

INDICE

1. INTRODUCCIÓN

• INTRODUCCIÓN

Describir la realidad es la misión principal de los medios de comunicación. En el ejercicio de esta misión, el periodista ha de tratar de buscar la máxima objetividad posible. Debe explicar los hechos de manera transparente tal y como han ocurrido dado que es un mero administrador de un bien ajeno como es el derecho de los hombres y de las mujeres a saber qué pasa, a saber cómo pasa y a saber por qué pasa.

Si se observa el proceso de la comunicación desde el lugar del receptor, se aprecian diferentes formas de entender la misma información. La persona se vincula con el mensaje desde su bagaje cultural, creencias e ideologías. Por lo tanto, partiendo de este capital cultural se define el sentido de la información que está recibiendo. En toda comunicación humana, los sobreentendidos, malentendidos, ambigüedades, interferencias de sentido, muestran el carácter resbaladizo del lenguaje y la necesidad de definir el significado de una conversación, de una obra o un programa televisivo desde cada propio bagaje cultural.

A pesar de que es inevitable desprenderse de este fondo subjetivo, los informadores deben intentar ser lo más objetivos posibles a la hora de transmitir la información.

Cada vez se va desarrollando un mayor interés por el desarrollo de una ética de la comunicación y de la información, debido a la gran incidencia que tienen los medios de comunicación. Además de eso, el progreso acelerado de nuevas tecnologías para la difusión de información hace necesaria con urgencia una "ética de la comunicación".

• EVOLUCIÓN DE LA TEORÍA ÉTICA EN LAS COMUNICACIONES

Está claro que el contexto social, económico y cultural es un factor ineludible a la hora de la selección de las noticias y su modo de interpretarlas y cualquier tipo de visión fuera de éste resulta completamente utópico. La misma profesión del periodismo, pragmática y materialista, no acoge con agrado la tarea de definir la ética de la profesión, algo que puede perderse fácilmente por derroteros abstractos. Con esto se pretende dejar claro desde un principio que la búsqueda de una ética para el periodismo no es tarea fácil y que la mayoría de los autores discrepan en su modo de enfocar el asunto.

Existen una serie de autores y escritos que han ido desarrollándose desde mediados de siglo que son aceptados por la mayoría. Encontramos así Four Theories of the Press, de Siebert, Peterson y Schramm, o las encuestas acerca del estado de la ética en la profesión llevadas a cabo por Swain y Goodman, mereciendo mención especial la labor de tres organizaciones: La Escuela de Periodismo de la Universidad de Lousiana, el Institute of Society, Ethics and the Life Sciences de Nueva York y la Gannett Foundation. Así, viendo que verdaderamente se trata de un tema de suma relevancia, el periodismo parece necesitar de una cierta responsabilidad profesional.

La imagen que ofrezcan los informadores es crucial para un buen conocimiento de la realidad, pues son millones de personas las que observan el mundo a través de los diarios, la radio o la televisión.

La ética de la comunicación debe establecer un espacio donde se pueda reflexionar y analizar los grandes conflictos morales:

- los límites de la libertad de expresión

- la búsqueda obsesiva de la audiencia
- la contribución de los medios a una ética cívica
- etc.

Hay que saber que no es necesario tan sólo que los teóricos presenten sus orientaciones, sino que también que sean los propios informadores los que redacten y asuman los criterios morales que rijan la profesión, antes de que mediante grandes presiones sean las instancias políticas, judiciales, económicas, publicitarias, etc. las que controlen los medios.

Objetivos principales de la ética de comunicación

- Acercar al máximo las reflexiones generales de la ética filosófica al mundo de la comunicación para orientar los problemas morales que tiene.
- Mostrar la "justificación racional" de los distintos principios éticos y las visiones del hombre subyacentes a las formas de comunicar.

Durante los últimos años la sociedad ha tomado conciencia cada vez más clara del peligro que representa una oferta de los medios de comunicación que no se sujete a criterios morales, incluso desde dentro de la profesión informativa. Muestra de esta alarma creciente es la constitución de comisiones éticas en numerosas empresas y la redacción de códigos deontológicos por parte de los profesionales.

Pero tampoco se han mantenido inactivos los partidarios de eliminar cualquier restricción informativa, ya que presentan al hombre como individuo autónomo y emancipado de tutelas externas. Según ellos, gracias al ejercicio de su libertad, cada humano puede realizar su propio perfil, y someter la oferta de los medios a unos criterios sería limitar inexcusablemente el abanico de posibilidades donde elegir.

