

# Periodistas de cine y de ética

Ofa Bezunartea  
María José Cantalapiedra  
César Coca  
Aingeru Genaut  
Simón Peña  
Jesús Ángel Pérez  
(Universidad del País Vasco)

## Resumen

*Los datos, reflexiones y conclusiones de este estudio se obtuvieron del visionado de películas en las que el periodismo o los periodistas son protagonistas o tienen o tienen un papel significativo. Una vez que se consiguió una base de datos con más de mil películas en las que hay algún vestigio de periodismo se eligieron y analizaron las ciento cuatro en las que aparecen periodistas con una presencia de cierto relieve. Cómo son los periodistas que nos muestra el cine desde el punto de vista ético fue uno de los objetivos del estudio. Un apunte metodológico: del estudio se obtuvieron datos cuantitativos y cualitativos. Los primeros clasificando las actuaciones o actitudes de los periodistas en "nada", "poco", "bastante" o "muy" éticas. Para el análisis cualitativo se tuvieron en cuenta las actuaciones y situaciones en las que la ética, para bien o para mal, es un elemento importante de la narración cinematográfica.*

## Abstract

*The cinema has taken charge of creating the stereotypes of many professions: lawyer, judge, policeman...and also journalist. Some of the memorable works of cinema - "Citizen Kane", "The Front Page", "The Quiet American", "The insider" - have included journalists in their plots or as central characters. They have portrayed courageous and daring professionals and also undesirable and unscrupulous characters; individuals capable of risking their jobs and their lives to make the truth known to the four winds and others capable of selling their souls to the devil to achieve success in their profession. Cinema, more than life itself, is concerned about the ethical behaviour of journalists. This is the subject that is addressed by this article which is based on a review of over one hundred films and the conduct of over 200 cinematographic journalists.*

**Palabras clave:** *Periodismo, Deontología.*

**Key words:** *Journalism, Deontology.*

## 1. ÉTICA Y PROFESIÓN<sup>1</sup>

La periodística es seguramente la profesión sobre la que más se invoca la ética. Y ello a pesar de que ni siquiera está resuelta una cuestión previa, si es una profesión, cuestión que justificaría las posibles exigencias deontológicas como ocurre con el resto de las profesiones<sup>2</sup>. La historia de los medios de comunicación de masas, la propia heterogeneidad de la naturaleza de estos, la interferencia con un derecho universal -la libertad de expresión- están en el origen de la dificultad para lograr esa definición profesional (Flexner, 1910)<sup>3</sup>. Ha sido en épocas muy recientes, menos de un siglo, cuando instituciones notables (ONU, Consejo de Europa) se han percatado de que la relación entre derechos fundamentales (a la información, a la libertad de expresión) y los instrumentos para hacerlos efectivos, los medios de comunicación, obligaba a establecer ciertos marcos de referencia para los periodistas y para las empresas de los medios. El reconocimiento de la importancia de los medios de comunicación en el desarrollo de la vida social, en el desenvolvimiento de los sistemas democráticos es el que perfila su función social y las responsabilidades del periodista que de ella se derivan.

Mentes preclaras previeron la complejidad que tendría establecer pautas de comportamiento para medios y periodistas por la repercusión social de su tarea. *Si algún día se ha de proceder a mejorar la condición del género humano, filósofos, teólogos, legisladores, políticos y moralistas descubrirán que regular la prensa es el problema más difícil, peligroso e importante que tendrán que resolver. Al género humano no se le puede gobernar sin ella, ni, actualmente, tampoco con ella*, se atrevió a escribir John Adams en 1815 (en Schnull, 1985). Fue siglo y medio después cuando desde las plataformas intelectuales que vaticinaba Adams comenzaron a decantarse formulaciones sobre los principios que debían regir para los medios y los periodistas. Primero la Comisión sobre la Libertad de Prensa, conocida como Comisión Hutchins, que enunció en 1947 la Teoría de la Responsabilidad Social de la Prensa, después la UNESCO en 1983 aprobando los Principios de Ética Profesional del Periodismo y, por último, el Consejo de

<sup>1</sup>Este artículo es el resultado de un proyecto de investigación financiado por la Universidad del País Vasco sobre la imagen de los periodistas en el cine. Se realizó el perfil de 210 personajes que transmiten modelos de periodista en su conjunto y también de corresponsales, mujeres, estrellas, relaciones periodismo-poder y periodismo y ética. Todos ellos son tratados en diversos artículos.

<sup>2</sup>Desde comienzos del siglo XX distintos autores han coincidido en considerar los seis requerimientos que caracterizan a una profesión: una profesión requiere un amplio y complejo cuerpo de conocimientos; una meta definida y práctica, un acuerdo con el conjunto de los profesionales sobre los fines y la educación necesaria para practicarla, unos criterios comunes o normas de conducta, acuerdo en los requerimientos de entrada y una motivación altruista.

<sup>3</sup>*El periodista comparte con el abogado y el artista, el destino de escapar a toda clasificación social precisa. Pertenece a una especie de casta paria que la 'sociedad' juzga siempre de acuerdo con el comportamiento de sus miembros moralmente peores. [...] No todo el mundo se da cuenta de que, aunque producida en circunstancias muy distintas, una obra periodística realmente 'buena' exige al menos tanto espíritu como cualquier otra obra intelectual* avanzó en 1919, con su singular agudeza intelectual Max Weber.

Europa con el Código Europeo de Deontología del Periodismo, confluyeron en una suerte de cuerpo doctrinal sobre el ejercicio del periodismo, sobre el papel de editores, propietarios y periodistas como mediadores del derecho a la información, un derecho fundamental de las personas y sobre la función del periodismo y su actividad ética. Bien entendido que la opción universal en los países en los que impera el Estado de Derecho es la autorregulación (hugo, 1999).

Además, organizaciones profesionales de periodistas han ido elaborando en las últimas décadas códigos de conducta que desarrollan los principios generales y concretan las responsabilidades, los derechos y deberes del ejercicio de la profesión (Real, 2006: 235)<sup>4</sup>.

Sobre estas fuentes, principios del Consejo de Europa y de la UNESCO y códigos de conducta profesionales, observaremos los aspectos éticos que presentan las películas sobre periodismo y sobre periodistas<sup>5</sup>.

## **2. CATÁLOGO DE CUESTIONES ÉTICAS**

El elemento más importante del periodismo es su función democrática (Kovach y Rosensteil, 2003: 27). Ésta es la idea en la que coincidieron por amplia mayoría los periodistas que trabajan en prensa o informativos consultados por el PEW Research Center for People and the Press para el Committee of Concern Journalists. Dos intelectuales ligados al periodismo y al mundo académico, Bill Kovach y Tom Rosensteil, llevaron a cabo durante dos años un examen profundo, exhaustivo sobre la responsabilidad y la labor del periodismo. El punto de partida de su trabajo era la percepción de que es una actividad en crisis y se preguntaban si existen unos principios básicos que haya que conservar, en el supuesto de que se plantee una necesidad de cambio inducida por dos cuestiones de muy distinto signo pero cuya existencia real es incuestionable. Por un lado la irrupción de las nuevas tecnologías que, si bien aportan una enorme liberalización y riqueza de las comunicaciones, también producen un inabordable control sobre la información periodística que históricamente ha podido mantener ciertas reglas sobre las garantías que ofrece el informador y la credibilidad del medio que le respalda. Por otro lado, otro factor de índole política: si el papel del periodismo ha sido siempre instrumentalizado por los regímenes dictatoriales o autoritarios, ahora lo es también por poderes en regímenes democráticos. Son el poder político

---

<sup>4</sup>Cuando en España está en trámites parlamentarios el Estatuto Profesional del periodismo, se plantea una vez más la dificultad de tal empeño. En este sentido, trabajos como los desarrollados por Elena Real, defienden que la delimitación del periodismo como Profesión, con todos sus atributos, y no como una actividad profesional, implica la necesidad una Institución (Colegio) que delimite las condiciones de acceso e imponga el cumplimiento del código deontológico.

<sup>5</sup>La Asociación Americana de Editores de Diarios, elaboró un primer código para la prensa en 1923. En España El Colegio de Periodistas de Cataluña redactó el primer código de deontología periodística en España en 1992; la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE) aprobó el suyo un año más tarde.

de los partidos y el económico de ese nuevo orden en el que emporios económicos engloban a medios de comunicación y a todo tipo de empresas donde las fronteras de la publicidad y de la información se difuminan, cuando no se ciega directamente la independencia informativa. Partiendo de esa función democrática esencial del periodismo, consistente en proporcionar al ciudadano la información que necesita para ser libre y capaz de gobernarse a sí mismo (Kovach y Rosensteil, 2003:18), planteamos que las cuestiones deontológicas sobre periodismo corresponden a tres sujetos:

1. Los ciudadanos como titulares del derecho a la información y a la libertad de expresión;
2. Los periodistas, como mediadores entre la sociedad, las instituciones y los ciudadanos;
3. Los medios, como empresas cuyos objetivos empresariales deben quedar limitados por las condiciones que deben hacer posible la prestación de un derecho fundamental.

