

EL PERIODISMO COMO DEBER SOCIAL

ACADEMIA NACIONAL DE PERIODISMO

Academia Nacional de Periodismo

Miembros de número

MARTÍN ALLICA	MARIANO GRONDONA
ARMANDO ALONSO PIÑEIRO	ROBERTO PABLO GUARESCHI
ULISES BARRERA	BERNARDO EZEQUIEL KOREMBLIT
RAFAEL BRAUN	LAURO F. LAÍÑO
RAÚL H. BURZACO	JOSÉ IGNACIO LÓPEZ
NAPOLEÓN CABRERA	LUIS MARIO LOZZIA
CORA CANÉ	FÉLIX LUNA
JOSÉ MARÍA CASTIÑEIRA DE DIOS	ENRIQUE J. MACEIRA
NELSON CASTRO	ENRIQUE M. MAYOCHI
JORGE CERMESONI	ALBERTO J. MUNIN
JUAN CARLOS COLOMBRES	ENRIQUETA MUÑIZ
DANIEL ALBERTO DESSEIN	ENRIQUE OLIVA
JOSÉ CLAUDIO ESCRIBANO	FRANCISCO A. RIZZUTO
FERMÍN FÈVRE	FERNANDO SÁNCHEZ ZINNY
ROBERTO A. GARCÍA	RAÚL URTIZBEREA
OSVALDO E. GRANADOS	BARTOLOMÉ DE VEDIA

Miembro correspondiente en la Argentina

EFRÁIN U. BISCHOFF (Córdoba)

Miembro correspondiente en el extranjero

MARIO DIAMENT (Estados Unidos)

Mesa Directiva

Presidente:	JOSÉ CLAUDIO ESCRIBANO
Vicepresidente 1º:	BERNARDO EZEQUIEL KOREMBLIT
Vicepresidente 2º:	ENRIQUE JOSÉ MACEIRA

Secretario: ENRIQUE MARIO MAYOCHI
Prosecretaria: ENRIQUETA MUÑOZ
Tesorero: ALBERTO J. MUNIN
Protesorero: FERMÍN FÈVRE

Comisión de Fiscalización

Miembros titulares: FRANCISCO A. RIZZUTTO
DANIEL ALBERTO DESSEIN
JOSÉ MARÍA CASTIÑEIRA DE DIOS

Miembros suplentes: NAPOLEÓN CABRERA
CORA CANÉ

Comisiones

Admisión: BARTOLOMÉ DE VEDIA
DANIEL ALBERTO DESSEIN
ARMANDO ALONSO PIÑEIRO
ENRIQUE J. MACEIRA
ALBERTO J. MUNIN

Biblioteca,
Hemeroteca y Archivo: BERNARDO EZEQUIEL KOREMBLIT
ENRIQUE J. MACEIRA
FÉLIX LUNA
JOSÉ MARÍA CASTIÑEIRA DE DIOS

Concursos, Seminarios
y Premios: ROBERTO PABLO GUARESCHI
RAFAEL BRAUN
FERMÍN FÈVRE
LAURO F. LAÍÑO
FRANCISCO A. RIZZUTO

Publicaciones
y Prensa: FERNANDO SÁNCHEZ ZINNY
NAPOLEÓN CABRERA
JOSÉ MARÍA CASTIÑEIRA DE DIOS
FERMÍN FÈVRE

LAURO F. LAÍÑO

EL PERIODISMO COMO DEBER SOCIAL



ACADEMIA NACIONAL DE PERIODISMO
Buenos Aires
2001

Editorial Dunken - Ayacucho 357 (C1025AAG) - Capital Federal
Tel/fax: 4954-7700 / 4954-7300
E-mail: *info@dunken.com.ar*
Página web: *www.dunken.com.ar*

Hecho el depósito que prevé la ley 11. 723
Impreso en la Argentina
© 2001 Nombre del Autor
ISBN 987-98566-5-1

El 29 de agosto de 2001 se realizó en el Museo Mitre el acto de incorporación del doctor Lauro Fernán Laíño a la Academia Nacional de Periodismo en calidad de miembro de número y como titular del sillón que lleva el nombre de su padre y ex presidente de la corporación, don Félix H. Laíño.

*El discurso de recepción estuvo a cargo del presidente, doctor José Claudio Escribano, y el pronunciado por el doctor Laíño abordó el tema **“El periodismo como deber social”**.*

PRESENTACIÓN DEL DOCTOR ESCRIBANO

Lauro Laíño comenzó a asomarse al periodismo desde que era un niño. Percibió los encantos, las urgencias y las frustraciones de este oficio desde la mesa familiar. Día tras día. Difícilmente podía haber tenido un maestro mejor que su propio padre, primer presidente de la Academia, en cuyo nombre hablo.

En esa figura, que ha dejado un apellido ilustre al historial de la prensa argentina, Lauro Laíño encontró el modelo que respetó, admiró y procuró seguir. Se incorpora, pues, públicamente a este cuerpo un periodista que ha contado con privilegios envidiables para muchos, pero cuya contrapartida ha estado en el peso, profesional y moral, de una carga proporcional que debía llevar de manera airosa hacia adelante.

Lo ha logrado. Así lo verifica el voto de sus pares.

Me imagino la curiosidad de los redactores veteranos de *La Razón* cuando Lauro Laíño entró en el diario como cronista de la información judicial, hace cuarenta años. En 1961, *La Razón*, conducida por las manos eximias de Félix

Laíño, pasaba por el momento de mayor fulgor. Estaba en el punto exacto de maduración y popularidad para un gran diario de la tarde desde que en 1937 había iniciado, bajo la mirada universal y la batuta de ese talento obsesivo por la perfección noticiosa, una milagrosa recuperación a partir del punto anodino en que yacía entre los medios de la prensa porteña.