Diversos empresarios de la radio y de la televisión argumentan que el receptor tiene en sus manos la decisión de ver o no ver determinados programas mediante la opción de apagar el aparato televisior.

• EL PODER DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La independencia de los medios es un mito, existiendo diferentes grados de independencia, pero estando la libertad de acción de los reporteros y editores restringida ante presiones de los propietarios, compañeros, valores sociales y costumbres.

Todo medio tiene su propietario y, por tanto, no es exagerado decir que son los instrumentos a través de los cuales el poder económico o político monologa con la sociedad y la configura. La uniformidad de los contenidos de los medios de comunicación no es casual, sino que está propiciada por esa homogeneidad en el poder de los mismos. Esto ocurre tanto con los medios de comunicación públicos, como con los privados.

Esta concentración de poder hace que ya no se diga qué es lo que hay que opinar, sino sobre qué. Las noticias se uniformizan, el ciudadano termina por no conocer las noticias de interés con profundidad, se silencia a los que no opinan lo mismo y se homogeneizan las opiniones.

La noticia es poder, quien posee los medios posee el poder. Lo que es noticia, existe, y lo que no, como si no lo hiciera. Cada día se dispone de más medio técnicos, se selecciona y se filtra la información que se cree conveniente.

Los medios siempre han colaborado eficazmente con el poder político. De hecho la opinión pública descansa hoy sobre los medios, ya que son ellos los que forjan, los que forman los valores y los posicionamientos de los ciudadanos a través de la insistencia informativa, porque en nuestra sociedad la repetición acaba siendo sinónimo de demostración.

Es posible que se diga que los medios de comunicación están en defensa de la democracia, pues se ocupan de destapar escándalos políticos y financieros pero siempre estará condicionado por el poder de quienes lo transmiten.

En 1995, una Comisión Constitucional del Congreso afirmaba la necesidad de que las empresas declaren anualmente las relaciones directas o indirectas que mantienen con otros medios, sus relaciones con el sector público y sus intereses en otras actividades económicas, ya que se calcula que en pocos años tan sólo quedará una docena de empresas que controlarán el 90% del mercado. Esto actuará en contra del secretismo con el que actúan los propietarios de los grandes medios de comunicación.

Los medios también se han mostrado como hábiles instrumentos del poder económico. Así, tras cualquier gran medio de comunicación se descubren vínculos con la banca y la industria. Un buen ejemplo lo tenemos en las televisiones privadas españolas: detrás de Canal + están el BBVA, Bankinter y Caja Madrid; Antena 3 tiene a Banesto y a BSCH ; Tele 5, que entre los accionistas tiene a las empresas Once, la aquí desconocida Radio Tele Luxemburgo y el magnate Leo Kirsch. Viendo quiénes son los propietarios, parece imposible que en alguna ocasión nos llegué información negativa de estas entidades que controlan la vida económica española. Por tanto, la tarea de los medios de comunicación de informar objetivamente choca con el silencio sobre hechos que incumban a sus propietarios.

Existen tres posibles soluciones para evitar el problema de la concentración de los medios de comunicación:

- Hacer que los usuarios puedan saber a quién pertenece un medio de comunicación, para así saber quién dicta lo que se dice.
- Crear medidas para evitar el enlace entre los medios de comunicación y el poder político, como formar una comisión independiente que realice las concesiones de radio, televisión...
- Establecer un plan para impedir que la cuota de mercado de una empresa crezca tanto que impida a los ciudadanos el acceso a otras fuentes informativas.

• DILEMA ETICO-ECONOMICO

En numerosas ocasiones, el público, en el cual nos incluimos, puede plantearse el verdadero fin que se esconde detrás de la información que recibe. Puede pensarse que el periodista está cumpliendo lealmente con su deber de intermediario objetivo, o que por el contrario, se está extralimitando de sus funciones para captar una mayor audiencia. Es bastante obvio que han existido casos en los que se han sobrepasado los límites de la dignidad y la sensibilidad humana llegando a un extremo de morbosidad que no corresponde con un tratamiento ético de la información.

