



Comunicación y Hombre

ISSN: 1885-365X

j.conde@ufv.es

Universidad Francisco de Vitoria  
España

Agejas Esteban, José Ángel

La presión de la opinión pública durante la guerra de Irak sobre el trabajo del periodista

Comunicación y Hombre, núm. 1, 2005, pp. 35-55

Universidad Francisco de Vitoria

Pozuelo de Alarcón, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=129413737003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

AUTOR

José Ángel Apejas Esteban

Universidad Francisco de Vitoria

j.apejas@ufv.es

ESTUDIO

RECIBIDO

25 de abril de 2005

ACEPTADO

6 de septiembre de 2005

PÁGINAS

De la 35 a la 55

ISSN: 1885-365X

# La presión de la opinión pública durante la guerra de Irak sobre el trabajo del periodista

*The pressure of public opinion on the  
journalist's work/role during the war in Iraq*

A partir del análisis de la situación que llevó al suicidio de un periodista que había dado una información falsa sobre la Guerra de Irak, el artículo reflexiona sobre las condiciones en que los profesionales de la información desempeñan su trabajo, haciendo hincapié en la presión mediática y en los aspectos ético-deontológicos. Las conclusiones del trabajo muestran hasta qué punto en las decisiones que sobre el modo de ejercer su profesión tiene el periodista se ve influido por los elementos que configuran la opinión pública y las determinaciones políticas.

*As a result of the subsequent analysis of the circumstances which led to the suicide of a journalist who had given out false information about the war in Iraq, this article ponders the conditions in which professionals in the world of communication carry out their work. The article places special emphasis on the pressure of the influence of the media and on the ethical-deontological aspects. The conclusions of the study show to what extent the decisions that a journalist takes on how to carry out his work are influenced by those elements made up of by public opinion and political decisions.*

**Palabras clave:** Democracia mediática; Deontología; Opinión pública; lucha política.

**Key Words:** media democracy; deontology; public opinion; political struggle

**E**n este artículo nos proponemos analizar la relación existente entre la opinión pública en cuanto ámbito del espacio público invadido por los medios de comunicación social, la televisión en especial, y la labor profesional del periodista a partir del análisis y comentario de la noticia del suicidio de un periodista, acaecido en octubre de 2003, tras la presión recibida tras la emisión de un reportaje televisivo sobre la guerra de Irak.

Dada la relevancia que en los meses previos a la guerra, durante el desarrollo de la misma, y con posterioridad a la caída del régimen de Sadam tuvo en los medios de comunicación la información sobre el conflicto bélico, nos ha parecido que el análisis de este caso nos ofrece la posibilidad de considerar algunos de los elementos esenciales de la relación entre el periodismo, la ética profesional y la opinión pública en cuanto

ámbito del espacio político-público invadido por los medios. Tras una presentación del hecho, lo analizaremos desde la perspectiva mediática y la deontológica. Lo proponemos, pues, como caso para la reflexión y el estudio de la ética

y deontología profesionales, con un hilo conductor que permita superar una de las taras que el pensamiento ético moderno plantea y que formará parte de nuestro análisis: la escisión entre sujeto, hecho y valor. El método del caso nos permite «situarnos» en el lugar del sujeto y mostrar así cómo los juicios prácticos, las valoraciones y las decisiones no son fruto de mecanismos racionalistas unas —las formales y públicas— y emotivos otras —las subjetivas—. La racionalidad se ejercita en todos y cada uno de los pasos de la acción moral, y ésta ha de verse también como un todo.

### 1. El suicidio de James Forlong: información y Guerra de Irak

El ambiente generado en la opinión pública por la Guerra de Irak fue un contexto bastante «movido» en las relaciones entre medios de comunicación y opinión pública. En pocos meses se produjeron muertes, destituciones y suicidios, motivados directa o indirectamente por la información sobre dicha guerra, lo que puede servirnos como indicio de hasta qué punto se politizó, se espectacularizó o se «mediatizó».

La noticia del fallecimiento del periodista James Forlong apareció en los periódicos españoles el martes 7 de octubre de 2003. El día anterior los despachos de agencias desvelaban que en la madrugada del sábado 4 de octubre la esposa de James, Elaine, se encontraba el cadáver de su marido en la casa familiar. La policía desde el primer momento expresó que no había dudas de que se trataba de un suicidio.

Parece ser que el periodista tomó semejante decisión tras haber abandonado la cadena Sky News en el mes de julio. Ésta le había hecho único responsable de la emisión de un reportaje en el que se presentaban como reales imágenes del disparo de un misil, cuando en realidad eran tomas de archivo. La cadena británica le había enviado a la guerra de Irak «empotrado» en el submarino nuclear británico HMS Splendid. Aquel reportaje iniciaba así: «Bajo las aguas del Golfo Pérsico, el submarino nuclear HMS Splendid está en los últimos momentos justo antes del lanzamiento de un misil crucero». Un equipo de la BBC —que iba en el mismo submarino— denunció la falsedad de los datos: ni el submarino estaba sumergido, ni el lugar era necesariamente exacto, pues estaba atracado en un puerto que era secreto militar, ni en consecuencia, estaba lanzando un misil. Las imágenes del misil surgiendo de las aguas eran de archivo, habían sido suministradas por el ministerio de Defensa para ilustrar el procedimiento de disparo de un misil Tomahawk. El resto de las tomas —preparativos de los soldados, órdenes de combate y disparo apretando un botón rojo, cuando esos misiles se disparan desde un ordenador— no eran más que una simulación de los soldados ante las cámaras mientras los reporteros les filmaban.

Tras la denuncia de la BBC, la cadena abrió una investigación que exculpó a la productora e hizo a James único responsable de la falsedad. Un portavoz de la cadena señaló que para ellos era inaceptable ignorar lo sucedido, pues estaban orgullosos de haberse forjado un «reputación de precisión e integridad».