Sólo un año después de su incorporación al plantel de periodistas de *La Razón*, Lauro Laíño fue uno de los dos periodistas que consiguieron presenciar uno de los hechos más singulares de la política argentina de la segunda mitad del siglo XX. Fue a fines de marzo de 1962 cuando, dentro del mayor de los sigilos y a raíz del derrocamiento del doctor Arturo Frondizi, el doctor José María Guido, presidente provisional del Senado hasta ese momento, juró como presidente de la Nación ante la Corte Suprema de Justicia de la Nación.

Laíño se ocupó luego de la crónica policial, corrigió y tituló cables de noticias y notas del exterior y se desempeñó en el amplio abanico de lo que se conoce como información general. Todo esto lo hizo bien y aceleradamente. Por eso sería fácil inferir que su designación, años después, como prosecretario general de Redacción de *La Razón* resultó ser una recompensa

apropiada a merecimientos deudores de una memoria genética, que actuó con eficacia en su caso. Probablemente haya sido así, como que también esa memoria gravitó sobre las bases propicias del estudio y el aprendizaje severo. Lauro Laíño es abogado, y en tal condición ha integrado las comisiones de Libertad de Prensa y de Publicaciones del Colegio de Abogados de la Ciudad de Buenos Aires.

Su carrera en *La Razón* culminó en 1980, con la designación de subdirector y, en los hechos, de responsable periodístico del diario. Laíño fue fundador y vicepresidente primero de la agencia Diarios y Noticias y presidente de la Asociación de Editores de Diarios de Buenos Aires. A mediados de los años ochenta se incorporó a *La Nación*, en la que estuvo encargado de informar a la dirección sobre las novedades empresariales y de técnicas periodísticas y comerciales que se abrían paso en los Estados Unidos y Europa. Actualmente es subdirector de *La Prensa*.

Debo decir que Lauro Laíño constituye en la prensa argentina el ejemplo de quien puede tener una visión general de todas las complejas etapas del fenómeno gráfico, desde la producción de papel hasta la distribución y venta de diarios, y contar en todas ellas con un

conocimiento práctico y profundo de sus complejidades.

Celebro la incorporación de Laíño a la Academia Nacional de Periodismo. Y si la presentación que he realizado de él ha estado ceñida a su larga y sobresaliente actuación en un campo de la información y la cultura regido por la letra escrita e impresa, deberá reprochárseme que haya expuesto sólo la mitad de lo que cabía expresar. La otra mitad concierne a las virtudes naturales de una capacidad oratoria, en la que muchas veces brilla el humor, que ustedes evaluarán por sí mismos a continuación. Gracias.

EL PERIODISMO COMO DEBER SOCIAL

Agradezco la presencia de todos ustedes en un día difícil.

Agradezco sus palabras al presidente de nuestra academia, el doctor José Claudio Escribano, con quien mantengo una amistad que se cuenta por lustros. Siempre admiré su ponderación y su mesura; por eso, me extrañó escuchar hoy sus exageraciones acerca de mi persona. En fin, será el costado oscuro de su personalidad. Todos lo tenemos y yo también. Espero que hoy no se me note.

Sin habérselo propuesto, por venturosa casualidad, hoy es el día de San Gabriel Arcángel, el mensajero bíblico que puede ser considerado el primer periodista de la historia. En rigor, los periodistas somos simplemente eso: mensajeros. Yo, aquí, en este estrado, me siento mensajero de una invitación riesgosa a la reflexión. Por eso, los minutos que siguen no serán enteramente plácidos: no todos coincidirán con mis ideas y algunos, a duras penas, podrán ocultar su disenso. No obstante, espero que, al término de mis palabras, podamos mantener nuestra amistad.

Porque en cuanto una idea es expuesta, pasa a vivir su propia vida, a recorrer su propio derrotero. Se transforma, bulle, se exalta y, a veces, se vuelve contra su propio autor.

Esa es la aventura del pensamiento.

A esa aventura los invito.

A esa aventura me arriesgo.

A caballo de dos siglos y de sus encrucijadas, los aquí presentes hemos podido acompañar y palpar la más fantástica aventura de la historia de la humanidad.

Desde la ilusión del progreso indefinido, las utopías del naciente siglo XX, las tragedias que le sucedieron, la afirmación del materialismo dialéctico, los totalitarismos, el holocausto, los grandes inventos, las eras atómica y espacial, la implosión del imperio soviético, las guerras tecnológicas, el extravío de la droga y la mente cibernética que amenaza con sustituir a la del hombre nada ha sido ajeno a nuestros afanes ni a la vida de generaciones de lectores.

Siempre enhiesto, el periodismo argentino supo alcanzar y conservar un sitio de la más alta consideración en el concierto mundial.

¿Cuál fue el secreto? Informar con veracidad, servir al público con objetividad, orientar

con su opinión, no ahorrar la crítica sino la adulación, y constituirse en vocero de todas las clases sociales y migratorias que vieron en sus columnas un comprometido testimonio de su tiempo.

Más allá de las vicisitudes empresariales y políticas, sorteando las cambiantes alternativas de las modas intelectuales o caprichos sociales, hemos podido mantener el estandarte heredado de nuestros mayores y la afirmación de la libertad y del servicio al público que nos estimula con su fidelidad.

A tales ilustres predecesores quiero rendir expreso homenaje en la memoria de mi maestro en la vida y en la profesión y cuyo nombre distingue –en todos los sentidos de la expresión– el sillón académico que con honor y orgullo vengo hoy públicamente a ocupar.

En momentos en que la pervivencia de muchas empresas periodísticas se halla amenazada por múltiples asechanzas, tenemos los hombres de prensa una misión portentosa: defender nuestras trincheras de soberanía interior, y oxigenar el clima que se respira junto a aquellas rotativas que en la modernidad encuentran pretexto para olvidar el sentido social de las empresas periodísticas, la responsabilidad

institucional de sus conductores y el riesgo aventurado y venturoso de sus propietarios.

¿Qué es un diario si no una empresa de cultura? ¿Qué son las sociedades que lo sostienen sino instituciones de los pueblos que las alientan con su apoyo? ¿Qué son nuestras columnas si no herencia impresa desde el fondo de la historia, cuando la palabra Nación era, entre nosotros, apenas un balbuceo?