Nos vienen a la mente imágenes, transmitidas no hace tanto tiempo, de un niño en un estadio de fútbol sudamericano que recibe el impacto de una bengala en el rostro, mientras su madre observa impotente como se desvanece la vida de su hijo. Recordamos también la retransmisión de la muerte por infarto de un testigo en el caso Lasa y Zabala cuyas imágenes repetidas hasta la saciedad atentaban contra toda sensibilidad, y así podríamos seguir nombrando innumerables ejemplos.

Queda en el aire la interpretación de las diversas razones que han podido llevar a los diferentes medios de comunicación a tal comportamiento.

"El poder que tienen como legítimo los medios de comunicación es aquel que se desprende de una forma natural de su actividad informativa, y que deja de estar legitimado cuando se considera un derecho que hay que lograr por cualquiera de los caminos que conduzcan al poder. Y nosotros **conocemos medios de comunicación y comunicadores que, puesto que la realidad no todos los días es como necesitan que sea**

para mantener su poder, la adaptan, la fuerzan, la violentan para que quepa en un traje que es el único posible."(Iñaki Gabilondo, 1991)

En este modo de actuar está en juego la defensa de la dignidad de la persona, ser activo y pasivo en el proceso comunicativo. El problema ético de los medios de comunicación es ver si respetan los derechos humanos, o si tienen simplemente una función económica que busca la máxima rentabilidad y la influencia ideológica. Por tanto, el respeto a la dignidad humana debe ser la preocupación primordial de una necesaria y posible ética de la información. En el proceso de informar participan muchas personas, implicadas en el derecho a la información, y todas ellas deben ser respetadas en su dignidad. Por eso, es necesaria una ética de la comunicación como referencia.

Con cierta regularidad se incurre en errores de percepción que hacen ver a los contenidos éticos de la radio y la televisión de calidad como enemigos principales de la rentabilidad económica de estos medios. Al respecto habría que señalar que ser éticos y rentables es perfectamente compatible. Más aún, los contenidos éticos no sólo generan rentabilidad económica sino también rentabilidad social, ese valor a veces intangible que da sentido a la idea de humanidad.

Otra característica de los medios de comunicación es su parcialidad, es decir, que se centra en los hechos más impactantes de la humanidad, sin dar importancia a lo que no les daría la audiencia deseada, pese a que quizá tenga mucha. Por ejemplo, los medios de comunicación se centraron exclusivamente en el conflicto de Kosovo, sin fijarse en las penurias que pasaban, y siguen pasando los africanos con el hambre. Es cierto que de algunos personajes recibimos verdaderos aluviones de información, y de otras personas no sabemos nada. Si alguno de éstos muere de forma natural, no se hablará de otra cosa en varios días, mientras que si cada día mueren miles de personas en los países subdesarrollados tendrán suerte si consiguen unas líneas o imágenes. Países y continentes enteros son ignorados de forma sistemática porque no son rentables.

Los pobres no tienen voz aunque tengan voto, por el contrario, los ricos disponen de todas las voces ya que quien domina los medios obtiene más parcelas de poder. Los "mass media" tienen sus agencias en los países desarrollados por lo que resultan la voz y el rostro de quienes se lo pueden permitir aunque los medios defiendan que son prensa independiente y soberana. Los pobres no suelen constituir noticia, a no ser que interese a los ricos.

De todo esto, los periodistas se defienden apelando a la cultura del flash en la que vivimos. La sociedad actual somete a los profesionales de la comunicación a una aceleración tan vertiginosa que su propio trabajo casi les convierte en cómplices de esta cultura del destello, hecho que puede implicar ciertas ventajas pero también unos cuantos inconvenientes. Para medir los inconvenientes de la cultura del flash, basta pararse un momento, mirar hacia el mes anterior y descubrir los escombros que hemos dejado en la cuneta de nuestra actividad, porque no tenemos capacidad material para profundizar ni dos centímetros en las realidades circundantes.() porque cuando un hecho nos ocupa el tiempo suficiente para poder atender a su cascara más superficial inmediatamente después es relevado por otro hecho. (Iñaki Gabilondo, 1991)

Nada hay más efímero que la noticia, ya que poco tiempo después de ser lanzada, es cubierta por otras miles de informaciones que llegan o por otros aspectos de esa misma información que interesan más a los medios por el posible negocio..

Por otro lado, la mente humana es capaz de asimilar un número limitado de informaciones. La avalancha de informaciones, al saturar la mente, es un gran método de manipulación que acaba eliminando cualquier sensibilización ética, todo lo que hagan los medios será bueno.