Él admitió que había sido un «error de juicio», «un desliz que para mí supone

*La noticia del fallecimiento del periodista James Forlong apareció en los periódicos españoles el martes 7 de octubre de 2003*

un gran pesar», y confesó además «que en ningún momento tuvo la intención de engañar a los televidentes». En consecuencia, decidió apartarse de la cadena una vez que ésta le hubo suspendido de sus funciones cuando saltó el escándalo.

*La viuda del periodista confesó que Forlong había quedado destrozado tras el incidente*

La viuda del periodista ta confesó que Forlong había quedado destrozado tras el incidente, porque para él suponía la pérdida de su trabajo como reportero de televisión, quehacer en el que había gastado en dicha cadena los últimos diez años de su vida en lugares conflictivos como Ruanda, Bosnia, Afganistán, Somalia, Siria, Líbano e Indonesia, desde que en 1993 abriera su corresponsalía en Sudáfrica. También había sido el primer corresponsal de esa cadena en Pekín, y había ganado dos premios en el Festival de televisión de Nueva York por sus trabajos sobre el genocidio de Ruanda (1994) y sobre la toma de posesión del presidente Suharto en Indonesia (1997).

Hasta aquí el relato de los hechos que parecen estar en el trasfondo de esta muerte. Analizaremos ahora los aspectos mediáticos y deontológicos implicados en la elaboración del reportaje, su emisión y la dimisión del periodista.

## 2. Análisis

Como señala el profesor Muñoz Alonso (1995: 74) en la opinión pública reside uno de los elementos o funciones políticas básicas de nuestra sociedad, la de la legitimación en general, y muy especialmente en las democracias modernas, la de la legitimación de la función legislativa del Parlamento. Queda así configurada la opinión pública, recogiendo la teoría de Hayek, como un «poder negativo» frente al carácter positivo de los poderes institucionales, de donde se sigue la caracterización de

las democracias como regímenes de opinión. «No significa que la opinión pública sea en ese régimen una instancia directiva que deba ser seguida en todas y cada una de las circunstancias, ni por lo tanto, que los gobiernos deban acomodar su política a la evolución de los sondeos, que se configurarían en ese caso como la instancia suprema de la vida política. Significa más bien que cuando la opinión pública —fuera de las consultas electorales que suponen su expresión inapelable— se manifiesta insistente e inequívocamente —y no son las encuestas el único procedimiento para expresarse— se convierte en una referencia insoslayable que cualquier “poder positivo” no puede dejar de tener presente y que, quiéralo o no, condicionará su acción política y su toma de decisiones» (Muñoz Alonso, 1995: 76).

Ahora bien, nos encontramos con la dificultad de valorar adecuadamente esos estados de opinión, y de conocer exactamente cómo se expresan e influyen. El principio de la publicidad que caracteriza el parlamentarismo moderno nos viene a decir que el Parlamento es el espacio público por antonomasia, aunque no excluyente: la Prensa es también instancia efectiva de la publicidad. En consecuencia «desde el primer momento

se establece una relación

simbiótica, y al mismo

tiempo conflictiva

entre Parlamento y

Prensa, institucio-

nes ambas de la

publicidad, a tra-

vés de las cuales

se hace efectivo

el right to know, el

derecho a saber de

los ciudadanos que,

desde muy pronto, los

anglosajones destacarán

como correlativo con el dere-

cho a informar de los gobernantes» (Mu-

ñoz Alonso, 1995: 89).

Este caso encierra los elementos necesarios para comprender esta tensión

*Nos encontramos con la dificultad de valorar esos estados de opinión, y de conocer exactamente cómo influyen*

entre política, sociedad y periodismo. Es evidente que las imágenes del reportaje que desencadenaron el cese y la posterior dimisión definitiva de Forlong habían sido manipuladas. Pero, ¿habrían provocado toda esa marejada y tensión entre medios

y políticos si no se hubiera producido el debate público que se dio sobre la intervención en Irak? ¿Puede

*Buena parte del problema es, antes que deontológico, propiamente mediático*

alguien que trabaje en televisión afirmar que nunca se emiten imágenes «simuladas» como ciertas sin avisar a los espectadores de la distinción? ¿Podemos considerar que esa manipulación tenía la gravedad que se le atribuyó y que merecía las medidas tomadas? Si en vez de una imagen televisiva Forlong hubiera escrito un reportaje para un periódico en el que describiera el movimiento de los marinos como lo presentó en la televisión, ¿habría merecido la misma atención por parte de los otros medios y la misma reprobación por parte de sus superiores? Estas preguntas aportan las claves del análisis que de manera pormenorizada desarrollaremos a continuación. Consideramos que buena parte del problema es, antes que deontológico, propiamente mediático: atañe al papel de la televisión en la sociedad actual, y al modo en que configura las decisiones políticas. Es desde ahí desde donde se entienden las obligaciones deontológicas del profesional y por qué adquieren particular relieve e importancia.

## 2.1 Aspectos mediáticos

De entre los aspectos mediáticos desde los que podríamos analizar el caso, destacaremos dos: la relevancia que tiene la particularidad del medio televisivo y el hecho mismo de la denuncia por parte de la BBC.

### 2.1.1 ¿Víctima de la peculiaridad del medio televisivo?

El caso de James Forlong manifiesta la

peculiaridad del medio televisivo en cuanto tal, y de manera particular, la relevancia del mismo dentro de la configuración de la opinión pública en las democracias occidentales. La «fuerza» expresiva de la televisión ha configurado un nuevo «espacio público» que, siguiendo al profesor Muñoz Alonso, podemos definir como «espacio electrónico». Pero como señala a continuación, «nos hallamos ante una comunicación falseada por tratarse de un proceso que discurre en un solo sentido, de arriba abajo, sin que al receptor, encerrado en ese reducto individualizado de su domicilio, le quepa la posibilidad de respuesta» (Muñoz Alonso, 1995: 107).