La calificación de los comportamientos de los periodistas no puede hacerse en el vacío, sino confrontándolos con las normas que dictan sus códigos, si bien establecer un catálogo donde se especifique en qué casos se vulnera la ética y en cuáles no resulta sencillo (Grijelmo, 1997: 539).

### **2.1. Derechos del público**

La enumeración de los derechos del público, partiendo de que el derecho a la información y la libertad de expresión son esenciales para el desarrollo de la democracia y para el desarrollo individual y social de los ciudadanos<sup>6</sup> es el punto de referencia básico para medios y periodistas. Incluye: a) derecho a información veraz, relevante, en su contexto, no sometida a intereses (políticos, económicos u otros), b) a información imparcial, exacta, carente de tendenciosidad, c) información netamente diferenciada de opinión, d) en temas dolorosos, respeto a las personas afectadas, e) derecho a conocer las fuentes que sustentan las informaciones, f) no recibir informaciones u opiniones que inciten a la violencia o al odio ni que supongan discriminación por raza, sexo, religión. El derecho a la información no es ilimitado: sólo el necesario para ejercer como ciudadano libre y con criterio.

### **2.2. Los periodistas y sus responsabilidades**

Si atendemos a los imperativos de los códigos aprobados por los propios profesionales, ésta sería su lista de deberes: a) Compromiso con la verdad, b) diligencia: la búsqueda de la veracidad exige verificar y comprobar, c) utilización de métodos lícitos e incluso dignos, d) consulta a las fuentes implicadas. El pe-

---

<sup>6</sup>Resolución 1003 sobre Ética del Periodismo del Consejo de Europa.

riodista debe identificar las fuentes, e) independencia, f) respeto a la intimidad y propia imagen g) respeto a la presunción de inocencia, h) no aceptar regalos ni favorecerse con información privilegiada, j) respeto a dolor y la dignidad de las víctimas, k) guardar el secreto profesional, l) evitar prejuicios, tomas de posición previas, m) no confundir lo conflictivo y espectacular con lo importante, n) no supeditar el trabajo profesional al medro personal, ñ) evitar la connivencia con el mundo político o económico, o) usar las expresiones y léxico adecuados.

### 2.3. La tarea de los medios: empresas

La ética periodística la conforman la ética de los medios y la ética de los periodistas. Los periodistas no son profesionales liberales. Su trabajo es un producto empresarial, de ahí que los medios como empresas también tengan que atenerse a supuestos éticos: a) sus objetivos no son sólo económicos y están limitados por el derecho fundamental del público a la información, b) la información no es una mercancía ; ni la información ni la opinión deben estar mediatizadas en función de la audiencia o la publicidad, c) no son sustitutos de las instituciones: no tienen la legitimidad de quienes se someten al dictado de las urnas, d) no deben mediatizar información y opinión con la pretensión de crear o formar la opinión pública, e) el periodismo de investigación debe responder a la veracidad y honestidad y es incompatible con campañas periodísticas desde posiciones previas, f) los periodistas asalariados tienen derecho a un salario digno, g) los periodistas tienen derecho a su independencia y a salvaguardar sus fuentes, h) deben hacer efectivo el derecho de rectificación de fuentes afectadas por informaciones.

## 3. PENSAR EN EL PÚBLICO

Derecho a información veraz, relevante, en su contexto, no sometida a intereses políticos, económicos, plural, es lo que se expone en los principios de ética periodística<sup>7</sup>, dando sentido y desarrollando el significado del principio universal del derecho a la información. Como réplica, *el periodismo ofrece algo único a una sociedad: la información independiente, veraz, exacta, ecuánime que todo ciudadano necesita para ser libre* (Kovach y Rosensteil, 2003:16). No parece que la satisfacción de esta básica y trascendental demanda ciudadana inspire la mayoría de las actuaciones de los periodistas que ha retratado la pequeña pantalla. Si tienen los ojos puestos en el público, la mayoría de las ocasiones es para causarle impacto, para asombrarle, para atraerle la atención más que la competencia.

No obstante, hay ejemplos de películas que además de los ingredientes del drama o la comedia, también se preocupan de transmitir valores relevantes para la vida social, entre ellos los que presiden la razón de existir de la prensa:

---

<sup>7</sup>Principio contenido de manera explícita en el Código de Deontología del Periodismo del Consejo de Europa.

La muerte de un periódico tiene efectos de largo alcance [...] Al periódico sí le interesa la corrupción política, es competencia del público todos los días. El periódico se publica todos los días ante todo y sobre todo para servir al interés público [...] La prensa honrada y valiente es lo único que protege al público contra el gangsterismo local o internacional [...] Sin competencia no puede existir libertad de prensa, y hablo acerca de la libertad de empresa. El derecho del público a elegir sus ideas, noticias y opiniones, no las del hombre influyente o incluso las de un gobierno.

Estas afirmaciones de Ed Huteson, director del diario *The Day*, protagonista de uno de los clásicos del cine, *Deadline USA*, dirigida por Richard Brooks, constituye una explícita defensa del derecho a la información y a la pluralidad y también de la función pública que desempeña un periódico:

Mientras continúe con vida *El Día* seguirá informando sobre los hechos, su alcance, sin miedo, sin distorsiones, sin pretensión de lucro personal, como siempre ha hecho.

En su alegato defiende que *una prensa honrada y valiente es lo único que protege al público contra el gangsterismo local o internacional* y se opone tajantemente a que su periódico sea comprado por una cadena:

No me importa que el señor Jwait compre y dirija dos periódicos, 20 ó 100. Lo que me preocupa es que lo compre para retirarlo de la circulación. Porque sin competencia no puede existir libertad de prensa. Hablo del derecho del público a elegir ideas, noticias, opiniones.

Una actitud parecida a la que muestra el viejo editor de un diario en *Mientras Nueva York duerme*, la película de Fritz Lang:

No estoy hablando de poder. Es algo más grande: la responsabilidad de la prensa con su público. En este país es el pueblo quien decide y para que tomen las decisiones adecuadas necesitan conocer...

En algunas películas sobre periodismo, especialmente las que se ambientan en épocas anteriores a mediados del siglo XX se reflejan dos modos muy diferentes, si no antagónicos, de entender el periodismo: el que responde a lo chocante, llamativo, sensacionalista, sin otro objetivo que llamar la atención para aumentar la tirada y sin ningún tipo de inhibición ética, y el que intenta hacer un retrato del mundo que sea de utilidad para la gente. Un ejemplo es *Teacher's pet*. El director, Jim Ganon (Clark Gable) representa el primero, la profesora de periodismo, Erika Stone (Doris Day) al segundo:

Yo tengo mis propias ideas de cómo debe ser un periódico. Mire: sangre y sexo (mostrando una portada de periódico). El periódico es mucho más que sangre y sexo. El periódico puede contar al público por qué ocurren las cosas.

*Todos los hombres del presidente* es un alegato a la libertad de expresión, al papel de la prensa frente al poder, a la independencia. En este caso, puesto que la película es histórica, describe con realismo la firmeza con que el *Washington Post* resistió presiones de todo tipo para interrumpir la investigación sobre las sucias maniobras que el Partido Republicano, con el conocimiento del presidente

Nixon, llevó a cabo contra el Partido Demócrata. Desde los reporteros hasta el director, pasando por la editora, sabían que ponían en juego primero su integridad física, también la credibilidad y la propia supervivencia del diario. Pero siguieron adelante hasta el final y dieron una de las lecciones históricas más relevantes sobre el buen hacer y sobre la función social del periodismo.

Algo similar puede decirse sobre **Buenas Noches y Buena Suerte**, la excelente película dirigida e interpretada por George Clooney, donde el prestigioso periodista de la CBS, Ed Murrow, presionado por la empresa por el riesgo que corre denunciando el obsesivo anticomunismo y las persecuciones de McCarthy, proclama la importancia del papel informativo de la televisión a la que la historia le pasará factura si se pliega a rendirse a su papel de entretenimiento:

Los cinescopios conservarán las pruebas de nuestro escapismo, nuestro aislamiento de la realidad del mundo en que vivimos. Somos una sociedad opulenta, acomodada y autocomplaciente. Adolecemos de una alergia innata a la información que nos perturba.