Desde siempre hemos sabido que los diarios deben vivir del precio que pagan los lectores por sus ejemplares y los ingresos que derivan de los mensajes publicitarios. La libertad de prensa se afirma en la independencia económica, y todo avance sobre tal independencia –provenga de donde provenga– pone en riesgo el derecho del pueblo a informarse a través de medios diferentes y diferenciados.

No es fácil interpretar la vida cada mañana. No es sencillo anticiparse al futuro, correr tras la primicia, imprimir o transmitir con técnicas cada día más rápidamente renovadas, coincidir con el interés del público, servir a las instituciones pero no a los gobiernos.

Epocas hubo en que el mayor riesgo para la libertad de prensa provenía de los poderes del Estado. Otras, en que la especulación de cier-

tos intereses particulares intentó anteponerse al bien común, con prácticas tantas veces denunciadas y hoy, por fortuna, abandonadas.

El desafío de los próximos años tal vez consista en mantener los medios libres del riesgo de sí mismos. Que la independencia editorial no encuentre su mayor escollo en empresas sometidas al solo parámetro del lucro, al capital sin nombre o a los dictados de un mundo globalizado y ajeno.

Advirtamos que la homogeneización de la opinión constituye uno de los mayores riesgos para las instituciones republicanas. Lo afirma el secreto instinto popular que desconfía de la concentración de medios, rehúye las columnas enlatadas y no cree en la monopolización de la verdad.

Con espíritu crítico y generoso, sólo dispuestos a servir al interés general, los hombres de prensa debemos enfrentar el desafío del tiempo por venir con la vocación intacta y una acicateada pasión por el bien público. Nuestra mayor esperanza estriba en saber que mientras las rotativas o las cámaras duermen, si es que alguna vez lo hacen, algún niño estará deletreando las columnas de alguno de nuestros diarios o balbuceando los títulos orales que los medios audiovisuales ofrecen como ex-

presión de una también apasionante forma de hacer periodismo.

Política y comunicación

No voy a anticipar ninguna novedad si digo que estamos en la era y en la sociedad de la información. Llego tarde a esta afirmación, al contrario que Emile Zola, que a fines del siglo XIX anunció –un tanto prematuramente, quizá– que se estaba ya en la era de la información.

Cuando el poder de la palabra se extendió a la gente común, las sociedades se transformaron radicalmente. La información trajo el nacimiento de las sociedades modernas porque la comunicación y la política se afectan recíprocamente. No hubieran sido posibles las democracias y las repúblicas como hoy se las concibe sin la invención de la imprenta.

Los nuevos medios de comunicación van a modelar necesariamente las formas políticas del futuro. Si los gobiernos consiguen antes los medios de comunicación –como sucedió en la Alemania nazi con la radio–, las formas políticas toman un cariz autoritario porque la comunicación se articula de arriba hacia abajo. Por el contrario, si son los ciudadanos los que los alcanzan antes –como ocurrió en Polo-

nia con los videocasetes— se observa la tendencia contraria: una corriente descentralizada que va desde abajo hacia arriba en el proceso social.

En los países con comunicaciones altamente centralizadas, los cambios políticos son necesariamente convulsivos porque no se operan las microrrevoluciones de todos los días. Aquellas que, gracias a la libertad y a los sistemas de comunicación, pueden influir en los gobiernos con una retroalimentación vital para el funcionamiento de las instituciones.

¿Qué les pasó a Marcos en Filipinas y a Ceaucescu en Rumania? ¿Qué ocurrió con Milosevic en Yugoslavia? ¿Qué le puede suceder a Chávez en Venezuela?

Los líderes autoritarios deben prestar más atención a la opinión pública internacional porque tener el control interno de los medios de comunicación ya no basta. Cada día más, los hechos políticos domésticos, por imperio de la globalización en las comunicaciones, se presentan en un escenario universal, que condena más allá de las leyes totalitarias, las policías bravas o los jefes de manzana.

Información y conocimiento

No es fácil ser periodista hoy, ante el desafío acuciante de dotar de conocimiento y aun de sabiduría a la información.

Pese a las computadoras, los bancos de datos y las máquinas que chequean la ortografía, es difícil para el periodista ser equilibrado y coherente frente al flujo incesante y aluvional de la información. Una solución parcial sería reestructurar la organización de los diarios para aplicar las nuevas tecnologías a nuevos usos. El diario que cada uno de nosotros recibe hoy bajo su puerta es sustancialmente igual al que leíamos hace 25 años. Sin embargo, su proceso de elaboración es diferente. Nada quedó: ni el plomo ni las matrices ni la estereotipia, ni las linotipos. Sobreviven, a duras penas, las rotativas, pero ya están amenazadas por la aparición de los sistemas láser de impresión. Tenemos, como se ve, nuevas tecnologías al servicio de viejos usos. La revolución conceptual que el periodismo espera y necesita es permitir que las nuevas tecnologías sirvan a nuevos usos.

Tal vez deban redefinirse los diarios y los medios en general. La radio informa desde su instantaneidad. La TV complementa con la ima-

gen, que, por definición, no puede dar más que una visión parcial de los hechos.

La televisión estimula la experiencia personal. Sin embargo, nuestra comprensión por medio de la experiencia puede distar de ser completa. Nuestro asentimiento a la existencia de una cosa será real, lo que es diferente de la aprehensión de su esencia... Si me dicen que Martín García es una isla y navego a su alrededor, mi asentimiento se convierte en experiencia. Pero asentimiento y experiencia no son siempre equivalentes de comprensión. La experiencia es siempre de cosas individuales. La comprensión y la sabiduría versan sobre las causas y los universales. No podemos considerar a ninguno de nuestros sentidos como productor de sabiduría. Aunque ellos nos dan el conocimiento más cierto de los particulares, no nos dicen el porqué de cosa alguna.