Pero para no saturarnos ¿quién escoge la noticia que oímos y tira a la basura las restantes? Este personaje oscuro e influyente es el llamado "gate-keeper". Más que a una persona determinada, hace referencia tanto al propietario del medio como a los valores morales vigentes, la posibilidad de sanciones o las normas

consuetudinarias.

• LA INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA DESDE EL PUNTO DE VISTA ÉTICO

1) La investigación periodística debe estar animada del espíritu de respeto y defensa de la verdad así como del propósito de ilustrar honestamente al público acerca de las materias investigadas, ateniéndose rigurosamente a las fuentes y datos consultados, evitando sesgos individuales o de partido y rechazando conclusiones preconcebidas.

La investigación periodística deberá extenderse al mayor número posible de fuentes, y a todas las accesibles que conduzcan al mejor conocimiento de los hechos.

En todo caso se dará oportunidad a los afectados negativamente por la investigación, para que proporcionen su versión de los hechos. La investigación periodística no deberá buscar sólo la verdad, sino la relevancia, es decir, el interés social de conocer esa verdad.

2) El periodista no debe emplear recursos inmorales ni menos delictivos para la obtención de las informaciones (soborno, engaño, etc.)

3) La investigación encubierta, esto es la presentación del periodista bajo identidad falsa u ocultando el medio que representa, sólo puede justificarse por excepción, en el caso en que se trate de importantes informaciones de interés público que no podrían conseguirse de otra forma.

4) En el caso de accidentes o catástrofes, el periodista tendrá presente que el rescate de las víctimas y el cuidado de su salud física y moral prevalecen siempre sobre el derecho a la información.

5) El periodista deberá resguardar y proteger celosamente la identidad de la persona que ha condicionado el suministro de la información al hecho de no aparecer como fuente de ella, y quedar a cubierto de toda molestia o peligro. No rige la reserva si existe la obligación legal de denunciar un delito.

6) Se deberá respetar el secreto de proyectos o acontecimientos calificados de tales por los entrevistados en la investigación. Deberá ponderar con prudencia la materia y determinar si la necesidad de información de la opinión pública tiene más peso que los motivos que se invocan para mantener el secreto, salvo que se haya comprometido a guardarlo.

7) El periodista investigador deberá hacer suyo el respeto y la consideración a que tienen derecho la muerte y el dolor ajenos, cuando sea necesario describir o exhibir cadáveres o heridos. Así también, al reproducir la imagen o recoger declaraciones de las víctimas de accidentes o delitos, de los delincuentes que están cumpliendo o han cumplido condena, y de los familiares de cualesquiera de ellos, de los homosexuales, de los drogadictos, de personas que ejercen actividades o profesiones deshonrosas, es preciso respetar el honor de esas personas y evitar la burla y exhibición morbosa de sus sentimientos y recuerdos.

Los terceros involucrados en algún delito sin tener responsabilidad en él como son los parientes de los hechos sólo podrán ser identificados en la información por su nombre o imagen, si expresamente consintieran en ello, y en todo caso sin traspasar los límites de su privacidad.

8) La investigación periodística deberá abordar con seriedad y respeto escrupuloso las convicciones morales o religiosas, seriedad y respeto que deben extenderse a la forma y al fondo de las informaciones.

9) Si es necesario aludir a niños o adolescentes que aparecen implicados en delitos, se debe impedir la posible identificación de tales personas, en resguardo del futuro de las mismas.

10) La investigación periodística respetará el honor y la honra de las personas y de sus familias. Todo ser humano tiene derecho al honor, es decir a la consideración que merece por su dignidad de persona, cualquiera que sea su conducta. El periodista deberá ahorrarse calificativos impertinentes y prescindirá por completo de afirmaciones o imputaciones no comprobadas en el mismo texto. Las ofensas a la honra de las personas no pueden escudarse en el secreto profesional.

11) La investigación periodística respetará la vida privada de las personas, esto es, tanto el espacio como los objetos así como las conductas que cada persona necesita y desea mantener alejados de ojos y oídos extraños. Se trata del núcleo de la vida personal, del recinto de expansión y verdadera libertad del sujeto, que éste no acepta compartir con nadie o que comparte con sus íntimos.

La intrusión forzada o clandestina en dichas áreas y/o su difusión periodística violan el derecho a la intimidad o vida privada de las personas.