Le da la razón James Carey cuando afirma que hemos desarrollado un periodismo que se justifica a sí mismo en nombre del ciudadano pero en el que el ciudadano no representa ningún papel, excepto el de audiencia (Carey, 1997: 22).

#### 4. PERIODISTAS: ENTRE HÉROES Y VILLANOS

Los periodistas tienen grandes problemas para conciliar la ética personal con su profesión. Esto deriva de la dificultad que encaran cuando encuentran fuertes corrientes contradictorias *entre el periodismo como profesión y como negocio* (Goodwin, 1986: 13).

Pero no es una cuestión que pasen por alto. Al menos el periodismo que nos muestra el cine mantiene a menudo un telón de fondo, a veces muy perceptible, sobre lo que es correcto o incorrecto. Las películas tienden a crear estereotipos, modelos especiales para situaciones especiales y así aparecen héroes y villanos; individuos íntegros y también rastreros y corruptos, más que profesionales corrientes; cuando ser periodista significa aprender a detectar el mayor o menor valor noticioso de los individuos, hechos o situaciones y cuyo todo su saber radica en la capacidad de observar, descubrir, analizar y transmitir el latido profundo de la sociedad, día tras día, (Diezhandino, Bezunartea, Coca, 1994: 40-41).

En el estudio sobre los periodistas en el cine, se observaron los comportamientos éticos clasificándolos de “nada” a “mucho” pasando por “poco” y “bastante”. Y estos fueron los resultados cuantitativos, partiendo de un primer dato general que resulta muy relevante: sólo el 28% de las películas visionadas soslayan la cuestión ética.

	Nada %	Poco %	Bastante %	Mucho %
Totales	12,1	24,3	50,4	13,2
Hombres	13,8	27,6	46,6	13,8
Mujeres	4,2	9,5	76,1	4,3

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 1. Ética: Actuaciones-actitudes**

Los periodistas de cine se decantan claramente por comportamientos bastante o muy éticos y llama la atención que bien en actuaciones, bien en actitudes, es decir cuando se plantea una disyuntiva sobre cómo actuar o se analiza a posteriori una actuación, las mujeres, que tienen una representación que no llega al 20 % se muestran más sensibles a la ética que los hombres. Si bien es destacable que si son muy pocas, el 4,2 %, la “nada” éticas, también es cierto que en la excelencia, “muy” éticas les superan los hombres

Años	Nada %	Poco %	Bastante %	Mucho %
20/35	5,0	21,0	56,7	16,2
35/55	15,0	30,7	39,3	15,0

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 2. Actuaciones-actitudes según grupos de edad**

Independientemente de la casuística que se dé en la vida real, en el cine la franja de edad que está sobrerrepresentada es la que corresponde a una madurez “joven”, es decir de 30 a 45 años. Los personajes varones y los correspondientes actores se encuadran en esa edad; las mujeres periodistas, ligeramente más jóvenes. La presencia de la llamada tercera edad es puramente testimonial en unos y otras. Pues bien, esa es la tónica que se mantiene en los personajes periodistas. El tema de la edad en la profesión periodística no es irrelevante: los muy jóvenes realizan tareas que abandonan en cuanto alcanzan cierto estatus o madurez. Son los que hacen sucesos o información local. Los corresponsales en el extranjero, los responsables de las secciones, los que se dedican a la investigación, por supuesto los directores, no bajan de la cuarentena.

A la hora de analizar cómo actúan respecto de la ética parece claro que los jóvenes mantienen un nivel más elevado. Tal y como reflejan las actuaciones a las que se enfrentan, son los de mayor estatus los que se pliegan en mayor medida, bien sea por no perder su situación en la empresa, porque su sensibilidad



humana ha perdido frescura o porque se sienten corresponsables de los intereses de audiencia de sus medios.

Puesto	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Propietario, Editor, Director	20,0	20,0	40,0	20,0
Corresponsales	13,0	13,0	58,3	15,7
Redactor/ Reportero	9,5	25,0	50,0	15,5
Fotógrafos/ Cámara	9,5	26,0	50,0	14,5

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 3. Actuaciones-actitudes según categoría profesional**

Los corresponsales especialmente de guerra, representan una pequeñísima proporción entre los periodistas en la vida real, no así en el cine donde su tarea es especialmente atractiva, de modo que tienen una representación muy alta. Entre ellos se dan los que con más rigor se toman la profesión, mientras que entre directores y editores, el 40% actúa de modo nada o poco ético. En opinión de Gomis (1994: 40):

Raramente en los consejos de redacción se oye invocar razones morales para difundir una noticia y si acaso alguna vez se invoca algo parecido se hace recordando las preferencias de nuestro público, pero esas preferencias pueden ser morales, pero también pueden no serlo (Gomis, 1994):

No hay datos estadísticos sobre las actitudes morales de los directivos de los medios en el mundo real cuando toman decisiones, pero es reseñable que en el cine más de la mitad desempeña su labor de manera intachable.

Si los datos cuantitativos son significativos sobre la imagen que desde el punto de vista ético proyecta el cine sobre los periodistas, es la observación cualitativa de acciones y actitudes la que permite ejemplos concretos. A ella dedicaremos los siguientes apartados.

#### **4.1. La búsqueda de la verdad**

La prueba de fuego de los periodistas es la búsqueda de la verdad. En términos periodísticos, cuando se habla de verdad, no tiene la pretensión ontológica que dicho vocablo sugiere la filosofía o la teología. La difusa *verdad informativa*, como sostiene Martínez Albertos (1994: 49) se traduce por honestidad intelectual y no intencionalidad en el relato. La UNESCO habla de *adhesión honesta a la realidad objetiva* y el Consejo de Europa de *veracidad* (lo contrario de mendacidad, cuyo sentido esencial es precisamente la intención o voluntad de engañar). En la búsqueda de la verdad, lo principal es averiguar los hechos. Es lo que dijeron los periodistas consultados por el Comité of Concerned Journalists, pero

no en el sentido de dar datos, aunque veraces, sino que es necesario informar de la verdad que encierran los hechos. La misma idea que expuso la Comisión Hutchins en los años 50 y que entonces supuso una verdadera novedad sobre el enfoque de las noticias: la prensa debería suministrar *un relato veraz, completo e inteligente de los acontecimientos del día en un contexto que les dé significado* (Schmuhl, 1985: 57).

La nueva visión “La Responsabilidad Social del Periodismo”, no fue casual, sino producto de la reflexión sobre lo ocurrido en las épocas anteriores, cuando el sentido de ceñirse rigurosamente a los hechos, a lo que el periodista-espectador relata, sin antecedentes, conexiones, impide ver la realidad. Así se consideró un fracaso el ideal de objetividad practicada por las agencias de noticias en los primeros años 20 del siglo XX: *el más importante fracaso de Associated Press se debió a que impedía a los reporteros enviar artículos informativos y de antecedentes basados en políticas y tendencias* (Rivers, Schramm, 1973: 175) y así, con información fragmentaria, no se explicaron las causas de la I Guerra Mundial, ni tampoco de la revolución islámica en Irán, décadas más tarde.

El compromiso con la verdad constituye el principio periodístico por excelencia. La lucha por hacer cumplir ese objetivo convierte a algunos de los periodistas de cine en ejemplos a veces heroicos de la profesión: Robert Redford en *El dilema*, el corresponsal-investigador pierde la vida tratando de obtener información sobre tráfico de armas; los jóvenes reporteros del *Watergate* se exponen personalmente mientras investigan el fraude político, Randy Quaid, reportero, en *The Paper* se enfrenta violentamente a la editora para evitar que salga a la calle la versión de una noticia en la que dos jóvenes negros son injustamente identificados como autores de un crimen... Son algunos de los ejemplos edificantes de comportamientos éticos de periodistas. En otros, como en *Bajo el fuego* el compromiso con la veracidad se deja de lado (falseando una fotografía), pero no por intereses malsanos (notoriedad, medro personal, competencia insana), sino por un bien superior, que acabe la guerra en Nicaragua.

El mayor atentado a la verdad se produce cuando el periodista literalmente se inventa la noticia. O las noticias, como fue el caso del redactor mentiroso, Stephen Glass que engañó con sus fantásticos reportajes en “The New Republic” y otros medios prestigiosos, durante varios años. Los hechos reales fueron el argumento de *El precio de la verdad*. Cuando el director del medio descubre el engaño se enfrenta a un grave dilema: si no sería conveniente ocultar el engaño para no hacer sufrir la credibilidad del medio...aunque si ambos engaños se descubren el descalabro será aún mayor<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup>Han hecho historia en las últimas décadas otros casos reales, como Janet Cook que obtuvo un Pulitzer en 1981 por un reportaje inventado publicado en su periódico, el *Washington Post*; Jayson Blair fue un periodista reconocido por sus reportajes en el *New York Times* y otros medios de prestigio durante varios años, hasta que fue descubierto en 2003, el mismo año se descubrió un fraude parecido cometido por Jack Kelly en el *USA Today*.