Los asuntos políticos son complejos no sólo en sus relaciones horizontales con otros temas, sino también verticalmente en vinculación con sus propios antecedentes históricos. Además, los problemas políticos no constituyen, por lo general, historias bien acotadas, con comienzo, desarrollo y desenlace, sino realidades en continuo devenir, lo que le agrega otro factor de complejidad.

Para comprenderlos, se necesita algo más que la imagen proporcionada por la TV, más que la convicción moral y la participación emocional suscitadas por esa experiencia. Necesitamos la oportunidad de estudiar y reflexionar sobre tales asuntos complejos. Necesitamos dar lugar al trabajo de la razón. Y para eso la palabra impresa es indispensable.

Hoy, en la era de la información electrónica, no basta la intuición en los editores. Se requiere de un código ético, un conjunto de valores, una amplia cultura general y la especial habilidad de pensar lógicamente y con rapidez. El único modo que existe y existirá para dotar a los medios de credibilidad y penetración es privilegiar, cada vez más, la calidad responsable sobre la cantidad tumultuosa. Todo esto sin olvidar que la crisis de los diarios no es más que un aspecto de la revolución en los medios cuyo destino final parece ser la fusión de todos ellos.

La televisión, que nació como medio, actualmente es fuente. Todos los periodistas miramos televisión también para informarnos. Al mismo tiempo, los productores de televisión explotan ideas expresadas en las cartas de lectores de los diarios, y los lectores que las envían lo hacen porque escucharon algo por radio o en el sermón dominical.

Aún hoy, la iglesia católica y otras confesiones siguen constituyendo un formidable medio de comunicación. Todos los fines de semana, los sacerdotes repiten desde el púlpito, en miles de iglesias, los mismos conceptos alrededor del mundo. Tanto más se potencia la importancia de la Iglesia como medio de comunicación cuanto más vedado está el acceso a los medios ortodoxos. De allí, con su autoridad moral, la importancia secular de la comunicación desde el púlpito.

Como se ve, la fusión de los medios deriva naturalmente de la interdependencia de todas las ideologías y de todas las tecnologías.

Todos los medios de comunicación están sufriendo una metamorfosis simultánea: para comprenderla, debe ser tratada como un tema único y sólo puede promovérsela adecuadamente considerando las distintas tecnologías como un solo arte, según ha dicho Negroponte.

Cada avance de la información siempre será bienvenido porque representa progreso político, social y cultural. No olvidemos que la invención de la imprenta quebró el monopolio que los clérigos y otras elites tenían de la lectura y abrió el camino hacia la cultura popular y la democracia. Alguien dijo que Gutenberg hizo de todo el mundo un lector. Internet, de

todo el mundo un editor, y Sony, de todo el mundo un actor.

Un cambio revolucionario

La sociedad entera atraviesa por una profunda crisis emocional que obedece a múltiples causas, y en la que los periodistas –antes testigos y ahora protagonistas– tenemos una directa responsabilidad. Parece que ya no nos resignamos al rol de testigos, de espectadores privilegiados de primera fila, sino que pretendemos usurpar el rol de protagonistas.

Los medios de comunicación se han convertido en elementos indispensables para nuestra existencia. Todo cuanto ocurre en el mundo, en cada rincón y a cada instante, llega a nosotros en cuestión de minutos.

Nunca hemos tenido tanta información como la que los medios, y especialmente los electrónicos, ponen a nuestra disposición. El lector contemporáneo de la edición dominical de un gran diario obtiene en un solo día más información que aquella a la que un europeo del siglo XVII podía acceder en toda su vida.

Por el contrario, podríamos sostener que el atraso de ciertas sociedades deriva fundamentalmente de la falta de actualización o

directamente de la inexistencia de sistemas de información.

Pero, paradójicamente, nunca como ahora hemos tenido menor comprensión de lo que sucede.

Los antiguos podían emplear siglos en construir catedrales porque tenían convicciones. El hombre moderno, influido por los medios, aparece pletórico de opiniones y cada vez más despojado de convicciones.

Miremos a nuestro alrededor. Los diarios que comenzaron a fines del siglo XIX como empresas de familia o de pequeños grupos, se convirtieron pronto en sociedades anónimas que evolucionaron con el progreso técnico, alcanzando altos niveles como medios de comunicación y expresiones de cultura popular.

En aras de la revolución electrónica, en los últimos tiempos asistimos a la instalación de megaempresas que, con la irrupción de la más sofisticada tecnología, se transformaron en multimedios sostenidos por grandes concentraciones de capital, con fines de lucro que traspasan las fronteras e ignoran muchas veces la idiosincrasia de cada pueblo. Así, hemos visto cómo la globalización mediática ha logrado en muchas partes el efecto contrario y no deseado

de exacerbar los nacionalismos y de fanatizar las diferencias.

Vemos, cada vez con más sostenida frecuencia, cómo grupos financieros internacionales están dedicándose a la compra y venta de medios como si fueran meros fondos de comercio, con un único objetivo de rentabilidad, relegando la inspiración que había engendrado al periodismo como empresa de cultura al servicio de la difusión del conocimiento.

Así, visto en perspectiva, ser periodista hoy es también, y sobre todo, ser protagonista de un cambio social.

En una economía basada en el conocimiento, como todo lo confirma, la cuestión política más importante no será la distribución de la riqueza, sino la participación en la información y en el saber.

Estamos, pues, en los umbrales o, tal vez, protagonizando ya un cambio revolucionario.

La libertad y la justicia social dependerán, cada vez más, de la forma cómo afronte cada sociedad tres cuestiones fundamentales:

a) la educación, porque el analfabetismo funcional se define cada día con un más alto umbral de conocimientos generales y especializados;

b) la tecnología de la información, que evoluciona permanentemente y ha convertido a los medios en verdaderas industrias de capital intensivo;

c) la libertad de expresión, que ya no será solamente un ideal político. Será también un imperativo, una condición previa para la competencia económica.

