad de manipulación y de engaño tan presente en el ejercicio del poder y tan negadora de la dignidad y la libertad humana y social, se requiere proclamar la necesidad de una Ética que garantice el respeto por la autonomía y la libertad del pueblo, por el derecho a no ser engañado y manipulado en el ejercicio de su responsabilidad ciudadana. También es necesaria para el desarrollo de la Ciencia y tecnología, la Medicina y la genética, la Ecología y la Economía.

ÉTICA Y COMUNICACIÓN

Como vimos, ningún campo de la actividad humana se puede sustraer a la ética. Y la ética no solo en función de los actos y decisiones individuales, también toca instituciones y grupos sociales. Esta dimensión social de la ética hace referencia a varias vertientes:

1. A lo económico, en cuanto a su relación con los bienes.
2. A lo político en cuanto a la organización de la polis (de la ciudad, del conglomerado humano).
3. A lo cultural en su referente a lo educativo e informativo

El mundo de la información, como poder al lado de lo económico y lo político, tiene que ver con el poder. Y puesto que tocar con la dimensión del poder, el mundo de la comunicación debe activar, en su interior, la ética.

PERSPECTIVAS

Hablaríamos aquí de algunos criterios y valores que deben jugar en el ejercicio ético de la información o del periodismo:

1. Valor de la profesionalidad

La primera falta de ética de la comunicación es la mediocridad profesional, la superficialidad.

2. Valor de la verdad

La verdad es casi lo que le da valor al periodismo.

3. Valor de la creatividad

Si la comunicación no es generadora de novedad, impulso al progreso, ella no es ética.

4. Valor del respeto por la persona

La privacidad (el fuero interno).

5. Valor de la libertad

No solo “ad-extra” (para afuera, para el público), sino también “ad-intra” (al interior de si mismo o de la organización)

PELIGROS

- Síndrome de transferencia de responsabilidad.

Esto hace referencia a la actitud asumida cuando se interpela, por ejemplo, a los periodistas sobre su responsabilidad ética por determinadas informaciones, donde más de uno suele contestar que la responsabilidad no es suya sino que la tienen las fuentes de las informaciones o la tienen los directores o los

propietarios del medio, que son los que, investidos del poder de decisión, marcan el estilo ético general del trabajo informativo. Se llega incluso a derivar la responsabilidad en el público, argumentando que se da lo que ellos quieren.

- Esquizofrenia ética de las organizaciones informativas.

Cuando se habla de ética informativa, todos los ojos se vuelven a la Redacción. Pero la responsabilidad, no es sólo de la redacción: La ética ha de ser un tema central de toda la organización informativa. Es una cuestión que afecta a propietarios, editores, directores, gerentes, periodistas y presentadores. La ética debe ser total, para todos y en todo.