Con todo, esa unidireccionalidad del proceso no nos parece lo más grave del medio televisivo. La transfiguración del espacio público en espacio televisivo o electrónico tiene a nuestro parecer, otras tres características más graves, cada una de ellas derivada de la anterior.

La primera de ellas es la trivialización del debate parlamentario y del debate intelectual. La propia dinámica pervierte de esta manera al medio televisivo. Pierre Bourdieu lo señaló en su polémico ensayo *Sobre la televisión*. En él achacaba a los periodistas que producen e imponen una visión del campo político reducido a la generación de espectáculo. «De ahí la

tendencia —afirma— a sacrificar cada vez más al editoria-

lista y al reportero de investigación en beneficio del animador bufón, a sustituir la información, el análisis, la entrevista profunda, la discusión de expertos, el reportaje, por la mera diversión y, en particular, por las charlas intrascendentes de los talk shows» (Bourdieu, 1997: 127).

La segunda de las características es la usurpación del foro parlamentario por

*La transfiguración del espacio público en espacio televisivo o electrónico tiene otras tres características más graves*

parte del foro mediático. Los debates parlamentarios se trasladan a la televisión, o se hacen en clave televisiva, con lo que adoptan las reglas del juego del medio, en especial la necesaria «espectacularización» del debate, no la profundidad de las ideas o la seriedad

*Pero el debate en la opinión pública sobre la guerra se estaba librando fuera del foro parlamentario*

de las propuestas. Todo esto desemboca en una tercera y más grave consecuencia: el desencanto por la política. «La búsqueda de la diversión tiende, sin que haya necesidad de desearlo explícitamente, a desviar la atención hacia un espectáculo (o escándalo)

cada vez que la vida política hace que surja una cuestión importante, pero de apariencia fastidiosa, o más sutilmente, a reducir lo que se suele llamar la “actualidad” a una rapsodia de acontecimientos divertidos, a menudo situados a medio camino entre el suceso y el show» (Bourdieu, 1997: 132).

Veamos en qué medida este perfil del mundo televisivo pudo repercutir en el desenlace del caso. La sospecha de manipulación, si hubieran sido imágenes de granjeros subiendo una vaca en un camión a propósito de la crisis de las vacas locas, por ejemplo, no hubiera tenido esa trascendencia. Si era realmente una vaca loca o no la que subía al camión no habría supuesto ningún debate entre los medios, ni con la audiencia. Sería una imagen más de recurso de las miles que rellenan informaciones y documentales. Pero el debate en la opinión pública sobre la guerra se estaba librando fuera del foro parlamentario, en los medios de comunicación, y muy especialmente en la televisión. Ante las vacas locas la opinión pública se encontraba desconcertada y solamente quería encontrar el modo de atajar un problema del que no se conocía casi nada. Y no era cuestión de sacar imágenes de los piensos compuestos. En cambio, con la guerra

estamos hablando de otra cosa.

Pero es que la propia dinámica de espectacularización del mensaje fue la que muy probablemente indujo a Forlong a grabar aquella «puesta en escena» del lanzamiento del misil. No se trataba de ofrecer una simple información. El dato era pobre, había que aderezarlo con las exigencias del medio televisivo: «insensiblemente, las leyes del espectáculo mandan sobre las exigencias y el rigor de la información» (Ramonet, 1998: 90). Un misil quieto dentro de un polvorín, no «seduce» al espectador del mismo modo que si está «en acción». Y llegados a este punto, la cuestión que habría que plantearse es la de si desde esa perspectiva la falta cometida por el periodista adquiriría la gravedad de una manipulación o no, es decir, si buscó alterar la verdad informativa o no. La mentira de Forlong estribó más en una mezcla de códigos de expresión que en una voluntad explícita de hacer creer algo distinto de lo que él conocía. La traslación del reportaje desde el código estrictamente informativo al más cercano al espectáculo fue lo que seguramente provocara la inserción de esos planos y de la frase inicial. Transcribimos esas frases, siguiendo la cobertura que del caso hizo el periódico británico *The Guardian*, el más completo de cuantos hemos consultado al respecto.

El reportaje inicia así: «Bajo las aguas del Golfo Pérsico, el submarino nuclear HMS *Splendid* está en los últimos momentos justo antes del lanzamiento de un misil crucero». Luego, mientras se ve a unos miembros de la tripulación mirando una pantalla y a otros oteando el horizonte por el periscopio, se escucha «se han fijado las coordenadas, y el blanco se encuentra a muchas millas, más allá del horizonte». Uno de los soldados dice: «misil en el aire» mientras se ve la ima-

*El dato era pobre, había que aderezarlo con las exigencias del medio televisivo*

gen de archivo del ministerio de Defensa. Luego se ve cómo un grupo de soldados maneja el submarino mientras otro grupo está sentado en el comedor.

Se cumple en este caso la extensión de la lógica periodística que anula el campo propio de la política, como denunciaba Bourdieu, de modo que la manera de presentar la guerra ha ido imitando al de la presentación de las catástrofes naturales, en una espiral que elude cualquier filosofía de la historia que dé sentido o enmarque los hechos, con lo que el mundo aparece como «un entorno de amenazas incomprensible y preocupante ante el cual lo mejor que se puede hacer es retirarse y protegerse» (Bourdieu, 1997: 135).