Los incentivos comerciales y las tentaciones del *marketing* harán que los medios electrónicos existentes y los que estén por diseñarse deban ser más incluyentes que excluyentes, porque cuantas más personas participen del sistema, más valioso será para todos.

Vale suponer, entonces, que podremos asistir a una curiosa alianza. A una coalición entre los intelectuales y los dueños del poder económico, todos interesados –aunque por distintos motivos– en revolucionar los sistemas de información y educación.

Es evidente que la revolución está en marcha, no se la puede detener, y el viejo orden de las comunicaciones está al borde del colapso porque, por primera vez en la historia, el valor información ha devenido el más importante en la sociedad. Esto, por supuesto, afecta nuestras vidas. Los medios electrónicos aparecen

como facilitadores de la existencia. Su carácter de servicio hace que nos abandonemos a su simplicidad con el peligro de que terminemos acomodándonos a esos medios en lugar de acomodarlos a nuestras necesidades. Algo así como el lecho de Procasto, el posadero mitológico que tenía en su hostel un lecho de una medida única. Si el huésped era bajo, le estiraba las piernas para que lo ocupara por entero, pero si era alto, se las cortaba para hacerlo entrar, en lugar de adaptar el lecho a la medida del huésped. Este es el peligro que ya estamos viviendo ante el desarrollo de las técnicas modernas de la comunicación.

La cuestión será siempre no tanto cómo obtener información, sino la correcta y adecuada información. El problema, cómo desechar la información innecesaria o sobreabundante.

Las computadoras, desde hace ya tiempo, nos preservan de la información que no nos hace falta mediante códigos y claves rígidas. A veces se tiene la impresión de que todo está en la computadora y se tiende a mirarla como dotada de omnisciencia.

Claro que esta omnisciencia es limitada y se reduce al tipo de preguntas y respuestas que pueden hacerse a la computadora. Esto tiende a la mutilación de los problemas que

sólo son considerados por aquellas aristas computadorizables. La realidad se ve limitada por el repertorio de preguntas y respuestas. La vida pasa a ser “exhaustible”, privada de la condición de inagotable.

El mundo es lo contrario de un museo en el que todo ya está ahí, contado, clasificado, cristalizado y aprisionado. El conocimiento es mucho más que el dominio de las fases operativas de cualquier aparato. Debemos, pues, advertirnos contra la posibilidad de la degradación de la información. No debe servir para desteñir el afán de comprensión del hombre contemporáneo ni contribuir a convertirlo en un bárbaro lleno de noticias.

La prensa y la ética

Hay quienes hablan, en los últimos tiempos, de un Código de Ética y un tribunal para los periodistas. Algunos creen que un Tribunal de Ética puede ser un freno o, por lo menos, un contrapeso para muchos abusos que se cometen, especialmente en el periodismo televisivo o en el paraperiodismo.

Otros sospechan de una acción política tendiente a desalentar o desprestigiar a los perio-

distas que fastidian con sus revelaciones que, por supuesto, alguien previamente filtró.

Se ha dicho que un moralista es una persona que vive siempre alarmada. Pero también los amorales (ahora les gusta hacerse llamar transgresores) viven alterados, en permanente denuncia de quienes se extrañan de sus extravagancias.

No es fácil ponerse de acuerdo acerca de lo que resulta ético, ni en periodismo ni en ningún orden de la vida. Porque el hombre se encuentra, en verdad, a mitad de camino.

El hombre está hoy muy alejado de la guarida de la selva, con sus instintos innatos embotados y con su libre voluntad no del todo desarrollada como para reemplazar a sus instintos. Se está volviendo demasiado sabio como para obedecer siempre a los instintos y al deseo, y aún es demasiado débil como para imponerse siempre a sus dictados.

El hombre no se salva, como los animales, cumpliendo la ley de su propio ser, que es el instinto. Un pez no trata de salir a tierra firme. Un hornero no intenta cavar una cueva. Un cocodrilo no nada en la Antártida.

Pero el hombre es capaz de cualquier desatino. Por eso, sólo encuentra salvación cuan-

do su propio ser vive en armonía con Dios, con la naturaleza y con los otros hombres. De lo contrario, se condena a la anomia y la desesperanza.

El único refugio para el hombre es responder a un código ético, que no tiene fuerza coercitiva ni se dicta de una sola vez y para siempre. Se impone con la persuasión y la constancia en el deber, con la educación y el ejemplo, en todos los niveles de conducción: el familiar, el social y el político.

Nadie duda, sin embargo, que el hombre necesita un código ético, como medio único para un régimen enaltecedor de su existencia.

Pero si bien un código ético es indispensable, imponer su cumplimiento por medio de un tribunal, aun académico o profesional, puede resultar contraproducente en periodismo.

¿Qué haría más popular a un medio o a un periodista que la condena de un tribunal de ética?

Los quioscos recibirían avalanchas de pedidos o el *rating* se elevaría vertiginosamente a la espera de revelaciones aún más calientes.

Nada hace más atractivo a un asunto que su prohibición. «No hagas esto», debe haber sido el primer argumento publicitario de la historia.

En toda publicación sana existe un código de ética implícito, no escrito –a diferencia de lo que ocurre en algunos medios de los Estados Unidos–, pero que guía las conductas y las plumas. Publicaciones sin tradición cultural corren el riesgo del extravío, pues la no sujeción a principios clásicos y elementales del periodismo las lleva inevitablemente al descrédito, como antesala de la desaparición.

Se oye criticar mucho a los medios que, por el afán de novedad que estimula sin cesar la televisión, promueven a la categoría de comentaristas y periodistas, por ejemplo, a personajes del mundo del espectáculo sin antecedentes ni cultura ni formación.

Así como las grandes democracias cultivan el *cursus honorum* para las funciones electivas, haciendo que el régimen representativo sea una mezcla bien dosificada de carrera y elección, así también los medios deben promover la formación responsable y la templanza de sus periodistas en la escuela cotidiana de la información.

Así podrán servir al público y a sus empresas, con exactitud, equilibrio, objetividad e imparcialidad, lejos de la tentación malsana de llegar a conclusiones suficientes con elementos insuficientes.

