



 PORTADA

 INFORMACIÓN GENERAL

 CONSEJO EDITORIAL

 ENVÍO DE ORIGINALES

 NÚMEROS ANTERIORES

 INDEXACIÓN BASES DE DATOS

 CREATIVE COMMONS

 BÚSQUEDAS

 CONTACTO

Google DENTRO DE C&S

 OK


Reseña /

Esteban López-Escobar

La Responsabilidad Pública del Periodista

Sevicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, Pamplona, 1988 537 pp.

Esteban López-Escobar y José Luis Orihuela (editores)

La Responsabilidad Pública del periodista.

Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, Pamplona, 1988. 537 pp.

La natural dispersión temática que suelen tener las actas de reuniones científicas, queda compensada, normalmente, con la riqueza de enfoques y puntos de vista con que son tratados los temas.

Tanto la diversidad de los enfoques como la riqueza de las aportaciones son también características del volumen que recoge las Actas de las II Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información que, bajo el título "La Responsabilidad Pública del Periodista", tuvieron lugar en Pamplona durante los días 5, 6 y 7 de noviembre de 1987. Un tema clásico, pero de perenne actualidad, es, por tanto el tratado en el libro que ahora presentamos. El que los periodistas han de responder de las repercusiones de su trabajo ante la sociedad, ha sido y es algo comúnmente aceptado por los propios profesionales y también por los estudiosos de la comunicación pública. Sin embargo, no siempre ha sido acertado el modo de comprender y de poner en práctica esa responsabilidad de los que llevan a cabo las tareas informativas.

Tradicionalmente – también hoy en día – se ha entendido que el fundamento de la responsabilidad del periodista está en "ser mero transmisor, registrador mecánico, magnetofónico, mediante un discurso neutro, de lo que otros dicen o hacen" (p. 16). Es la postura de los que exigen la libertad de expresión como si ésta fuera un fin en sí misma, y no un medio para alcanzar la justicia y la paz sociales. Asimismo, es la postura de los que ven en el trabajo del informador algo anónimo y deshumanizado que, llevado a sus últimas consecuencias, puede conducir a situaciones como la que recoge Manuel Casado en la Presentación de las Jornadas: "Decía Hitler a Göring: «Yo libero al hombre (...) de la humillante quimera llamada conciencia y moral y de las pretensiones de una libertad y autonomía personales, de las cuales muy pocas personas pueden estar a la altura» Y Göring exclamó: « ¡Yo no tengo conciencia! Mi conciencia se llama Adolfo Hitler!»" (p. 15). Es en ese punto – el del concepto de responsabilidad en la comunicación pública – donde se encuentra la más valiosa aportación de este libro. Tanto en las ponencias como en las comunicaciones, se hace a menudo referencia a un concepto de responsabilidad distinto del expuesto líneas más arriba. En su Presentación de las Jornadas, Manuel Casado adelantaba lo que posteriormente iba a ser un lugar común en las exposiciones y debates: la consideración de la responsabilidad como un atributo de las personas, moralmente no transmisible a los medios, que no puede abandonarse con la excusa del cumplimiento de un deber, o la apelación a la libertad de expresión, o a una supuesta objetividad en la que lo dominante son los "hechos", y no el "cronista" de esos hechos. Las tres ponencias que se incluyen en el libro hacen referencia a este concepto de responsabilidad, cada una desde su propio enfoque. Gianfranco Bettetini, catedrático de Teoría y Técnica de la comunicación de masas en la Universidad Católica de Milán, crítica en su exposición titulada "Los mitos de la objetividad, la neutralidad y la profesionalidad en la información", la postura ilustrada que ve en los tres conceptos a las que hace referencia el título, condiciones necesarias para poder llevar a cabo una actividad informativa éticamente correcta, es decir, aquella en la que se da una "equivalencia de poder interlocutor entre quien habla y quien recibe" (p. 27). Bettetini mantiene, por el contrario, que ni la objetividad ni la neutralidad ilustradas son posibles en el ámbito de la comunicación

pública: "quien hable de neutralidad, de media de opiniones, de asepsia, de distancia radical entre información y comentario, demuestra haber comprendido muy poco los mecanismos en juego de los mass-media" (p. 44). En definitiva, la eticidad de la información, no puede hallarse en la dimensión semántica del discurso – a la que hacen referencia conceptos como los de objetividad y neutralidad – sino en la dimensión pragmática, es decir, en la que considera el lenguaje como una acción humana de la que no puede desprenderse la impronta personal, subjetiva y dotadora de sentido para el texto informativo. Frankfurte Allgemeine Zeitung y exdoBoris Groys, crítico de arte en las universidades de Moscú y Leningrado, mantiene en su ponencia "Los medios soviéticos en la época de la «Glasnost»" un planteamiento de fondo similar al de Bettetini. Por medio de una somera exposición de la evolución histórica del comunismo soviético, demuestra que la Glasnost y la Perestroika de Gorbachov no son sino un paso más en el proceso de desideologización que se observa en la URSS desde los primeros años del estalinismo. El fracaso económico y social del marxismo implantado en Rusia con la Revolución de Octubre, condujo al aparato W Partido a condenar en la primera mitad de los años 30 el marxismo tradicional, calificándolo de "sociologismo vulgar", al tiempo que se afirmaba que la Unión Soviética era la "heredera – única: heredera – de toda la cultura humana traicionada por el capitalismo nihilista occidental" (p. 57). La Perestroika de Gorbachov mantiene esos dos postulados sobre el marxismo