Como consecuencia de la postura oficial del gobierno británico sobre la guerra de Irak hubo discrepancias e incluso dimisiones dentro de los cargos oficiales; debates más o menos encendidos, así como acusaciones de manipulación de informes para justificar la intervención. Pero es curioso que nada de todo eso tuvo consecuencias tan trágicas como ésta de Forlong. El foro electrónico mostró hasta qué punto ha usurpado en el imaginario social la fuerza que debería corresponder al foro parlamentario. Parecería que mentir en televisión es infinitamente más grave que mentir en el Parlamento, o dicho de otro modo, puesto que el desencanto ante la política es mayúsculo, lo que el ciudadano exige al medio televisivo es mucho más que lo que exige al político. Y quizá fue esa presión la que no supo encajar Forlong.

Esta primera conclusión de nuestra reflexión es particularmente grave. El deterioro del espacio político como espacio propio del debate plantea que cuando el comportamiento de un periodista no se ajusta a las reglas deontológicas ha de re-

probársele no como periodista, sino casi como político, no como a quien tiene la responsabilidad de informar, sino como quien tiene la responsabilidad de tomar decisiones políticas con trascendencia internacional y con repercusiones directas sobre millones de personas. En definitiva, el trágico final de Forlong pone en evidencia hasta qué punto la denuncia de Alain Minc o Dominique Wolton, por ejemplo, de la que se hace eco el profesor Muñoz-Alonso (2002: 274), se vuelve contra los propios medios y los profesionales, y no sólo contra la sociedad misma. El espacio público-político subvertido se vuelve contra los usurpadores. La ética queda desprotegida, al igual que los profesionales, las libertades, la sociedad misma.

### 2.1.2 ¿Vencedores o vencidos? Las televisiones y su lucha por el poder mediático

El segundo hecho relevante dentro del análisis: el papel que juega la BBC con su denuncia. Quizá dicha denuncia presentada ante el comité de ética, aun estando plenamente apoyada en los hechos, correspondió más a una estrategia de lavado de imagen que a una genuina preocupación por la verdad informativa.

En efecto, a finales del mes de marzo del año 2003, es decir, casi de manera simultánea a la emisión del polémico reportaje, la BBC tuvo que reconocer públicamente que había dado información falsa sobre la guerra de Irak, sobre todo durante la primera semana en que las tropas de la coalición habían entrado en el territorio iraquí. En efecto, Mark Damazer, subdirector de BBC News admitió que se habían cometido numerosos fallos, debidos sobre todo a problemas en el uso del lenguaje para comunicar los hechos.

*la BBC tuvo  
que reconocer  
públicamente  
que había dado  
información  
falsa sobre la  
guerra de Irak*



La BBC, por ejemplo, anunció en nueve ocasiones que se había tomado ya la ciudad de Um Qasar, cuando en realidad ese hecho no se había producido. El deterioro del prestigio y de la imagen de seriedad de la cadena habían sufrido bastante

deterioro, mientras que

Sky News había ido adquiriendo cada vez

un reconocimiento

*la presión de la  
opinión pública  
sobre los medios  
de comunicación  
era altísima en  
esos días*

mayor, en especial desde que se había convertido en el primer canal en el Reino Unido dedicado exclusivamente a la información.

El directivo de la

BBC rechazó en la misma comparecencia, además,

las acusaciones de los grupos antibelicistas que habían afirmado que la BBC se encontraba en la práctica encadenada al gobierno y las Fuerzas Armadas. Dijo que dicha acusación estaba «profundamente mal concebida y era injusta» y que «aunque era cierto e incuestionable que habían cometido errores en la información, «no siempre habían sido en la dirección favorable a los pro-belicistas».

Como se ve, la presión de la opinión pública sobre los medios de comunicación era altísima en esos días, y éstos trataban de protegerse de las acusaciones de adhesión al gobierno. Es decir, se consideraba abiertamente que las noticias no podían ser favorables al gobierno porque el espacio político real debía estar en manos de la alternativa.

En sus declaraciones, el subdirector de BBC News trata de desvincularse lo más posible de cualquier sospecha de «apoyo» al gobierno británico. ¿Lo ético para un medio de comunicación consistía en ponerse en contra de la guerra? ¿Era posible plantear la neutralidad de un agente del espacio político, como es la televisión, tal y como ya expusimos más arriba? ¿Por qué un «actor» de la opinión pública, es-

pacio de debate, ha de desvincularse del mismo?

Hemos delimitado así la evidente complejidad no ya del espacio político en las democracias occidentales mediatizadas, sino del legítimo papel que los medios de comunicación social pueden desempeñar en ellas. El profesor Muñoz-Alonso en el artículo citado (2002: 272) señala siete problemas específicos causados por esta característica de los medios en nuestra sociedad, de los que el segundo y el tercero nos permiten ahondar más en el análisis de esta parte del caso.

Así, el segundo peligro señalado es la supeditación de la noticia a la imagen. «La bulimia de imágenes, que tiene un efecto negativo en el espectador, devora los criterios informativos habituales (...). En el límite, las fronteras entre la información y el espectáculo, entre la noticia y el divertimento, se hacen tan confusas que muchos programas informativos se preocupan más de “hacer pasar el rato” a sus telespectadores que de facilitarles información (...). En el fondo, las informaciones se falsifican al servicio de la espectacularidad y de la competitiva lucha por las audiencias» (ibid.). La gravedad del problema reside, por tanto, en el hecho de que los medios de comunicación no realizan

el servicio de los medios

de comunicación a la

opinión pública que

se espera de ellos,

sino que usurpan

todo el espacio

político con tácti-

cas que exceden

la información y a

las que sucumben

en mayor o menor

medida, todos los

que participan en ellos,

como es el caso que co-

mentamos aquí.