Es admisible desde el punto de vista ético que el periodista investigador publique aspectos de la vida privada de un individuo, en la medida en que el conocimiento público de esas materias pueda modificar el juicio que la ciudadanía requiere tener acerca de personas que ejercen autoridad política, administrativa o judicial o que ostentan responsabilidades en la formación de la juventud o en los medios de comunicación social.

En todo caso, las alusiones a la vida privada no autorizan para atacar la honra de las personas y deben excluir calificativos que conlleven menosprecio o descrédito, así como inculpaciones no demostradas claramente en el texto.

12) Si para ilustrar los reportajes periodísticos de investigación fuere necesario emplear fotografías simbólicas o efectuar dramatizaciones que reproduzcan simbólicamente ciertos hechos reales, será de rigor enunciar al pie de la fotografía o de la imagen televisiva esta circunstancia.

Si el medio usado fuese la televisión, deberá cuidarse de que la imagen no se utilice para probar o sugerir hechos que la investigación periodística no haya comprobado previamente.

13) No se deberá afectar al orden público, a las buenas costumbres y a la seguridad nacional.

• FALTAS A LA ÉTICA EN EL PERIODISMO

Las principales líneas que deben seguir los medios de comunicación para cumplir con su función social de informar a la sociedad son: objetividad, veracidad, oportunidad y pluralidad. Cuando estos criterios no se consideran en la información presentada, esta es imparcial.

1.- Omitir información

Cuando la pluralidad, que en teoría debería caracterizar a los medios de comunicación, no se cumple; cuando no se da a conocer la información que generan los diversos actores sociales; cuando la información es parcial y tendenciosa, entonces, decimos, se está faltando a la ética.

Cuando se ignora la información procedente de todos los actores involucrados en los acontecimientos obviamente se presenta al público una visión sumamente limitada y unilateral de los hechos, lo que influye en la toma de decisiones de los ciudadanos.

2.- Presentar la información acompañada de adjetivos calificativos

En la información que se da a conocer debe existir objetividad e imparcialidad. Esto se pasa por alto cuando la información se transmite con diversos adjetivos y frases exageradamente elogiosas que califican a los

personaste y las acciones que realizan para incidir en la opinión del público receptor.

3.- Hacer énfasis sólo en un aspecto de la información

Al hacer hincapié sólo en algunos detalles se transmite una información sesgada, es decir, con una intencionalidad específica: fomentar la imagen positiva de algún personaje o quitarle mérito a otro.

4.- Diferencias en los tiempos asignados para dar información sobre los diversos actores

Como se ha dicho anteriormente, los medios de comunicación tienen el compromiso de informar a la sociedad de manera objetiva, veraz, oportuna y plural. La pluralidad es sinónimo de variedad; implica dar las mismas posibilidades en tiempo y espacio a los actores sociales que toman parte en los acontecimientos. En este punto la ausencia de ética se ha reflejado en diversas ocasiones.

Cuando se habla de informar con equidad no se trata de cubrir tiempos iguales con cualquier información sobre determinados personajes. La equidad se refiere a dar el tiempo necesario para conocer información sustancial sobre los personajes públicos involucrados en el tema sobre el cual se informa; es decir, que los medios aporte los datos necesarios para que los receptores se formen una idea propia de lo que acontece en el entorno.

5.- Uso de los planos televisivos para ensalzar o perjudicar la imagen de algunos actores sociales.

Otro de los recursos que utilizan los comunicadores para mostrar preferencia por determinados actores sociales *más que el uso de calificativos* es el manejo de diferentes tomas de cámara o planos televisivos; con ellos se da agilidad o lentitud a la nota informativa que transmiten (plano general, acercamiento, toma de detalle...) Una noticia será más atractiva si se emplean cambios constantes de imágenes, a diferencia de aquellas noticias informativas donde sólo se observan imágenes estáticas.

6.- No dar los antecedentes suficientes para entender la noticia

La falta de ética se observa porque no se dan a los espectadores los elementos necesarios para elaborar un juicio crítico respecto a los acontecimientos y a las partes involucradas.

7.- Utilizar el medios de comunicación como tribuna para defensa o autopromoción.