Los directores de medios se justifican muchas veces apelando al utilitarismo del *rating* o la tirada. Al decir que dan al público lo que el público desea, están confesando la limitación de su filosofía editorial y empresarial, que ignora el bien de la sociedad, la necesidad de informar y formar, la responsabilidad que impone la libertad de que gozan.

Si la Constitución consagra el derecho de prensa como una libertad estratégica que el Estado no puede reglamentar, ¿con qué fundamento podría cercenarse al público el derecho de recibir toda la información? El público debe decidir lo que quiere y lo que no acepta.

El público, y solamente el público, puede hacerlo, pues constituye el motor fundamental de la dinámica de la comunicación.

Todos los intentos destinados a recortar la función de la prensa se han estrellado siempre contra el único tribunal competente para juzgarla, que es el constituido por los lectores, los escuchas y los televidentes. Porque el tribunal de la opinión pública a veces condena y a veces absuelve, pero, muchas veces emite el más temible de los veredictos: no interesa.

Cualquier otro control sobre los medios está destinado al fracaso. Debemos, entonces, de-

positar la confianza de nuestra propia libertad en la conciencia pública, porque las sociedades tienen un mecanismo de equilibrio que podríamos comparar con el biológico. Una homeostasis, que es el estado ideal de armonía entre las distintas funciones de los organismos vivos.

Las sociedades tienen también leyes naturales, no sólo las leyes escritas, que semejan la siembra desordenada de la naturaleza. Antiguamente se usaba la palabra *broadcasting* para las emisoras de radio. *Broadcasting* es el trazo ancho de la mano del sembrador que arroja las semillas a la tierra, y este trazo ancho esparce, por igual, toda clase de semillas, virus, gérmenes, insectos y alimañas. En esta siembra negligente se encuentra la raíz del equilibrio ecológico.

La prensa necesita también un equilibrio ecológico. La diversidad. Lo bueno y lo malo. El germen de la vida y la bacteria. Como la naturaleza.

El mensaje personalizado

Hace ya unos años que he dejado de escuchar loas al diario personalizado. A principios de los noventa se creía que se iba a poder

enviar a la casa de cada lector un ejemplar diferenciado, con las secciones de su preferencia más desarrolladas y sin aquéllas que actualmente algunos descartan.

Todos nos maravillábamos cuando oíamos hablar de esas perspectivas, pero nadie reparaba, entonces, en el proceso de selección natural, casi inconsciente, que cada uno de nosotros desarrolla al leer un diario. La lectura íntegra de un diario demandaría más de diez horas. Sin embargo, los lectores emplean media hora, diez minutos, el tiempo del que disponen.

Los avisos de colchones salen publicados todos los días, pero uno sólo los ve aquella mañana en que se despierta sintiendo que un resorte de su viejo colchón lo está pinchando. Este proceso inconsciente del lector transforma, de alguna manera, el diario universal en un diario personalizado que tardamos diez o quince minutos en leer. Un diario publica sólo un diez por ciento de la información que recibe, a tal punto que puede ser definido por el material que queda en el canasto del editor. El lector sólo retiene el diez por ciento de la información que lee, con lo cual sólo tiene el conocimiento acabado del uno por ciento de la información disponible. Estos son los mecanismos de defensa de la mente humana que las

computadoras están tratando de desarrollar, lo que constituye todo un desafío para los que configuran estas máquinas.

Por eso, podríamos aventurar que el diario, como medio de comunicación de masas, va a morir –si es que algún día muere– con mucha más lentitud que la televisión abierta, porque contiene en su propia anatomía y en su funcionalidad estos ingredientes de información personalizada. Por el contrario, la televisión abierta es mucho más vulnerable, porque en ella no hay personalización: se recibe únicamente lo que se ha programado, y el receptor no tiene ninguna posibilidad de alterarlo.

La televisión, sin duda, estimula la experiencia personal, pero nos arroja al peligro de la simplificación excesiva de la realidad. Por su propia técnica, la televisión necesita imágenes y acción. Porque los hechos no suceden aquí y ahora es que la televisión debe apelar a una experiencia fraguada, a la recreación de la realidad. Cuando hay un choque de trenes, no está el camarógrafo esperando que suceda: llega una hora más tarde, les pregunta a los testigos, procura darle dramatismo a la filmación.

Pero esta necesidad de dramatización visual forma parte de la técnica de la televisión, es su elemento indispensable y constituye un

enemigo solapado de la realidad. Podríamos decir que esta necesidad logística peca, en rigor, de una falta de lógica. El problema de la información en la televisión es que todavía no ha terminado de definir su esencia, porque se rige por las leyes del espectáculo, que son distintas de las del periodismo. Porque no difunde ideas, sino imágenes, como lo prueban los últimos noticieros de cadenas reconocidas de televisión, que han llegado a hacer que sus presentadoras o presentadores se vayan desnudando a medida que nos cuentan coloquialmente las últimas novedades. Doble develación, como se ve.

Información y espectáculo

Vamos a hacer una caricaturización para explicar mejor las diferencias entre el periodismo gráfico y el televisivo. Supongamos que aparece una rata en la redacción de un diario. ¿Qué ocurre? Alguien la mata de un escobazo, y el editor llama al redactor y le encarga una nota de investigación.

¿Cuántas ratas hay en la ciudad? ¿Qué porcentaje por habitante? ¿Qué nuevos venenos se han descubierto? ¿El ultrasonido es eficaz para ahuyentarlas? ¿Cómo es en París? ¿Cómo, en San Pablo?

Pero supongamos que otra rata llega a un set de televisión: inmediatamente aparece un maquillador que la producirá para llevarla ante las cámaras. Enseguida se la recibirá con aplausos, con música de fondo de “Los ratones paranoicos”, le preguntarán con qué se ratonea, la pondrán en conexión con 92 canales de cable del interior del país, ante el alborozo general y la aparición del *marketinero* de una fábrica de quesos para hacerle filmar una publicidad.