Y el tercer peligro, que el sensacionalismo implique una presentación sesgada de las informaciones, podemos encontrarlo en esta petición exculpatoria del subdirec-

*las informaciones  
se falsifican al  
servicio de la  
espectacularidad  
y de la  
competitiva  
lucha por las  
audiencias*



tor de BBC News, y por tanto de forma indirecta, en la tensión con que la información sobre la guerra se vivía en esos meses y en cuyo contexto se emitió el reportaje de Forlong. «Se presentan las cuestiones objeto de la información en blanco

y negro, sin matices intermedios, potenciando el aspecto conflictivo y, muy a menudo, como si se tratara de una contraposición entre una posición buena y otra mala» (ibid.).

*Es evidente que objetividad no es neutralidad*

En efecto, si retomamos las expresiones de Damazer, vemos cómo trata de defenderse ante las acusaciones de los grupos contrarios a la guerra diciendo que «no siempre han sido en la dirección favorable a los pro-belicistas». ¿La objetividad informativa supone no ser favorable a los pro-belicistas? Es evidente que objetividad no es neutralidad, o que no apoyar a un gobierno en una decisión tomada supone criticar sistemáticamente todas las acciones derivadas de la misma o a todas las personas que por profesión participan en esas acciones. También un militar americano o inglés será una víctima del conflicto si cae en un ataque. Lo decimos porque, por ejemplo, uno de los mea culpa entonados dice así: «no es bueno abrir un boletín de noticias anunciando que la muerte de dos soldados fue la peor de las noticias posibles para las fuerzas armadas». Parece lógico pensar que un medio de comunicación británico, que por tanto se dirige principalmente a un público de esa nacionalidad, considere que la muerte de dos conciudadanos es una mala noticia, incluso «la peor de las posibles», no por su magnitud sino por su intensidad. El adjetivo no califica la acción militar, sino el hecho de tener que anunciar dos muertes, y por tanto, no vemos la dificultad o el inconveniente ante el que Damazer se defiende. Volveremos sobre esto desde su

perspectiva deontológica.

## 2.2 Aspectos éticos y deontológicos

Estrechamente vinculados con lo que hemos visto, han aparecido elementos cuyo comentario encaja mejor dentro de una perspectiva ética y deontológica. Hemos vertebrado el desarrollo de esta reflexión en cuatro bloques temáticos: el caso Forlong como un caso paradigmático de desinformación, el objetivismo informativo como manipulación, la razón de bien como clave de bóveda de la deontología profesional, y por último, el peso de mercantilismo y de la politización de los medios en el ejercicio de la profesión.

### 2.2.1 ¿Nos encontramos ante un caso típico de desinformación?

Ya es habitual la distinción entre desinformación e información falsa. No es igual mentir a sabiendas, que no decir toda la verdad debida, no sólo en la materialidad de la acción misma, sino también si tenemos en cuenta los efectos. Normalmente se tiende a considerar la desinformación como el resultado de una estrategia organizada de manipulación de la opinión pública, y no tanto la ausencia de algún dato relevante en una noticia concreta. Durante la Guerra Fría, por ejemplo, las estrategias de los servicios secretos de la Unión Soviética, el KGB, tenían claramente diseñadas estrategias desinformativas, e incluso específicas oficinas de desinformación, en orden a provocar la confusión y la ignorancia en su país de cuanto sucedía en Occidente.

Son también muchas las voces que se alzan en nuestros días, por ejemplo, contra la carga de desinformación que encierra la corrección política, el no llamar a las cosas por su nombre, sino camuflar-

*No es igual mentir a sabiendas, que no decir toda la verdad debida*

las bajo giros o expresiones que escondan alguno de sus aspectos más polémicos o desagradables.

No parece que podamos considerar el error deslizado en el reportaje de Forlong

como un caso de desinformación

estrictamente hablando,

sino como una mentira, un

*Hay una* dato falso: el submarino

*serie de* no estaba en alta mar

*estrategias de* y ése no era un misil

*manipulación* lanzado en el momento

*desinformativa* grabado. De todos

*mucho más* modos, hay muchos

*praves que* que utilizan la palabra

*las meras* «desinformación»

*ocultaciones* o bien como sinónimo

de mentira, quizá acotando

su significado al ámbito

de la labor periodística y refiriéndose

con él a la acción contraria

a la informativa propia de un profesional,

o bien como resultado de todas las estrategias

manipuladoras que puede utilizarse

en el uso del lenguaje, de las imágenes,

del diseño, etc.

En este segundo sentido, consideramos

que hay una serie de estrategias de manipulación

desinformativa mucho más graves

que las meras ocultaciones o falseamiento

de datos externos. Siguiendo en

esto al profesor Galdón creemos que de

las distintas caras de la situación desinformativa

de la sociedad actual, encontramos

en este caso al menos dos, reveladoras

de lo que a nuestro juicio es más grave y

que, en cierto sentido, ha pasado inadvertidas

para los medios. Nos referimos a la

idolatría de la actualidad (Galdón, 2001:

58) y a la omisión de lo esencial (Galdón,

2001: 59). Antes que la preocupación por

si Forlong había mentido o no sobre el

contenido de una de las imágenes de su

reportaje, alguien realmente preocupado

por la manipulación periodística debería

haber reclamado por la conveniencia y la

urgencia informativa de ese reportaje sobre

esa guerra, y que los medios no se hicieran

eco de las otras más de treinta guerras

que hay en el mundo, por ejemplo. La

idolatría de la actualidad pudo conducir a

Forlong a introducir esa imagen para hacer

ver que estaba «empotrado» en el submarino,

en primera línea, que contaba antes

que nadie lo que allí pasaba,... En definitiva,

que muy posiblemente esa idolatría es

más manipuladora de la información que

el dato falso introducido en el reportaje. La

realidad que se impone como tal ya está

sesgada: lo actual no pasa a ser más que

lo inmediato, y de esto, lo que mete ruido.