Los medios de comunicación tienen la tarea de informar lo que acontece. También se reconoce en ellos la función de orientar a la opinión pública, una meta que se alcanzaría si se dieran a conocer los elementos necesarios para que los espectadores tengan un punto de vista propio sobre los distintos sucesos. No obstante, existe la posibilidad de confundir esa orientación informativa con la búsqueda de confrontaciones y de aliados para resolver una situación; al hacerlo, la empresa comunicadora sólo se torna un espacio para dirimir conflictos, para atacar y defenderse, para enaltecer o desprestigiar a los actores involucrados.

8.- Inducción en las preguntas durante las entrevistas

Las entrevistas que se realizan a personajes públicos se hacen para dar información (de alguna fuente directa) sobre algún acontecimiento o dar a conocer al público algunas características de ciertos personajes. En ninguno de los dos casos el reportero deber apoyar o negar lo expuesto por el entrevistado y mucho menos, elaborar las preguntas de tal manera que permita obtener una respuesta esperada.

CONCLUSIONES

Algunos comunicadores procuran comportarse en forma ética pero las diversas orientaciones y caminos que

siguen los conducen a resultado diferentes, y es aquí donde se observa la controversia sobre la importancia y posibilidad de lograr un tratamiento ético en la información que se difunde a la sociedad. La frase información es poder va posponiendo los intentos de una legislación real, factible de realizarse y no sólo hipotética. Este es un compromiso que tienen que adquirir los concesionarios y trabajadores de los medios; los investigadores, profesores o conocedores del tema, y en mayor medida la sociedad civil, porque a través de los años hemos permitido que se cometan faltas y violaciones a nuestro derecho de información.

Cuando se informa sobre un tema y se incluyan todos los personajes y puntos de vista involucrados; se den los antecedentes de los datos que día con día aparecen en las noticias; se den las mismas posibilidades de expresión a los diferentes grupos sociales y se brinde una información sin matices ni adornos que sólo marcan diferencias y favoritismos por parte de la empresa comunicadora; se estará en posibilidades de afirmar que los comunicadores han realizado una aportación notable.

CASO PRÁCTICO

El pasado mes de Octubre se difundió en la gran mayoría de los medios de comunicación el trágico suceso de la muerte de un niño palestino en los brazos de su padre. Ambos civiles se vieron envueltos en un enfrentamiento entre israelíes y palestinos ocurrido en la ciudad de Jerusalén. Se trataba de una reivindicación palestina en la que los soldados israelíes respondieron abriendo fuego. El padre y su hijo intentaban refugiarse tras una pequeña caseta mientras intentaban pedir auxilio desesperadamente. Finalmente el niño fue alcanzado mortalmente por el impacto de las balas. El padre también resultó herido y trasladado a un hospital donde realizó unas declaraciones sobre el suceso.

1.- Los hechos relevantes

La retransmisión de un enfrentamiento entre la policía israelí y palestinos en el que un civil y su hijo pequeño fueron acorralados en mitad de un tiroteo entre ambas partes. El niño muere alcanzado por las balas. Las imágenes de este suceso fueron difundidas por todos los medios de comunicación dando la vuelta al mundo.

2.- Los problemas éticos que aparecen

- **La retransmisión** Las cadenas de televisión tienen en sus manos la decisión de retransmitir o no la escena grabada. Podrían limitarse a enunciar la noticia sin acompañarla de las imágenes (explícitas) captadas.
- **La grabación** El dilema ético es el dilema que se le presenta al cámara que presencia los hechos. Está en su mano grabar esas imágenes de las que probablemente sacará un gran provecho, tanto monetario como de reconocimiento profesional.
- **El alto al fuego** A los soldados se les puede plantear el dilema de parar o no el fuego sabiendo que hay un niño.

3.- Alternativas a barajar

- **Desde el punto de vista de los medios de comunicación**
 - Retransmitir las imágenes
 - Retransmitir advirtiendo previamente que pueden herir la sensibilidad del espectador.
 - Retransmitir únicamente el momento del acorralamiento sin llegar a mostrar la muerte del niño.
 - Retransmitir en un momento posterior, en el que algún poder político o económico se vea beneficiado con dicha manipulación.
 - No retransmitir las imágenes pero sí dar la noticia, acompañada de otras imágenes.

- No mencionar el suceso en concreto pero sí informar sobre la evolución de la guerra.
- No informar sobre dicha guerra.