También de invenciones de noticias se trata en *Juan Nadie*, película en la que una joven periodista, para no ser despedida de un periódico decide inventarse todo un serial que comienza con la carta de un hombre, Jonh Doe, que anuncia su suicidio a fecha fija en protesta por la situación del mundo. El anuncio de una tragedia anunciada, adobada con una biografía plena de notas emotivas provoca el arrastre popular: todo un éxito periodístico. Aunque tenga sus complicaciones, como tener buscar un Jonh Doe debajo de las piedras cuando el eco noticioso crece y resulta descontrolable.

Actuaciones tan extremas no plantean dudas deontológicas, ya que los hechos no admiten siquiera controversia, pero aunque sean una caricatura no dejan de inquietar. A veces un medio, un periodista, se ve envuelto en sus propias exageraciones convirtiendo la realidad en una caricatura.

Se puede llegar más lejos: fabricar no ya la noticia, sino los hechos por puro sensacionalismo. Algunos casos han sido explotados con éxito en películas que reflejan el periodismo amarillo. *L.A. Confidencial* es una de ellas. El periodista protagonista, Syd Hudgens (Danny de Vito) trabaja para un diario sensacionalista y se confabula con un policía: el periodista “fabrica” las detenciones y el policía las lleva a cabo a la luz de los flashes, con lo que se va convirtiendo en una estrella, además de recibir unos cuantos dólares por cada operación.

El catálogo de posibilidades de faltar a la verdad en el trabajo periodístico es poco menos que infinito. Uno de los más deleznable, no sólo desde la ética periodística sino simplemente personal, es la de triunfar con el trabajo de otro colega, valiéndose de sucias triquiñuelas, como la del reportero de televisión que roba a un colega una cinta sensacional, éste es el caso de Hank Robinson el personaje protagonista de *Crusader*. O narrar la noticia simulando que se ha sido testigo, incluso heroico, cuando el único mérito consiste en copiar con verosimilitud a los que sí han estado allí. Numerosos ejemplos de este tipo lo proporcionan historias de corresponsales de guerra que se han trasladado al cine y también a la literatura. En *Crusader* hacen referencia a un ejemplo de este indigno comportamiento: El padre del protagonista, muy respetado como periodista, ha conseguido que el libro en el que relata sus peripecias de Persia, cuando la revolución islámica derrotó al Sha, sea un manual para el reporterismo de guerra en la Facultad de Periodismo de Barcelona. Pero no, los verdaderos periodistas arriesgados y testigos de primera mano eran los profesionales de los medios locales que fueron eliminados en las purgas que el ayatolá aplicó, implacable, tras la victoria.

Y qué decir de las lágrimas de emoción de William Hurt, el protagonista *Al filo de la noticia* al escuchar ante las cámaras el dramático testimonio de una joven violada. Su dramatización se descubre como puro fingimiento: el plano de las lágrimas se añadió después.

La mentira del periodista puede ser una colaboración necesaria en situaciones fraudulentas. El boxeo se ha presentado muchas veces en el cine como el de-

porte-negocio propicio a la corrupción. Una de las películas emblemáticas sobre este peculiar mundo es *Más dura será la caída*. El protagonista, Eddie Willis (Humphrey Bogart), que personifica a un crítico deportivo, no duda en colaborar en el fraude de crear la falsa imagen de un boxeador capaz de colocarse el cinturón de campeón, engañando al propio deportista, al público y a los apostadores. Su acto de contrición final no le exime de un comportamiento inaceptable periodísticamente, a pesar de que el boxeo no sea una actividad de interés público, sino un espectáculo deportivo.

Pero la cuestión de la veracidad periodística, no sólo ofrece ejemplos negativos, también los hay positivos, y de gran fuerza. Es el caso de *El Dilema* película en la que Al Pacino, un periodista de notable prestigio y credibilidad, por difundir un hecho de gran relevancia (las tabaqueras añaden a los cigarrillos productos para incrementar la adicción al tabaco), está dispuesto, primero a producir un serio quebranto económico a su empresa, la cadena televisiva, CBS, y después a ofrecer la información a un periodista de la competencia con tal de que se divulgue una noticia, verídica, contrastada y de una gran repercusión social.

En cualquier caso el principio de veracidad en el cine tiene trazos gruesos, entre otras cosas porque la narrativa cinematográfica no entiende de sutilezas conceptuales. Por otra parte, es la acción, la historia dramática la que se impone normalmente sobre las ocupaciones profesionales de los personajes. El compromiso del periodista con la verdad se aleja en el cine todavía más que en la realidad de las discusiones filosóficas sobre si la verdad realmente existe; esto queda para el campo de la semántica (Kovach y Rosensteil, 2003: 57).

La búsqueda de la verdad impone trabajo, perseverancia, *disciplina de verificación* como la denominan Kovach y Rosensteil: la verdad se produce como las estalactitas, gota a gota, y esa decantación tiene lugar en un proceso a veces muy confuso en el que es difícil discernir lo verdadero de lo falso en un proceso parecido a los procesos judiciales en los que muchas veces las apariencias engañan. Llegar al fondo aunque ello entrañe riesgos. La diligencia periodística es un requisito profesional, lo dicen los códigos y las sentencias judiciales, *accuratio*, la denomina Martínez Albertos (1994: 55). El cine nos muestra periodistas diligentes, y destacan aquellos que, curiosamente, se refieren a personajes reales: Dustin Hoffman (Berstein) y Robert Redford (Woodward) en *Todos los hombres del Presidente*, Al Pacino (Lowell Bergman) en *El Dilema*, Robert Redford (Warren Justice) en *Intimo y Personal* Ed Murrow en *Buenas noches, buena suerte*, Cate Blanchett interpretando a *Verónica Guerin* en la película del mismo nombre... Es esta última la que muestra el caso más heroico: la periodista que se inmoló por su profesión. Ni las amenazas a ella misma ni a su familia la arredran. No es sólo el periodista que se topa con la noticia "peligrosa" o con la situación de riesgo, sino la que recurre a todos los medios posibles para obtener los datos que pongan al descubierto a traficantes de drogas que no tienen escrúpulos por enfermar a comunidades enteras.

La diligencia, el empeño en obtener testimonio de la noticia, supone condiciones muy diferentes para los periodistas que buscan datos o para los que intentan tener imágenes. Así, en *Hotel Rwanda*, mientras el corresponsal redactor cumple tajantemente el toque de queda, en pleno conflicto tutsi, el cámara se lanza a la calle sin protección y obtiene imágenes impresionantes de la masacre.

Pero no todo vale, los códigos insisten en que deben utilizarse métodos lícitos y generalmente ésa es la opinión y el proceder de los periodistas (Humanes, 1998: 275). Sobornar a un funcionario, chantajear a una fuente, valerse de instrumentos de escucha, utilizar cámaras ocultas, son métodos ilícitos e indignos de obtener información. Y ejemplos en la vida real no faltan: las fotos de Lady Di en el gimnasio obtenidas con cámara oculta le valieron al *Mirror* verse ante los tribunales. También la cadena SER se saltó las reglas cuando captó y difundió una conversación privada, aunque de contenido político, que mantenía Txiki Benegas, entonces Secretario de Organización del PSOE, con otro político de su partido. Cuando *El Mundo* publicó conversaciones telefónicas comprometedoras del Consejero de la Generalitat, Cullell y el Colegio de Periodistas de Cataluña le reconvinó, Pedro J. Ramírez saltándose el principio de que el fin no justifica los medios se defendió afirmando que no le importaba el origen ilegal de las grabaciones, sólo si eran veraces y relevantes (Santos, 1995: 243).

La suplantación de personalidad, es un recurso periodístico muy explotado en cine y televisión y que ha dado lugar a numerosos debates sobre la licitud legal o moral de tales comportamientos. En *Todos los hombres del presidente* se da un episodio de engaño de este tipo, cuando Dustin Hoffman engaña telefónicamente a una secretaria haciéndose pasar por funcionario.

Un caso extremo es el que se presenta en *Corredor sin retorno* cuando un periodista decide simular un desequilibrio mental para entrar como paciente en un psiquiátrico donde se ha producido un crimen que él quiere desentrañar. El resultado fatal de tal decisión, un caso “de película” perjudica personalmente al periodista y a sus allegados, pero pone de manifiesto la cadena de engaños que implica cualquier suplantación de personalidad. En este caso todo el personal, médico y pacientes de un hospital.