tradicional del incipiente estalinismo y los convierte en el principio motor de las reformas que pretende llevar a cabo. Sin embargo, con ello, las élites soviéticas caen en la esquizofrénica situación de pretender alcanzar una mejora económica y social, pero sin modificar para nada las instituciones sociales y culturales. Con la Glasnost se tiene la posibilidad de conocer la situación real de la Unión Soviética, pero no existe la posibilidad de modificarla. Concluye Groys señalando que la "libertad de palabra no significa solamente la utilización instrumental de la palabra, o sino vivir la libertad en el mundo de la palabra, que es un mundo autónomo que no consiste en cosas, sino en interpretaciones del mundo" (p. 60). El poder y la autonomía alcanzada por los medios es tal que puede afirmarse que sólo existe lo que aparece en ellos. Gorbachov – afirma Groys – se ha dado cuenta de ello, y ahí gravita su Glasnost: en presentarse como "una estrella de los medios". Pero esta inusitada apertura en la posibilidad de informar sobre la URSS – tan alabada en Occidente – no se ha seguido de una libertad de interpretación en los medios soviéticos

que continúan, por tanto, privados de la más importante misión pública de los informadores y de los medios en los que trabajan. La ponencia de Alfonso Nieto, catedrático de Empresa Informativa en la Universidad de Navarra, versa sobre "Poder de informar y poder de anunciar". Destaca los negocios informativos no p n ser vistos sólo como productores de un beneficio económico, sino que generan un poder. Hay que averiguar quién es el titular de ese poder para determinar cuál ha de ser el uso que se haga de él. Por lo que se refiere al poder de informar, mantiene Nieto con Desantes y Soria, que su titular es el pueblo. A todos y cada uno de los ciudadanos pertenece ese poder, y ellos lo delegan por medio de un mandato informativo – tácito – a empresas e informadores en virtud de una confianza depositada en ellos. En cuanto al poder de anunciar, destaca primero la creciente importancia económica de las inversiones publicitarias en nuestros días. Ello hace más acuciante la necesidad de preguntarnos acerca de quién es el propietario de ese poder. Y concluye Nieto que también es el público, pues el coste de la publicidad es cargado por los anunciantes en el precio de venta al público del producto. La consideración del público como propietario del poder de informar y del poder de anunciar, lleva a Nieto a la conclusión de que el uso que se haga de ambos poderes tienen que suponer un beneficio para sus verdaderos propietarios. Sin embargo no es ésta la tendencia que se observa hoy por parte de los profesionales que han recibido el mandato informativo, sino que más bien se pretende convertir a los ciudadanos – los verdaderos propietarios – en meros consumidores de información, con las consecuencias negativas que ello comporta: "cuando el ejercicio del poder que otorga la información hace del ciudadano un simple ejecutor, el hombre pierde su libertad" (p. 68). Y esto sucede a menudo cuando se pone a la libertad, en lugar de la verdad como Fin absoluto del poder de informar. Defender la verdad es cauce para la libertad, y sólo así es posible que la ética y la justicia sociales sean los fines del quehacer informativo. También entre las comunicaciones que se recogen en el volumen de las Actas se pueden encontrar aportaciones que enriquecen la noción de responsabilidad en el ámbito de la comunicación pública. El más de medio centenar de comunicaciones seleccionadas ha sido clasificado en cuatro grupos temáticos que estudian la imagen social del periodismo y la imagen periodística de la sociedad, el cometido social del periodista, los valores centrales de las profesiones informativas y las relaciones entre el periodismo y el poder político respectivamente. Como es obvio, las aportaciones vertidas en las comunicaciones, por su obligado carácter resumido, son de menor riqueza que las de las ponencias, pero sin embargo aportan en la mayoría de los casos una visión más cercana a la realidad diaria, en la que hay que hacer vida la teoría creada en el ámbito académico y científico. Hay, pues, comunicaciones que versan sobre una gran variedad de temas que van desde la representación del periodista en la imagen fílmica o la imagen de la mujer en la publicidad televisiva, hasta el estudio de la función social del periodista en la doctrina de pensadores como Niklas Luhmann o Eugenio María de Hostos, o en determinadas situaciones históricas o políticas, pasando por los aspectos creativos del trabajo informativo, doctrinas jurídicas y políticas que han determinado la función social de los medios y formulaciones teóricas acerca del modo de contar la actualidad o sobre la responsabilidad de los medios, los periodistas y los empresarios de la información en la estabilidad social o política de una sociedad. Nos encontramos, pues, ante un trabajo no sólo muy cuidado en sus aspectos formales – tanto en la ordenación y clasificación de las comunicaciones como en la edición estilística de los textos –, sino también muy valioso por sus aportaciones teóricas y aplicaciones prácticas acerca de un concepto tan básico en las tareas informativas como es el de la responsabilidad pública de los periodistas

MANUEL MARTIN ALGARRA

Manuel MARTÍN ALGARRA

mmalgarra@unav.es

[arriba](#)