• **Desde el punto de vista del cámara:**

- Grabar las imágenes y venderlas
- Grabar las imágenes y no venderlas
- No grabar el suceso y presenciarlo
- No grabarlo y marcharse
- No grabarlo e intentar impedir la muerte

4.- Los afectados

- El cámara
- Los medios de comunicación
- El padre y el niño
- La familia
- Los telespectadores
- Los Gobiernos afectados por la guerra
- La población de dichos países

5.- La calidad ética de las alternativas y las dificultades prácticas

• **Retransmitir**

Es una decisión utilitarista. Cuando los medios retransmiten este tipo de imágenes están pensando en el mayor beneficio que van a conseguir por el incremento de audiencia y los costes que les podrían ocasionar el no retransmitirlas y que otras cadenas o periódicos si lo hicieran.

La persona que recibe la información necesita cada vez escándalos más espectaculares y el morbo vende.

• **Retransmitir con advertencia previa**

Se trata también de una decisión utilitarista. La finalidad básica que subyace en la mayoría de los mass-media es la económica, aunque en ocasiones se encuentre encubierta, o se altere con otra serie de incentivos como los políticos, culturales, informativos etc. Avisando de la crueldad de las imágenes se cubren de las críticas que pueden acusarles de herir la sensibilidad humana pero continúan ofreciéndolas, teniendo en mente el aumento de audiencia. Dejan en manos del público la decisión.

• **Únicamente el acorralamiento**

La alternativa es una mezcla entre aristotélica y utilitarista. Los medios de comunicación como la televisión y la prensa tienen la ventaja de acompañar las noticias con imágenes y así acercar al espectador al suceso ocurrido y darle una mayor veracidad. Por eso es conveniente retransmitir unas imágenes, si se tienen, pero siempre con prudencia.

- **Uso posterior de las imágenes**

Nos parece una postura totalmente inmoral.

- **Informar del suceso sin imágenes del mismo**

Se trata de una alternativa Kantiana dado que se busca un equilibrio entre el derecho a estar informado y el respeto a la dignidad. Busca el bien para la humanidad en su conjunto aunque pueda ser más provechoso para el propietario del medio mostrar esas imágenes.

En la realización de sus tareas informativas los medios de comunicación hacen valer dos garantías constitucionales: ejercen su libertad de expresión y la libertad de prensa de sus propietarios.

Pueden existir presiones por parte del equipo directivo que obliguen a publicar las imágenes y obtener así mayores ingresos.

- **No mencionar el suceso**

Podríamos justificar de manera similar a la anterior alternativa. Se puede estar informado sobre la guerra sin centrarse en una noticia tan espectacular y cruel.

- **No informar sobre la guerra.**

Nos parece una decisión inmoral, nada ética. Si siguieran esta alternativa estarían ocultando al público unos hechos reales de los que tiene derecho a estar informado.

- **Grabar las imágenes y venderlas**

Se trata de una decisión aristotélica. La labor del cámara es grabar imágenes y venderlas a los medios de comunicación, esta es su profesión y si en el futuro no quiere perder su puesto deberá seguir haciendo lo que su trabajo exige. Si se deja llevar por el sentimentalismo en este momento y no graba el suceso puede que le perjudique a la hora de alcanzar la felicidad en el conjunto de su vida.

Su conciencia puede causarle dudas sobre la rectitud de su decisión a la hora de tomar y vender esas imágenes.

- **Grabar las imágenes y no venderlas**

Se trataría de una decisión kantiana. A pesar de grabar las imágenes por las razones que hemos comentado anteriormente, el hecho de no venderlas podría suponer un signo de integridad. A pesar de que la venta de esa grabación aportaría al cámara felicidad, bien por razones económicas o profesionales, el perjuicio que para la sensibilidad humana significaría la posible emisión de esas imágenes le hace optar por no venderlas.

Suponemos que un cámara enviado a estos conflictos, además de la obligación de grabar, se encontrará ante la obligación de entregar todo el material obtenido a sus superiores. Ponemos por tanto en duda su capacidad para elegir si vender o no las imágenes grabadas, ya que un contrato o algo similar condicionará su actuación.

- **No grabar y presenciarlo**

Esta opción respondería por un lado a una actuación kantiana. En este caso, el cámara dejaría de grabar al toparse con la horrible escena. Otra vez aquí, la búsqueda de la felicidad iría en contra de principios imperativos éticos. La posible repercusión de las imágenes, el ataque contra la dignidad de sus protagonistas

como seres humanos, así como el morbo que provocarían al ser retransmitidas por los medios de comunicación obligaría al cámara a no inmortalizar la escena.