Coincide con el diagnóstico del fenomenólogo

francés Michel Henry, quien en su crítica

de la dinámica televisiva afirma:

«La actualidad determina lo que es actual,

¿no es evidente? Lo que ocurre es que la

actualidad no determina lo que es actual

de una manera tan inmediata como finge

creerlo. Lo que es actual, ¿no es sencillamente

lo que está ahí, ahora, objetivamente?

Lo que está ahí ahora, en este instante

que resuena al mismo tiempo en el mundo

entero, es precisamente ese mundo entero,

la totalidad de los acontecimientos, de

las personas y de las cosas. Es necesario,

pues, elegir. (...) Considerados en la película

de su sucesión o en su yuxtaposición

en la página de un periódico, estos acontecimientos

presentan un carácter común: la incoherencia.

Ni sus antecedentes ni consecuencias

son presentados con él. Sacar el hilo

de su causalidad, de su

finalidad, de su significación,

de su valor, sería pensar,

comprender, imaginar, restituir la

vida a ella misma, cuando de lo que

se trata es de eliminarla. Nada entra

en la actualidad si no es con esta doble

condición de la incoherencia

y de la superficialidad, de manera

que lo actual es lo insignificante. (...)

Lo actual no es solamente lo incoherente

y lo insignificante: debe serlo. Cuanto más

absurda sea la televisión, mejor cumple su

*Lo actual no  
es solamente  
lo incoherente  
y lo  
insignificante:  
debe serlo*

oficio». (Henry, 1996: 138). Tal es la grave manipulación que sobre la realidad hace la prensa, y principalmente la televisión, y de cuya gravedad no se es tan consciente, como nos pone de manifiesto el caso que comentamos. Lo grave del reportaje

de Forlong no es que mintiera en la localización del submarino y en la imagen del misil, sino el hecho de que tal información se considerara como lo más relevante.

*Esto nos conduce a la segunda de esas estrategias manipuladoras: la omisión de lo esencial.* Esto nos conduce a la segunda de esas estrategias manipuladoras: la omisión de lo esencial. «Vivimos en una cultura sofista del simulacro» (Galdón, 2001: 63).

Se sigue de lo anterior. Si la imagen del misil era de archivo del ministerio, o tomada directamente por una cámara de Sky News no modifica esencialmente la información que llega al televidente sobre la guerra de Irak. Entrar en la dinámica de si engañó o no en la noticia por eso que hizo, siendo una falta que conviene aclarar, abandona lo esencial dejándolo a un lado. Y eso es grave. Porque caemos en el peligro que señala el cardenal Ratzinger: «la técnica de la información sin la ética de la información es inhumana. Debemos preguntarnos, pues, si acaso no nos hemos convertido en gigantes de la técnica permaneciendo, al propio tiempo, párvulos en ética, especialmente en ética de la información». (Ratzinger, 1991: 287)

Antes de una consideración final de conjunto sobre la desinformación, nos detendremos brevemente a analizar el hecho mismo que causó la polémica y calibrar su gravedad. Propiamente hablando, en el reportaje de Forlong no hubo manipulación de la imagen, en sentido estricto: usó una imagen de archivo y grabó a los soldados fingiendo una operación. La polémica salta cuando en el texto del reportaje se da a entender que eso muestra lo que está pasando. Ante la tentación de ceder a la espectacularización

televisiva o no incluir esas imágenes, ya sabemos cuál fue su opción.

La tentación del espectáculo es grave y cada vez más potenciada por la omnipresencia de la televisión en el espacio público, como ya hemos visto. En el reportaje de Forlong, hay una mentira formal en el texto con que se acompaña las imágenes para trasladar al espectador de las mismas a un escenario fingido, aunque en el real se estén disparando así esos misiles. Si un equipo de la BBC no hubiera estado en el mismo submarino, ¿habría sabido alguien si el disparo era real o fingido, y habría protestado el ministerio de Defensa por el uso de la imagen de archivo del misil?

Esto nos recuerda, también una polémica sobre las imágenes de la guerra de Afganistán de finales del año 2001. La traemos a colación, porque lo que se reveló entonces es, precisamente, que la verdad de las imágenes televisivas que vemos en los informativos es bastante discutible, y que su inclusión está más relacionada con la espectacularidad de las mismas. En aquel entonces se empezó a hablar de «nueva guerra». Y efectivamente hubo elementos que la hicieron absolutamente distinta de las que hasta el momento podíamos denominar guerras clásicas: era una guerra contra el terrorismo. Pero desde el punto de vista de los periodistas, eso supuso

que quizá se convirtió en una de las más «pobres». Y no porque no existieran elementos, datos y realidades que contar. En ese sentido era quizá una de las más ricas de las de

los últimos años, por lo novedoso, precisamente, o por lo enrevesado de las circunstancias e implicaciones. Era pobre porque no tenía «imágenes», o al menos no lo suficientemente espectaculares como para abrir los informativos.

*La verdad de las imágenes televisivas que vemos en los informativos es bastante discutible*

Según declaraciones de corresponsales en el norte del país, cuando durante semanas la situación estaba «dormida», todas las mañanas había unos cañonazos: el fuego de artillería que disparaban las tropas de la Alianza del Norte

para que los filmaran las cámaras. Los comandantes guerrilleros eran los dueños de los únicos destartados todo-terrenos soviéticos que circulaban por la zona. Desde el campamento de los periodistas a las baterías había un kilómetro más o menos, y por desplazar hasta allí a los informadores cobraban unos 300 dólares.

Luego pegaban unos tiros para que los cámaras tuvieran imágenes que vender a sus televisiones, y regresaban a la base. Se verificaban una vez más, dos de las razones por las que Ramonet considera que es un error mayúsculo creer que un informativo televisado puede informar con seriedad: «porque el periodismo televisivo, estructurado como una ficción, no está hecho para informar, sino para distraer» y la segunda, «porque querer informarse sin esfuerzo es una ilusión más acorde con el mito publicitario que con la movilización cívica» (Ramonet, 1998: 27).