Esto es lo que pasa: allá, la información; aquí, el espectáculo.

Las cámaras de televisión se desplazan en sentido lineal. Cuanto más eficiente es un camarógrafo, mayor desplazamiento horizontal tendrán las cámaras. Y este desplazamiento lineal es paralelo a la atención lineal característica de los niños, quienes nunca se detienen en algo, saltan constantemente de un asunto a otro. La atención analítica, que es propia de los adultos, y el análisis y la síntesis posterior derivan del texto escrito. Si aceptáramos esta premisa, tendríamos que concluir que la televisión debería revisar sus propios códigos y mecanismos informativos para contribuir mejor a brindar una imagen estructuralizada de la realidad.

Es sabido que durante la Guerra del Golfo disminuyó dramáticamente el caudal de publicidad en los canales de los Estados Unidos. Algunos lo atribuyeron a la crisis económica del momento, pero otros estudios demostraron que la gente era renuente a ver avisos de chicas bailando en bikini inmediatamente después de una acción de horror contra los kurdos o de un misil volando sobre Israel. Había, en realidad, en esta confrontación de una imagen seguida sucesivamente de otra de tan opuesto cariz, un atentado al pensamiento lógico. Por el momento, a los medios audiovisuales les va muy bien y, como esto es así, parecen fascinados por su propia desventaja.

Los medios escritos luchan una batalla desigual, procurando que el espejismo no se convierta en la vida misma. McLuhan ha dicho: todo medio de expresión transforma la sensibilidad humana de manera subconsciente e imprevisible. La tecnología de comunicación de una sociedad altera el sistema de sensibilidad humana y, por lo tanto, la forma en que los individuos perciben y explican el mundo.

Habrà, entonces, que resguardar el imperio de la lectura para equilibrar el peso de los que escuchan y ven con el de los que leen y pien-

san. La modernización no busca sólo partidarios también requiere de interlocutores.

El deber del periodista

La función esencial de los medios es la de informar. Es decir, difundir las noticias que, cada vez en menor tiempo, dejarán de ser novedad. Pero, al mismo tiempo, deben ejercer control sobre los funcionarios, denunciar excesos, crear y orientar a la opinión pública.

Los medios operan en la función formativa de la sociedad, transmitiendo valores culturales, caudal de conocimientos, pautas de conducta y, a la vez, los avances de la ciencia y la tecnología. Satisfacen, asimismo, las necesidades de distracción, evasión y diversión que tienen los seres humanos.

La prensa es, asimismo y de alguna manera, el campo de batalla de todas las verdades. Sus actores, los periodistas, constituimos una tercera fuerza entre el gobierno y el ciudadano, entre las acciones de los políticos y la falta de actividad organizada por parte del pueblo.

Los periodistas creamos el lenguaje de la comunicación. Pero esta fuerza sólo es significativa si es libre, independiente y responsable.

El hombre de prensa debe moverse en una especie de tierra de nadie. Tiene que actuar entre la incomprensión de los gobiernos, la desconfianza de la oposición, la suspicacia de los avisadores, la incredulidad de los lectores y las alternativas de la vida interior del medio en que se desempeña, que tanto hacen al capital, a veces desconocido, que lo gobierna como a la estructura que lo sostiene con su esfuerzo.

Debe moverse en esa tierra de nadie porque su misión es, precisamente, constituir una fuerza de conexión entre gobernantes y gobernados. Debe participar a los más de la información que poseen los menos, pero también tiene que ilustrar a los menos con las opiniones de los más, de modo de asegurar el proceso de retroalimentación indispensable para la vida republicana y representativa. Esa es su misión esencial.

Esa misión impone, naturalmente, ciertos deberes.

- Cada vez están resultando menos claros los límites entre información y entretenimiento. No debemos los periodistas ceder a la tentación de hacer un *show* para lucimiento personal en cada intervención en un medio audiovisual, o un ensayo pretensioso para que sea leído por nuestros colegas –y no por nues-

tros lectores— cada vez que nos toca escribir una columna. Las *vedettes* que llegan al periodismo desde el mundo del espectáculo parecen más juiciosas, pues se esfuerzan en comprender los códigos y valores del mundo de la prensa. En cambio, quienes hacen el camino inverso, desde el periodismo hacia el mundo del espectáculo, suelen caer en tentaciones históricas, dirigidas a lisonjear al gran público.

- Cada vez son menos claros, también, los límites entre información y opinión. En toda publicación clásica se mantienen férreamente estos límites, dejando la opinión del diario para los editoriales, el parecer de sus periodistas para las columnas de opinión firmadas, y volcando en las áreas de información las noticias duras y sin comentarios, adjetivaciones ni entrelíneas.

El periodista moderno suele sufrir, a cada rato, la tentación de hacer saber su opinión y, muchas veces, hasta se enfrasca en encarnizadas batallas con su entrevistado. El periodista debe situarse en aquella tierra de nadie sin tomar partido por ninguno de los puntos de vista y debe limitarse a transcribirlos.

- Los estándares de calidad periodística se están perdiendo. Se cuida poco el estilo en el periodismo escrito, y en el audiovisual se culti-

va la tendencia a los golpes de efecto. El mundo es presentado frecuentemente sobre la base de estereotipos y lugares comunes, sin establecer distinciones que la inteligencia profesional debe subrayar. La misión fundamental del periodista debe ser poner orden en el caos de la información y brindar al público una imagen estructuralizada de la realidad, un espejo de la vida misma y no un espejismo.

- Otra tendencia en auge en el periodismo actual es la inclinación al pesimismo. Todo está mal: la sociedad está descompuesta; los hombres públicos, corruptos, y el futuro no nos pertenece. Es posible que tal tendencia dé algunos frutos inmediatos.

Pero si servimos en verdad a los lectores, debemos preservar la esperanza, destacando los aspectos positivos de la vida en sociedad y presentando los negativos sin una lupa que los agigante. El hombre de prensa tiene que denunciar el grano, pero no debe rascarlo para que se infecte.