Por otro lado, el hecho de presenciar el acorralamiento sin hacer nada, responde en nuestra opinión a una actuación utilitarista. Si en ese momento hiciese algo para impedir la situación, seguramente sufriría algún daño, por no decir que podría morir también. Así pues, los costes serían demasiado elevados para que se vean compensados por los beneficios de actuar.

En este caso y en relación con la alternativa arriba comentada, tendemos a pensar que el cámara no tiene opción y no puede decidir personalmente qué imágenes debe grabar y cuales no. Se le está pagando por un trabajo que consistiría en recoger todo lo que ocurre en la zona de conflicto, eximiéndole de la responsabilidad de justificar éticamente las escenas captadas.

• No grabar y marcharse

Esta alternativa tendría la misma justificación ética que la anterior, y por tanto hablaríamos del aspecto kantiano por un lado y del aspecto utilitarista por el otro.

En cuanto a las dificultades técnicas siguen también siendo las mismas. Consideramos difícil la posibilidad de que no grabe las imágenes. En el mismo sentido, suponemos que tampoco se le permitirá abandonar la escena del conflicto, y deberá permanecer allí para seguir con su trabajo.

• No grabar e intentar impedir la muerte

En este caso, tanto la primera como la segunda parte de la alternativa seguirían una tendencia kantiana. El hecho de no grabar responde a las mismas razones expuestas anteriormente. Por otro lado, intentar impedir la muerte, aunque pueda suponer un peligro para la vida del cámara, sería un impulso que respondería a la necesidad de actuar humanamente. Suponemos por tanto que en este caso el ser humano no puede quedarse impasible ante tal situación.

Las dificultades técnicas de la primera parte de la alternativa han sido repetidamente justificadas.

En lo que respecta al hecho de impedir la muerte del niño, varios problemas nos vienen a la mente. Por un lado deberíamos pensar en las posibles acciones a llevar a cabo.

Podría intentar convencer a los implicados de que la presencia de la prensa en esa situación perjudicaría gravemente la imagen de ambos bandos, aunque si suponemos que la presencia de medios de comunicación es de sobra conocida por todos, los efectos de esta acción serían nulos.

También cabría la posibilidad de intentar avisar de alguna forma de que hay un niño acorralado entre las dos fuerzas, razón que optimistamente consideraríamos suficiente para que el tiroteo se detuviese. Sin embargo, nos queda la duda de si la situación se conocía de hecho y si de no ser así, verdaderamente hubiera habido un alto el fuego al darse cuenta.

En cualquier caso, las dificultades técnicas de esta opción son obviamente importantísimas.

6.- Las alternativas más éticas

Desde el punto de vista de los medios de comunicación la opción de retransmitir únicamente el acorralamiento nos parece la más correcta.

Por un lado consideramos que el público tiene derecho a estar informado sobre los acontecimiento de una

guerra, y por otro, es plausible completar la información omitiendo aquella parte que pueda herir la sensibilidad del telespectador y atentar contra la dignidad de la humanidad.

Desde el punto de vista del cámara la opción de no grabar e impedir la muerte nos parece la más ética.

A pesar de las dificultades que hemos expuesto anteriormente, parece claro que el intentar evitar la muerte de ese niño sería lo más correcto. Por otro lado, el hecho de no grabar las imágenes, además de la imposibilidad de hacer las dos cosas al mismo tiempo, respondería al hecho de que es una escena verdaderamente angustiosa para todos los afectados, y que en realidad su captación no aportaría información relevante en lo que concierne al desarrollo del conflicto en general.

BIBLIOGRAFÍA

BARROSO PORFIRIO: Códigos deontológicos de los medios de comunicación: prensa, radio, televisión, cine, publicidad y relaciones públicas. Ediciones Paulinas, Madrid. 1984

BLÁZQUEZ NICETO: Ética y medios de comunicación. Biblioteca de Autores Cristianos, Madrid. 1994

GABILONDO IÑAKI: Ética, Poder y Democracia en los medios de comunicación. Ediciones Deusto. 1991

WILLIAMS RAYMOND: Los medios de comunicación social. Edicions 62, Barcelona. 1971

www.ife.org.mx/wwwcai/pjcorral.htm

www.saladeprensa.org

Ética en los medios de comunicación

María Aguado pág. 1

Oihana Eizmendi

Jaione Esandi