¿Es ilícito utilizar profesionalmente noticias conocidas a través de relaciones personales? Un dilema ante el que se encuentran a veces los periodistas. La decisión decantará al periodista por la fuerza de sus sentimientos personales hacia quien le haya revelado la noticia frente a su impulso profesional. Y no sólo, sus escalas de lealtades, el grado de relevancia de la noticia y más aún el ego profesional contarán para que tome una u otra decisión. Hamilton (Mel Gibson), el protagonista de *El año que vivimos peligrosamente* lo tiene claro, el único modo de que no publique la importante noticia de la inminente guerra civil en Yakarta que ha conocido a través de la confidencia de su amante Jill, no para darle una exclusiva, sino para que salga del país y salve la vida era no saberlo: *no tenías que habérmelo dicho*. No obstante, Hamilton usa una tercera vía para evitar el compromiso al que se puede enfrentar Jill: corroborar la información por

otras fuentes. Una táctica que también se considera periodísticamente válida para saltarse el *off the record*.

¿Es lícito sonsacar información encubriendo la condición de periodista? Es lo que hace Verónica Quaife (Geena Davis) para su revista científica con el físico que fue su profesor y que está enamorado de ella. Aunque de un modo más inocente, como corresponde a una película romántica de los años 50, también en *Vacaciones en Roma* el protagonista, un indolente periodista americano interpretado por Gregory Peck, se vale del engaño, ocultando a la princesa de incógnito cual es profesión, para lograr esa entrevista que más que producirle un éxito le salvará de la ruina.

Muy lejos del romanticismo blando de *Vacaciones en Roma*, en el mundo de las cloacas de Los Ángeles reflejado en *L.A. Confidencial*, el periodista Danny de Vitto no tiene inconveniente en aprovecharse de la venganza que su amigo el policía quiere tramar contra un fiscal: *¿Sabías que el fiscal es maricón? Burt Reynolds acaba de salir de la cárcel y está sin blanca. Le he pedido que se folle al fiscal por 100 pavos*. El periodista aprovechará la ocasión para sacarle fotos. Ya no se trata sólo de la utilización de métodos indignos para obtener la información, sino incluso de fabricar una noticia, una trampa para desprestigiar expresamente a un personaje público.

Aprovechar el desconsuelo de una madre cuando le comunican el asesinato de su hija para sacarle fotos y aún más robar fotos de la joven muerta, es otro ejemplo de indigno comportamiento. Es el que se refleja en *Llamada a un reportero*.

Pagar a una fuente informativa para obtener información y más todavía intentar sobornar a funcionarios, son métodos indignos. Pero en películas sobre periodismo sensacionalista no es infrecuente que se hagan esas prácticas. También en *Luna Nueva* los periodistas pagan, incluso de su bolsillo, para conseguir la entrevista a un condenado.

El director de *Objetivo Mortal*, Richard Brooks, que adaptó la novela de McCarrry *The better angels* se permite hacer una acusación a medios muy respetables y fuentes de alto rango de haber utilizado el dinero para pagar exclusivas:

¿Y cuando se pagó millón y medio por la exclusiva de la Bahía de Cochinos? ¿Un millón de dólares para que Nixon se disculpara de costa a costa? La CBS pagó a Haldeman, Eisenhower y Johnson. La NBC pagó a John Dean y al asesino de Robert Kennedy. La ABC pagó al teniente Calley, y para desayunar sirvió la masacre de My Lai. ¿Y qué hay del asesino que puse en televisión? Del corredor de la muerte a la silla eléctrica: carne frita en hora punta ¡Pagaste 100.000 dólares por eso! ¡Pagados al asesino! ¿Llamas a eso periodismo? Esto es el negocio del espectáculo.

Cómo opera el periodista con las fuentes califica la calidad de su trabajo periodístico. Muchas vertientes de las relaciones fuentes-periodista tienen connotaciones deontológicas. Los ejemplos cinematográficos de comportamientos

periodísticos son casi siempre extremos: o héroes o villanos, también en este aspecto profesional. Así que Gray Grantham (Danzel Washington) el protagonista de *El Informe Pelicano* es el paradigma del periodista perfecto: todas las fuentes necesarias para confirmar la noticia, no presionarlas para obtener la información, respetar el *off the record*, no identificarlas públicamente si va a perjudicarlas, a pesar de la importancia de la identificación de las fuentes en un buen trabajo periodístico, e incluso comprometerse a silenciar datos que pueden perjudicar la reputación de una fuente, aún cuando ya ha muerto.

*Todos los hombres del presidente* ofrece por su parte la lección de periodismo más completa sobre el tratamiento de las fuentes. Los protagonistas, Bob Woodward (Robert Redford) y Carl Berstein (Dustin Hoffman) con una información sumamente delicada y trascendental cumplen las reglas de una información de calidad a rajatabla: los datos son corroborados por dos y tres fuentes y las pistas que les proporciona el “garganta profunda” también son investigadas y confirmadas por distintas vías. No obstante, caen en algunos deslices que podrían rozar comportamientos éticos dudosos: instar a una de sus compañeras de trabajo a que utilice su relación personal con un miembro del gobierno para obtener una lista de personas que precisan y favorecerse del miedo de la secretaria de uno de los colaboradores de Nixon para obtener información relevante sobre las ilegales maniobras electorales de la presidencia estadounidense. Unos y otros ejemplos de comportamiento en esta película tienen el valor añadido de contar un hecho real.

#### 4.2. Sobre el respeto a la intimidad

Es difícil saber si el respeto a la intimidad y al honor se mantiene en los medios de comunicación por razones de ética periodística o por las leyes generales vigentes en los países. Especialmente, en EE.UU. donde la ley antilibelo constituye una barrera que infunde un indudable respeto. El hecho de que la gran mayoría de películas sobre periodismo procedan de estudios estadounidenses redunda en que se hayan registrado muy pocos problemas periodísticos de esa índole.

Uno de los ejemplos claros de debate ético sobre derecho a la intimidad se da casualmente en una película sueca, *El atentado*. En la redacción del periódico escenario del film se produce el debate sobre si se debe incluir el dato de que la víctima del atentado, un personaje público, era lesbiana. El redactor jefe, que se muestra como un profesional sin escrúpulos, está dispuesto a dar el dato en la noticia, no así el director: *El pilar de los juegos olímpicos era lesbiana, ¿por qué coño querías poner ese titular? ¿De verdad creáis que íbamos a imprimir una barbaridad como ésa?* La redactora jefe, modelo de honestidad y exigencia profesional y descubridora del dato no tiene dudas: *Lo importante es quién la asesinó, no con quién se acostaba.*

En la vida real se suele asociar el derecho a la intimidad con los personajes públicos, sean de la política o del espectáculo, pero lo cierto es que es mucho más frecuente transgredir ese derecho cuando se trata de personajes anónimos.

Especialmente cuando han sido víctimas de alguna desgracia: a las fotos de cuerpos desgarrados se suman a veces las historias de sus vidas. En ese tema, también es modélico el testimonio del director de periódico protagonista de *El atentado: Cuando identifiquemos a las víctimas y hablemos con los familiares tenemos que ir con muchísimo cuidado. No quiero ningún debate sobre que nos hemos entrometido en sus vidas*. También el fotógrafo se preocupa: *Somos sanguijuelas que disfrutamos de su desgracia. Nos relamemos en su infelicidad sólo porque queda bien en el periódico*.

Este caso se aborda tangencialmente en la película *Héroe por accidente*. La protagonista, Gale Lyley (Geena Davis), interviene en los prolegómenos de un suicidio tratando de convencer al hombre que va a tirarse desde una cornisa para que no lo haga. Un hombre con dinero, salud, una buena familia... así que la redactora de la televisión se siente en la obligación de investigar su vida, su familia, para encontrar las razones del suicidio. La propia periodista se interroga sobre ello:

Seguimos investigando, desvelamos toda su vida, su familia ¿Por qué? Somos profesionales y ante todo buscamos la verdad [...] ¿estamos obligados a detenernos en algún punto o seguimos adelante excavando, excavando, pelando, pelando la cebolla por completo hasta destruir lo que investigábamos en un principio?

Claro que la vida real puede ofrecer ejemplos más extremos. Por ejemplo, recientemente fue denunciada en Italia una red que extorsionaba a famosos con fotos delicadas<sup>9</sup>.