- Asistimos, con frecuencia, a una actitud de fascinación por lo perverso y lo patológico. Se presentan casos de excepción, que más corresponden a las páginas de un tratado de psiquiatría, como si fueran normales en una sociedad. Se glorifica a los delincuentes, los in-

morales, las personas con tacha y los ambientes del submundo. La prensa se regodea con el adulterio de tal princesa o el ambiente de la nocturnidad y la droga. A veces, algún medio se escandaliza falsamente con la misma información que explota. No existe mayor perversión profesional que fingir respetar globalmente lo que se viola en detalle.

- También se observa una habitual sobresimplificación, presentando a los personajes como héroes o villanos. Se olvida exhibir todas las aristas de los problemas y se ignora que las opiniones nunca pueden ser monolíticas. Se atribuye el carácter de enemigo al que piensa diferente y se discrimina a los poco privilegiados, haciendo escarnio de sus carencias o sus defectos.

- Hay una tendencia a trivializar lo importante y hacer humor, muchas veces grosero y aun escatológico, a partir de personajes o sucesos que deberían ser tomados con seriedad. No exculpa a sus cultores que algunos de los protagonistas de la vida pública hayan sido cómplices de pantalla o esclavos de columnas. Suele ocurrir que a la burla orquestada le suceda un enfoque periodístico dramático. Los hechos se retratan en clave operística y se magnifican hasta convertirlos en el prenuncio

de un nuevo diluvio universal. Sus conductores semejan catones, alarmados por todo e indignados por nada. La pantalla chica –valga aquí un doble sentido inesperado– pasa de un humor sin gracia a una seriedad cómica. Entre la befa y el escándalo, la nada.

- Los medios se han convertido en una suerte de tribunales populares de justicia. Allí se presenta el caso por la mañana, se lo juzga por la tarde y se lo sentencia por la noche. Hay un extraño sentido del puritanismo. Se escuchan distintas opiniones, y el medio y sus periodistas se reservan el rol de árbitros de la moral en la sociedad.

- Existe un vicio que consiste en focalizar en exceso los problemas y considerarlos intencionalmente pero dentro de un corto lapso. Se olvidan, así, los términos de la natural evolución de cualquier historia, y se mira solamente el suceso olvidando el proceso. Hay muchas crisis que duran solamente dos días, y el mundo de la prensa se encuentra plagado de celebridades instantáneas, que llegan a las candilejas sin ser nadie y desaparecen siendo también nadie. En un mundo periodístico donde todo es considerado crítico, catastrófico o el suceso de la década, nada puede ser tomado con demasiada seriedad.

- La prensa es poderosa, pero no es el poder ni puede aspirar al poder. La prensa puede ser considerada, hoy, parcialmente responsable del escepticismo social. Demasiadas denuncias que no se prueban, demasiados trascendidos que no se confirman, demasiadas revelaciones calientes que se enfrían al primer contacto con la realidad, demasiadas primicias que no son ciertas, demasiadas historias del siglo que no llegan a la semana siguiente. Debemos asegurarnos de que las noticias sean ciertas confirmándolas, por lo menos, en dos fuentes. Debemos tener la mente abierta para comprender los procesos e insertar en su curso los sucesos que así van adquiriendo significado. Hay que exhibir un razonable reconocimiento de los errores y tener la modestia de sentirse útiles pero no ideólogos, fiscales o cruzados de ninguna causa. Debemos tener un umbral de decencia, recordando que somos seres humanos antes que periodistas.

Conclusión

La crisis del periodismo no es más que una expresión de la más amplia crisis de las sociedades modernas, desorientadas ante la pérdida de los valores de siempre, el triunfo de las

opiniones sobre las convicciones y la aceleración de los tiempos históricos.

Habrà que mirar hacia el siglo XXI como porvenir. Serà incierto y dudoso, pero dependerà en gran parte de nosotros y del uso que hagamos de nuestra libertad irrenunciable. Debemos rendir culto a nuestra imaginaci3n, pero apoyàndola en la memoria individual y colectiva, rescatando a la historia de su papel de gran olvidada. Esa historia que nos enseña que el hombre ha tenido siempre escasos recursos para sus proyectos, y que hoy, acaso por primera vez, parece tener mäs técnicas que ilusiones, cayendo en la anomia y la desesperanza.

Rescatemos al siglo XXI, que ya transitamos, como el territorio que habremos de sembrar los periodistas con los ideales de siempre y los proyectos de hoy. Como el escenario de la vida fértil, con alguna capacidad de sacrificio y renunciamiento y el grado de felicidad que pueda darnos la íntima conciencia del deber social plasmándose cada día.

ÍNDICE

Presentación del doctor Escribano	11
El periodismo como deber social	15
a- Política y comunicación.....	20
b- Información y conocimiento	22
c- Un cambio revolucionario	26
d- La prensa y la ética	31
e- El mensaje personalizado	36
f- Información y espectáculo	39
g- El deber del periodista	42
h- Conclusión	48

Otras publicaciones de la Academia Nacional de Periodismo

- Boletines N° 1 a 10 (1997 a 2001).
- *Presencia de José Hernández en el periodismo argentino*, por Enrique Mario Mayochi, 1998.
- *Guía histórica de los medios gráficos argentinos en el siglo XIX*, 1998.
- *El otro Moreno*, por Germán Sopena, 2000.
- *Orígenes periodísticos de la crítica de arte*, por Fermín Fèvre, 2001.
- *Periodismo y empatía*, por Ulises Barrera, 2001.
- *Homenaje a Félix H. Laiño*, 2001.
- *Sarmiento y el periodismo*, por Armando Alonso Piñeiro, 2001.

Se terminó de imprimir en Impresiones Dunken
Ayacucho 357 (C1025AAG) Buenos Aires
Telefax: 4954-7700 / 4954-7300
E-mail: info@dunken.com.ar
www.dunken.com.ar
Diciembre de 2001