Por todo esto afirmamos que se magnificó en exceso la manipulación de Forlong, y que en la denuncia seguramente influyeron más otros factores (hubo una curiosa coincidencia de fechas con varios problemas similares de otros periodistas) de índole económica, política, e incluso empresarial, que de vigilancia por la rectitud profesional.

Para concluir este primer apartado, una última consideración que manifiesta hasta qué punto las estructuras desinformativas afectan en general al modo de hacer periodismo, más que a las noticias concretas. Muchos de los medios informativos

escritos (desde luego los ingleses, pero también españoles, italianos,...) se hicieron eco del suicidio. Las noticias sobre esta noticia eran un claro ejemplo de omisión de lo esencial, de visión artificial de la realidad. No ha habido forma de leer en ninguno de los artículos y reportajes sobre la destitución y luego sobre el suicidio de Forlong sobre qué tema versaba el reportaje en su conjunto, ni hasta qué punto la manipulación de la imagen influía sobre la verdad fundamental del mismo. Todos, con más o menos amplitud, se hacían eco de la primera frase del reportaje, de la imagen que se veía y de la denuncia de la BBC. Nada más. Consideramos que si se quiere dar una noticia sustancialmente importante sobre la veracidad informativa o sobre la exigencia de la ética profesional, sería mucho más clarificador presentar el contexto, la totalidad, comparar, calibrar,... Nada de eso se encontraba. Pero lo más grave es que los titulares no dudaban en calificar el reportaje como «falso». ¿El reportaje? Asignar a todo un reportaje el adjetivo que merece sólo el arranque espectacular del mismo, parece un poco exagerado, a no ser que se demostrara, algo que no hemos podido comprobar. «Esta omisión de lo esencial positivo y significativo y realce de lo accidental negativo e insignificante no está recogida

en los libros de estilo de los medios, pero es una de las técnicas habituales de su proceder manipulador» (Galdón, 2001: 69).

2.2.2 ¿No manipulamos si nos atenemos exclusivamente a los datos empíricos?

Aunque de una manera tangencial si nos atenemos solamente al problema concreto del reportaje de Forlong, pero de una forma clara si consideramos toda la polémica, reacciones y declaraciones que hemos ido anali-

*lo más grave es que los titulares no dudaban en calificar el reportaje como «falso». ¿El reportaje?*

zando en el punto anterior, se nos plantea en este caso el debate sobre la supuesta neutralidad periodística. Es un debate con hondas raíces en el quehacer mismo del periodismo, y sobre todo, en la epistemología subyacente para legitimar críticamente las ciencias de la información.

En España tenemos reciente el convencimiento dentro del ámbito periodístico de que «ante el terrorismo no se puede ser neutral» (Agejas, 2003: 170). Pero han sido décadas de terrorismo y de neutralidad las que han precedido a este convencimiento, entre otras cosas, porque el dogma positivista del periodismo nacido como ciencia en el mundo anglosajón, impone que el periodista no puede tomar partido, que ha de dar los hechos sin valoraciones (Galdón, 2001: 79). Suspende la neutralidad en este caso ha sido una victoria del sentido común, sin duda, contra un dogma radicalmente equivocado. Si fuéramos sólo un poco popperianos, nos bastaría con que el dogma no valiera en este caso para considerarlo falso. Pero es que las razones de fondo son más interesantes, y conviene que nos detengamos aunque sólo sea brevemente.

En unos trabajos de estudiantes que analizaban la información de los diarios españoles sobre la captura de Sadam Hussein, se leían afirmaciones como la de que llamar a Sadam «tirano», suponía una violación de la neutralidad periodística ya que imponía al lector una opinión subjetiva del redactor sobre el personaje del que se hablaba. Ya decíamos antes que en España sobre ETA hemos llegado a un acuerdo general, pero son muchas las voces también que en otros países se alzan contra lo que supone un claro atentado al sentido común, y que, por ejemplo, que un hijo mate a sus padres para cobrar una heren-

cia supone un «crimen horrible», que es un juicio de valor que respeta la verdad de los hechos. «Si el periodista —en lo que respecta a algunos valores de la vida y de la convivencia civil— no tomara partido o buscara una neutralidad metafísica, estaría yendo en contra de su deber como hombre, antes que como periodista» (Betetini, 2001: 42). El positivismo informativo impone la antinomia entre hechos y valores, de los que sólo los primeros pueden ser objeto del conocimiento, mientras que los segundos se relegan al mundo de las emociones. Desde ese planteamiento epistemológico inicial, ningún juicio de valor puede ser considerado ni verdadero ni falso, puesto que no se refiere a ninguna «realidad» (positiva, claro está), sino sólo a estados emocionales subjetivos.

Se entienden así las respuestas del subdirector de BBC News a las acusaciones de manipulación por el lenguaje utilizado en sus informaciones sobre la guerra. «Si usamos la palabra liberar en nuestro léxico para referirnos a una noticia, como por ejemplo en la frase tal o tal lugar ha sido liberado por las fuerzas aliadas, es un error. Y es un error porque se dice sin tener evidencia de que los iraquíes se sienten liberados cuando cae una ciudad en manos de la coalición». Es un claro ejemplo de lo que

acabamos de decir, y supone una cesión a las presiones de los antibelicistas, como si fuera posible informar de lo contrario. O siguiendo con el ejemplo anterior, como si fuera posible no llamar a Sadam «tirano».