#### 4.3. Respeto a la presunción de inocencia

Si en la práctica real la presunción de inocencia es uno de los principios difíciles de sostener, no tanto por la voluntad expresa de incumplirlos como por la contradicción intrínseca que supone divulgar los motivos de una detención, por más que al detenido, incorrectamente por cierto, no se le califique de delincuente, sino de “presunto”. En la práctica, la publicación de los hechos viene a significar que sea preciso demostrar la inocencia, más que la culpabilidad que casi de da por sobreentendida. En el cine el caso más frecuente lo expone *The Paper* donde se conjuga el interés de la policía por mostrar su diligencia en descubrir y detener con celeridad a autores de crímenes, con el interés puramente comercial de un medio: dar al lector lo que quiere recibir. En este caso la injusta detención de dos jóvenes negros.

Un ejemplo más sofisticado e interesante es el que se da en *Ausencia de malicia* y que refleja cómo un periodista puede ser manipulado y actuar de peón inconsciente de otros intereses: *El periodista que a veces tiene una imagen social de manipulador, es en muchas ocasiones el manipulado*, cuando es inconscientemente manejado por una fuente que considera fiable (Coca y Diezhandino, 1997: 195).

<sup>9</sup>Italia, a vista de ‘paparazzi’, en *El Correo*, 22 de marzo de 2007. p.92.



La periodista protagonista de *Ausencia de malicia*, Selly Fields, gracias a una artera maniobra de un ayudante de fiscal, publica cómo está siendo investigado por la desaparición de un sindicalista un rico empresario, Paul Newman, lo que supone la presunción de culpabilidad. En el film el empresario, ingeniosamente, hace caer en la trampa a los manipuladores y pone en evidencia ante la periodista la indefensión que gente como él sufre ante la prensa. La realidad suele ser más dura, baste recordar el suicidio en 1993 del Primer Ministro francés, Pierre Bérégovoy que no pudo soportar los rumores sobre supuestas irregularidades financieras cuya falsedad se demostró más tarde.

#### 4.4. Respeto al dolor y la dignidad de las víctimas

Uno de los flancos más débiles del periodismo, por el que ha recibido frecuentes críticas es por la utilización del dolor humano, por la conversión de la sangre y el morbo en un atractivo, despreciando por completo el dolor y la dignidad de las víctimas. El cine ha presentado a menudo prototipos de periodistas, sobre todo jefes, que incitan a sacar la sangre en primer plano, a hurgar en las heridas del dolor. El film peruano *Tinta Roja* resulta un exacerbado ejemplo sobre este tipo de periodismo: destapar el cuerpo del desgraciado vendedor ambulante que acaba de ser atropellado para fotografiarle; engañar a la abuela a la que han matado un nieto, hurgar en su pena, hacerla llorar para sacar buenas fotos, etc., hasta considerar modélico un titular como este: "Fue a darle el pésame a una monja y la violó para que se le pasara la pena".

El "examen" del jefe al becario es elocuente:

¿Has visto alguna vez un muerto Varguitas? ¿Y cómo te va con la sangre, un choque con muertos y heridos, un muerto al que le cuelga un brazo, otro que grita entre los hierros retorcidos...¿Qué haces? ¿Corres? ¿O te metes a husmear ahí en la sangre? ¿Dudas? Estás jodido, no sirves.

No es más edificante la situación que muestra el film *15 minutos*. Veamos el monólogo: *Soy Robert Hawkins –presentador de TV– Es un material de una violencia jamás vista en televisión. Lo presento con gran pesar. Es normal preguntarse ¿por qué emiten algo tan brutal? Y mi respuesta es: como periodista estoy obligado a hacerlo.*

La explotación del dolor de la desgracia humana está en los antípodas de lo que la buena práctica periodística manda: el respeto al doliente, el tratamiento que salvaguarde su dignidad. No es eso lo que ocurre en *La reina de Nueva York*, donde un periodista, Wallace Cook (Frederic March), decide exponer a la opinión pública los últimos días de vida, el último aliento, las últimas palabras de una joven desahuciada. Ese será el tema estrella del periódico y el que reabilitará al periodista ante sus jefes. Sólo que había sido una falsa alarma, los médicos que examinan a la joven descubren que está perfectamente sana. Así que mejor de defraudar a los lectores con tan fausta noticia, hacerla desaparecer con un falso suicidio.

*Si hay sangre, hay noticia*, dice Robert Redford en *El dilema*, un principio simple que apela al sensacionalismo, una desviación que puede incidir en varios comportamientos indeseables: exacerbación de lo morboso, de lo sensiblero, exageraciones, distorsiones para aumentar el impacto de una noticia. Aunque haya profesionales que consideren que no hay por qué tener ese concepto tan negativo del sensacionalismo. *En España se suele asimilar sensacionalismo y mentira. Y no ha de ocurrir así necesariamente.* (Grijelmo, 1997: 531).

Son muchas las películas americanas, particularmente de los años 50 y 60 que contemplaban el periodismo desde el ángulo sensacionalista. La histórica *Primera Plana* es una de las claras muestras de este espíritu. La rocambolesca historia que narra se sostiene en la pretensión del periódico de ofrecer algo “sensacional”. Reconocido como el mejor director de comedia cinematográfica, Billy Wilder, realizó con *Primera Plana* una de las mejores caricaturas del periodista tan absorbido por su profesión que como persona desaparece. No se trata de una profesión con sentido social de responsabilidad: básicamente se trata de un trabajo que hace subir la adrenalina, como si de una aventura de alto riesgo se tratara, a base de cargar las tintas, de olvidarse de la verdad, del sentido cívico y cuyo único objetivo es obtener exclusivas para apabullar a la competencia; no importan qué sacrificios éticos haya que realizar para conseguirlo. Los periodistas de *Primera Plana* mantienen a un condenado a muerte evadido escondiéndolo, sin entregarlo a la policía para lograr esa exclusiva. Se inventan una novia dispuesta al suicidio, aunque lo desmienta en persona. Es lo que predica el director del periódico, Walter Matthau, y su reportero más querido, Jack Lemmon, capaz de olvidarse de coger el tren el día de su boda, por seguir la noticia del día. Es un modelo de profesional ligado especialmente a una etapa del periodismo que si bien no ha desaparecido sí ha quedado inmerso en otros modelos de periodista.

A Fritz Lang no le costó en *Mientras Nueva York duerme* crear un ambiente sensacionalista, de alarma social, dando a entender que todas las chicas jóvenes y guapas están en peligro de ser atacadas. El sensacionalismo es asimismo cuestión principal de la trama de *El gran carnaval*.

También se dan algunas lecciones de anti-sensacionalismo. Humphrey Bogart, director de *The Day* en *Deadline USA* da instrucciones para que la noticia de una joven ahogada no aparezca destacada, ni fotografiada. Su actitud le reporta la ventaja de contar con la colaboración de la madre de la asesinada:

No conozco a la policía, conozco los periódicos, conozco este periódico. Vine a América. El me enseñó a leer y a escribir. Mi hija ha muerto y usted no ha publicado nada malo de ella. No ha publicado fotos malas de ella. Ayudaré a encontrar quien le mató. Su periódico no tiene miedo. Yo tampoco tengo miedo.

Detalles morbosos, como fotógrafos “carroñeros” en busca de cadáveres mutilados- arrollados por el tren, por ejemplo- no son excepcionales. Es una de las escenas de *El gato de las nueve colas*.

#### 4.5. Todo por el triunfo

Una de las críticas más directas al periodista dispuesto a cualquier clase de tropelía para medrar profesionalmente es la que destila *El gran carnaval*. El reportero insignificante de un periódico local dispuesto a ganar el Pulitzer a costa del más abyecto periodismo sensacionalista: exprimir el melodrama del salvamento de un hombre atrapado en una suerte de mina (una antigua tumba india) aunque para ello tenga que confabularse con el sheriff para prolongar lo más posible la tarea... Tanto que como resultado la víctima no puede ser rescatada con vida: *Estoy en el camino y no me preocupa hacer tratos con un sheriff desalmado, y si tengo que aderezarlo con una esposa desconsolada y una maldición india tampoco me importa*, es el modo como concibe su trabajo Charles Chuck Tatum, el reportero protagonista.

Si en algún momento prefiere que el hombre atrapado sea rescatado con vida, no es por sentimientos humanitarios:

Sacaremos a Leo por la mañana, pero por la otra vía, la que deberíamos haber utilizado desde el principio. Se está muriendo y eso no es bueno para mi historia, estos casos deben tener un final feliz para satisfacer la curiosidad humana. Cuando has conseguido exaltar a la gente no puedes nunca defraudarla. No quiero entregarles un cadáver.

Y cuando sus intereses se ven defraudados, aún encuentra la vía para rizar el rizo y sacar partido a su historia:

Ya sé que los demás periódicos han salido, pero con la noticia equivocada: Leo Minosa no murió, fue asesinado. Le daré algo que vale oro, un especial de Tatum, algo que dejará en ridículo a los demás periódicos: Un reportero mantiene a un hombre enterrado seis días.

Ciertamente la película hace una caricatura de los excesos del sensacionalismo y la ambición personal, pero no deja de ser un retrato de algunas realidades.

Hay un cierto paralelismo entre *El Gran Carnaval* y *Mad City* de Costa Gavras, al menos en el sentido de que el periodista, Dustin Hoffman, por encima de la seguridad de unos rehenes, prolonga artificialmente una peligrosa situación para obtener beneficio profesional. No tiene escrúpulos en tratar de manipular a la opinión pública sobre la personalidad y la situación del secuestrador con tal de mantener el dramático espectáculo que le devolverá a una buena posición profesional.

Si la ambición personal, la vanidad o “todo por triunfar”, sea en la propia empresa o en la competencia con los colegas, puede inducir a los periodistas a instrumentalizar las noticias, deformándolas de una u otra manera, también el sentido de supervivencia coarta su independencia. Cuando su situación de debilidad, en período de meritorio, reduce de modo considerable la posible determinación de no dejarse mediatizar en su trabajo por los intereses de la empresa en un joven periodista, cuando se trata de un veterano el temor puede ser el de perder antes de tiempo una buena situación profesional. Mike Wallace (Christopher Plummer)

el periodista –presentador y entrevistador- del programa “60 minutos” de la CBS3, brillante, acostumbrado a estar a mayor altura que los entrevistados, por muy importantes que sean, representa ese modelo de profesional al que normalmente se pliegan los directivos de la empresa, pero que si llega a una situación crítica, no está dispuesto a acabar mal y perder su posición. En el dilema de poner en riesgo su situación personal por defender la difusión de una información en contra de la decisión de su empresa, no duda en tirar la toalla: *se trata de ser realista no un idealista utópico.*

La competencia entre colegas, a veces feroz, tiene una gran presencia en las películas sobre periodismo, acaso porque es un reflejo de lo que ocurre en USA. Aunque no en todas se dé con la crudeza que refleja *El reportero, la leyenda de Ron Burgundy* donde se llega a tirar a una colega a los osos para conseguir un buen lugar desde donde filmar, es seguramente el problema profesional más recurrente en el cine.

Un modo de medro personal para los periodistas consiste en creerse integrante de las elites porque se codea con ellas. Marcelo Mastroiani en *La dulce Vita* hubiera vendido su alma al diablo con tal de participar en la vida social de la crema y nata de la sociedad romana.

Y es que en las situaciones críticas es cuando en la profesión periodística, como en cualquier otra, se delatan las posiciones: quiénes están involucrados hasta el fondo, por propio convencimiento, del rol profesional y quienes mantienen un comportamiento honesto mientras no estén en juego sus intereses personales.

Hay otro modo de supeditar el trabajo del periodista: temas, tono, etc. al medro personal. Cuando los profesionales en su trabajo no miran al público, sino a los jefes: se trata de que les satisfaga lo que hacen. Y los jefes, en el cine y en la realidad, suelen tener como principal motivación los buenos resultados: audiencia, publicidad. La calidad informativa, el servicio público tendrán en todo caso un interés secundario y supeditado a los resultados. Cómo interfieren los criterios de los jefes (pendientes de lo que piden los anunciantes y patrocinadores) queda reflejado en algunos comentarios de Warren Justice (Robert Redford) responsable de informativos: *Así que programamos ahora las noticias preguntándoles a los patrocinadores lo que quieren ¿Y si uno quiere risas en las noticias de la tarde?*

## 5. NEGOCIO Y ÉTICA

La ética periodística la conforman la ética de los medios y la ética de los periodistas (Encabo, 1995). Los periodistas no ejercen una profesión liberal, forman parte de una empresa, con la servidumbre que la faceta de negocio y de compromisos empresariales que ello acarrea. James C. Thomson de la Fundación Nieman dice que las empresas periodísticas deben trabajar tanto para ganar dinero como para hacer el bien, debido a la tensión entre la ambición y el idealismo. (Goodwin, 1986: 50).

*Todos los hombres del Presidente* es en buena parte un paradigma de lo que representa el correcto sentido empresarial de un periódico. La batalla periodística en que se embarcan el *Washington Post* es muy arriesgada, frente al público y frente al gobierno de los Estados Unidos. Pero se arriesgan en el convencimiento de que ese debe ser el papel que les corresponde. Ben Bradlee, el director, en uno de los momentos críticos dice a sus redactores: *Estamos cercados por vuestra culpa. Nos frien por todas partes pero nosotros aguantamos y responderemos porque está en juego la libertad de prensa y quizás el futuro del país.*

En *Buenas noches, buena suerte*, los responsables de los informativos de la cadena televisiva CBS se erigen en defensores de la democracia USA en plena época del anticomunismo de McCarthy y se posicionan claramente cuando el ejército expulsa a un teniente por negarse a acusar a su padre y su hermana de simpatizar con los comunistas. Se manifiestan contra el oscurantismo con el que proceden los militares, ya que las acusaciones son secretas y creen que el ejército debe comunicar con claridad los procedimientos y reglamentos que sigue para proteger la seguridad nacional y los derechos del individuo al mismo tiempo.

A la CBS, (al menos a los responsables de los informativos) en pleno maccartismo les preocupa la pasividad con que están actuando frente a los ataques de MacCarthy a la libertad de expresión por la obsesión anticomunista. Reflexionan en el sentido de que si se escudan en que la televisión es únicamente un negocio, cuando se den cuenta será tarde y no habrán respondido como deben a las necesidades de la sociedad, mirando hacia otro lado e ignorando *la información que perturba*. Lo dice Ed Murray: conviene exaltar la importancia de las ideas y de la información. No sólo es un medio para el entretenimiento y la evasión, puede enseñar, iluminar, incluso inspirar.

La información no es una mercancía; ni la información ni la opinión deben estar mediatizadas en función de la audiencia o la publicidad (Bonete, 1995: 266). En opinión de analistas sobre la transformación empresarial de los medios, especialmente en la prensa en las últimas décadas, ha producido un gran cambio de actitud: *ya no es una institución dedicada al interés público, sino un negocio dirigido únicamente a obtener el nivel más alto posible de rentabilidad*, como lo expresa gráficamente James D. Squires (1994: 176). No es el cine un medio para que se aprecie la evolución en toda su complejidad, especialmente la que implica la creación de los *trusts* económicos que incluyen medios de comunicación. En las películas, más proclives a la simplificación si hay presiones sobre los contenidos es por los anunciantes o por el gobierno. Y muestran más los casos de resistencia que de sometimiento.

La prevalencia de la faceta empresarial en los medios hace primar los aspectos mercantiles: el gran tirano es la audiencia. El uso de la información como mercancía, como gancho acarrea el imperio del *infotainment*, o la pura y simple fabricación de mitos, de ídolos. Es el caso que presenta *Héroe por accidente*, y es que la actuación encomiable de un ciudadano, si como en el caso de la

película coincide que cerca hay un medio de comunicación dispuesto a exagerar hasta lo indecible su figura, puede presentar ante la opinión pública un modelo de criatura, heroica que no se ajusta a la realidad. Aunque la teoría no se cumpla siempre, los medios son capaces de crear la realidad.

Todo por la audiencia: pagar por la información, entorpecer la labor de la policía o de la justicia, cometer excesos son monedas corrientes en la descripción que las películas hacen del periodismo sensacionalista. También “venderse” políticamente si hace falta. Es la situación que se describe en *Luna Nueva*, cuando el director del *Morning Post* anuncia que si el gobernador, del partido republicano le ayuda en un tema que le interesa (relacionado con un condenado) le apoyará en las elecciones: *No puedes hacer eso, hace más de 20 años que somos un periódico demócrata*, le increpa el redactor jefe: *Está bien, en cuanto consigamos lo que queremos volveremos a ser demócratas*, le responde el director, mostrando una total falta de escrúpulos.

Aunque el film que con mayor acidez presenta hasta dónde puede deshumanizar una empresa la obsesión por la audiencia, es *Network. Un mundo implacable*. No tienen misericordia con el presentador que ha dado décadas de gloria a la cadena: si pierde audiencia se le despide y aún más se frotan las manos cuando él les anuncia que se suicidará ante las cámaras el día de su despedida. La expectación ese día será histórica.

Si se hace referencia en otro apartado a cómo puede mediatizar el trabajo del periodista el plegarse a contentar a los jefes, es por el riesgo de que el comportamiento de estos esté a su vez supeditado en exceso a los aspectos mercantiles de la empresa mediática, vulnerando su faceta de responsabilidad social. La película *Intimo y Personal* refleja muy claramente la prevalencia de estos criterios mercantiles, especialmente en televisión, donde se controla audiencia de cada espacio emitido, sea informativo o de entretenimiento. Muestra el film cómo los jefes deciden qué temas se van a abordar y quiénes los harán y los presentarán: el “estrellato” de los que aparecen en pantalla es muy importante y entre los profesionales se producen duras batallas para alcanzarlo o para no perderlo. Y cómo se tiende a la espectacularización de cualquier espacio: *Si este es el negocio del espectáculo, al diablo con las noticias y con la verdad*, dice en algún momento su protagonista Robert Redford, mientras en otra situación increpa al editor: *Quiere contar al público lo que quiere oír*.

Por otra parte, la tendencia a explotar lo sangriento, lo morboso es otra de las consecuencias de la mercantilización de los medios: *Doscientos años de libertad de prensa y sólo nos preocupamos por la madre del transexual asesinado*, dice también Robert Redford en *Intimo y Personal*.

El periodismo de denuncia tiene una gran relevancia social y en muchas ocasiones el gran impacto de audiencia que siempre buscan los medios. Las objeciones éticas se plantean cuando el objetivo de la denuncia es el impacto y aún más cuando el medio o el periodista quieren hacer valer su poder. Una cuestión

que seguramente encaja más en el siguiente punto pero que es fronterizo con la acepción de “todo por la audiencia”.

Si *Primera Plana* es el estereotipo de muchos de los excesos del periodista y el periodismo, en la pretensión de manipular a la opinión, en definitiva, de sustituir a las instituciones. Los periodistas del film menosprecian a los políticos y se muestran dispuestos a ejercer de cuarto poder poniendo al descubierto la corrupción: *¿Tirar de la manta? Los descuartizaremos, nos haremos los amos de la ciudad, les pondrán nuestros nombres a las calles*, dice Walter Matthau, poniendo de manifiesto que su actitud no procede precisamente del sentido de servicio ciudadano.

Una situación semejante a la que se produce en *Héroe por accidente* al menos en lo que se refiere a crear expresamente un estado de opinión. Al igual que ocurre en *Historias de la televisión* cuando una periodista, dispuesta a ayudar a una aspirante a cantante, trama el medio de hacerla famosa, condición que le servirá para representar a España en Eurovisión. Si para ello tiene que crear la noticia, que la chica se tire al ruedo ante las cámaras de televisión, se hace.

La importancia de los anunciantes limitando la independencia del periodista y de la propia empresa es el Leitmotiv de una de las mejores películas sobre periodismo: *El dilema*. Es la fuerza de las tabaqueras la que tienen encima los editores del famoso programa de investigación “60 minutos” para hacer pública una trascendental denuncia sobre las fraudulentas prácticas de añadir adictivos a los cigarrillos. Y la dirección de la CBS presiona: *Insinúas que “60 minutos” deja a la dirección de CBS decida qué es noticia y qué no?*, exclama furioso el editor del programa informativo representado por Al Pacino.

El derecho de rectificación es uno de los preceptos incluidos en las normas deontológicas. Aunque sea como una sola muestra el cine lo recoge. En *Buenas noches, buena suerte* se presenta un ejemplo de lo que puede considerarse de rectificación pública. La CBS ofrece al senador McCarthy la posibilidad de acudir al programa y refutar el contenido de un reportaje que habían emitido, confeccionado sobre citas textuales, pero que él consideró tendencioso.

## 6. CONCLUSIONES

El cine no se ocupa ni de los periodistas corrientes ni de las situaciones cotidianas a las que se enfrentan los medios. Salvo excepciones no puede transmitir la imagen real del periodismo, tampoco respecto de cómo se afronta la ética.

Sin embargo, pese a la excepcionalidad de las situaciones que relata y de la necesaria dramatización que impone el cine, en general el perfil ético del periodista de cine es positivo.

Se advierten, por otra parte, dos épocas y dos modelos de periodismo. Si en las películas más antiguas aparecen los prototipos de personajes de baja estofa, sin escrúpulos, propios del periodismo sensacionalista, sin ninguna proyección

de responsabilidad social, en las más modernas se aprecia ya el nuevo papel de los medios.

Difiere mucho la representación del personaje-periodista dependiendo de que el argumento de la película sea sobre periodismo o de que se centre en cualquier otro tema y la presencia de los reporteros sea accidental. En este último caso es donde se cuidan menos, desde el punto de vista de la ética, las actuaciones del periodista.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**AZNAR, H.** (2005): *Ética de la Comunicación y nuevos retos sociales*. Barcelona: Paidós.

— (1999): *Ética y Periodismo*. Barcelona: Paidós.

**BEZUNARTEA, O.** (2003): “El anonimato del periodista”, en *Telos*, nº 54.

— (1998) “Uso y abuso de las declaraciones: el vicio de la prensa”, en *Zer*, nº 5.

**BEZUNARTEA, O. et al.** (1998): *21 Lecciones de reporterismo*. Bilbao: Servicio de publicaciones de la Universidad del País Vasco.

**BEZUNARTEA, O.; CANTALAPIEDRA, M. J.; DEL HOYO, M.** (1998): “Las huellas de una conspiración mediática”, en *Estudios de Periodística*, nº VII.

**BONETE PERALES, N.** (1995): *Éticas de la Información y deontologías del periodismo*. Madrid: Tecnos.

**CAREY, J.** (1997): *A critical Reader (ed)* Stryker Munson, Eve y Warren Catherine. Minneapolis: Universidad de Minnesota.

**CONSELL DE L’AUDIOVISUAL DE CATALUNYA** (2002): *Recomendaciones sobre el tratamiento informativo de las tragedias personales*.

**COCA, C., DIEZHANDINO, M. P.** (1997): *La información económica*. Barcelona: Cims.

**DIEZHANDINO, M. P.; BEZUNARTEA, O.; COCA, C.** (1994): *La elite de los periodistas*. Bilbao: Servicio de Publicaciones de la Universidad del País Vasco.

**DIEZHANDINO, M. P.** (1994): *El quehacer informativo*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

**GONZÁLEZ BALLESTEROS, T.** (2005): “La diligencia del informador”, en *Cuadernos de periodistas*.

**GOODWIN, H. E.** (1986): *A la búsqueda de una ética en el periodismo*. México: Ger-nika.



- GRIGELMO, A.** (1997): *El estilo del Periodista*. Madrid: Taurus.
- GOMIS, L.** (1991): *Teoría del periodismo*. Barcelona: Paidós.
- GOOD, H.** (1998) *The image of journalism in contemporary film*. Lanham: Scarecrow Press.
- HUMANES, M. L.** (1998): "La profesión periodística en España", en *Zer* nº 4.
- KAPUSCINSKI, R.** (2002): *Los cínicos no sirven para este oficio*. Barcelona: Anagrama.
- LAMBETH, E. B.:** *Periodismo comprometido*. México: Limusa.
- LANGMAN, L.** (1998): *The media in the movies: a catalog of american journalism films, 1900-1996*. Jefferson: McFarlan.
- LIPPMANN, W.** (2003): *La opinión pública*. Madrid: Langre.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L.** (1994): "Normas y jurisprudencia respecto a la verdad informativa", en *Estudios de Periodística*, nº 2.
- ORTEGA Y GASSET, J.** (1951): *Obras completas*. Revista de Occidente.
- ORTEGA, F.; HUMANES, M. L.** (2000): *Algo más que periodistas*. Barcelona: Ariel.
- REAL RODRÍGUEZ, E.**(2006): "Periodistas sin identidad profesional", en *Ámbitos*, nº 15 (p. 333-361). Sevilla: Departamento de Periodismo II.
- RIVERS, W. L.; SCHRAMM, W.** (1973): *Responsabilidad y Comunicación de Masas*. Buenos Aires, Troquel.
- SANTOS, F.** (1995): *Periodistas. Polanquistas, sindicato del crimen, tertulianos y demás tribus*. Madrid: España Hoy.
- SARTORI, G.** (1998): *Homo Videns*. Barcelona: Taurus.
- SCHMULL, R.** (1985): *Las responsabilidades del Periodista*. Barcelona: Mitre.
- SQUIRES, J. D.** (1994): *Chantaje a la prensa*. Barcelona: Editorial Prensa Ibérica
- TERRICABRAS, J. M.** (2002): "¿En qué sentido es un derecho la información?", en Consell de L'Audiovisual de Catalunya.
- WEBER, M.** (1997): *El político y el científico*. Madrid: Alianza Editorial.

(Recibido el 01-04-07, aceptado el 25-08-07)