*El positivismo informativo impone la antinomia entre hechos y valores, de los que sólo los primeros pueden ser objeto de conocimiento*

Afirmar con tal rotundidad, como exculpación pública, que esa forma de hablar «fue un error» introduce a los medios en una espiral de la que es difícil escapar. Porque no encontrarán vocabulario neutro nunca, a no ser

que dejen de informar de la realidad, que por definición es compleja y poliédrica. Informar de una acción siempre implicará tomar partido, incluso para seleccionar los datos relevantes y jerarquizarlos. Y en determinadas ocasiones, tomar

partido significará también tomar partido moral, como es el caso del terrorismo, porque el periodista es ante todo persona y miembro de la misma comunidad civil y política que la opinión pública, y lo que la destruye le destruye también a él. La presión de grupos organizados dentro de la

opinión pública siempre puede dar al traste con cualquier reportaje, crónica o noticia porque el vocabulario no se considere apto o suficientemente «neutral». ¿Y entonces? ¿Cuál será el criterio deontológico que ha de seguir el periodista o el ejecutivo de la empresa informativa para respaldar o desautorizar al profesional?

### 2.2.3 ¿Qué razón ha de guiar el juicio ético y profesional del periodista?

Llegamos así a la pregunta central del análisis sobre la deontología en este caso. Aunque la primera de las cuatro con que hemos dividido este apartado parecería la más enfocada sobre la cuestión, a medida que hemos ido desmenuzando el caso, se nos ha desvelado que más grave que el hecho mismo de incluir o no incluir las palabras precisas que explicaran la imagen exacta que se estaba viendo en el reportaje, la pregunta moral era de fondo, no sobre una cuestión técnica. Dicho de otro modo, y como ya anunciaban las palabras citadas del cardenal Ratzinger, la cuestión de fondo está en la decisión práctica que en cada momento ha de tomar el periodista (persona con una profesión, no un técnico que prescinde de su condición esencial cuando ejerce su tarea), y esa decisión es

siempre una decisión moral, es un ejercicio de prudencia (razón de bien), no una cuestión técnica que a veces puede violar un código determinado.

Como MacIntyre analizó con gran agudeza en *Tras la virtud*, el emotivismo moral supone que el bien moral es una emoción, no un criterio de juicio sobre nuestras acciones que puede ser perfectamente establecido por la razón. La discusión sobre la moralidad de la decisión de Forlong, como veremos, se sustancia en el orden del error formal o técnico, no en el del bien o el mal moral del conjunto de su acción. Se le acusa de un error formal del que tiene que asumir consecuencias deontológicas y personales graves. Aquí se esconde, a nuestro entender, el drama del resultado final del caso: un error técnico pasa a ser juzgado por la opinión pública como una mentira moral que el sujeto es incapaz de asumir, y mucho menos aún, de soportar.

Esta dimensión profunda del debate nos ha mostrado con toda claridad cuando analizábamos el cruce de acusaciones entre unos y otros, los titulares con los que los periódicos se hacían eco de la noticia y las declaraciones de ejecutivos y del propio Forlong exponiendo sus razones. Seguiremos para este comentario los artículos publicados en la edición digital del diario británico *The Guardian*<sup>1</sup>, que a nuestro

parecer son los que han recogido con más amplitud la polémica y las declaraciones de todas las personas implicadas en el caso.

Tenemos declaraciones y acusaciones en tres direcciones diversas: de la BBC hacia Sky News, y de ambas cadenas hacia el propio Forlong. Las transcribiremos, para luego comentarlas analizando el código moral emotivista con el que se producen e interpretan, heredero directo del positivismo

*La discusión sobre la moralidad de la decisión de Forlong, se sustancia en el error formal o técnico, no en el del bien o el mal moral*



epistemológico.

Las acusaciones contra Sky News se produjeron en tono irónico y dentro de un reportaje emitido en julio por la BBC. El productor de la serie *Fighting the War*, emitida por la BBC2, a la que pertenecía el

reportaje en el que se denunció la manipulación justificaba así la decisión: «los telespectadores tienen que poder confiar en la integridad editorial de un reportaje informativo. La gente asume que lo que ve en las noticias es real. Este tipo de cosas socava la comunidad periodística de la que formamos parte. Cuando los espectadores están viendo algo, tienen que creer que lo que están viendo es verdad».

Especially duras son también las palabras de un ejecutivo de otra cadena, que no se identifica: «no puedo recordar que se acusara a nadie de que en un importante reportaje de guerra falsificara nada en ningún sentido. Si se demuestra que es lo que ha sucedido en este caso, es sumamente grave y el impacto en la cobertura televisiva de las noticias también y tendrá que ser abordado. Si ha habido algún error todos nosotros tendremos que tener conocimiento de él».

Las consecuencias inmediatas de estos ataques para la confianza de los periodistas de la propia Sky News fueron lógicas. Según recogía el diario *The Guardian* en expresión de un periodista de la cadena de Murdoch, «no puedo decirte hasta qué punto de pesimismo han llegado aquí las cosas». En consecuencia, a los dos días de haberse desencadenado la crisis y cuando Forlong reconoció el error cometido, Nick Pollard, director de Sky News envió a todo el personal de la cadena un e-mail en el que se expresaba en estos términos: «no hay que negar que este episodio ha resultado dañino para Sky News. Todos nosotros hemos trabajado duro

y muy por encima de lo normal durante muchos años para levantar la reputación única que tiene nuestro canal. Nuestro periodismo es el mejor en el sector, y así lo han reconocido los premios de numerosas organizaciones. La integridad y la honradez de nuestros reportajes son centrales para todo lo que hacemos... Sé que muchos de ustedes se sentirán abatidos por el incidente del HMS *Splendid* y yo comparto sus sentimientos».

Los titulares hablaban siempre de una «historia falsa» o de una «historia mentirosa», o incluso del «misil que salió por la culata», cuando como ya hemos dicho en otro momento, lo falso era el arranque del reportaje, no el contenido completo del mismo. Nos quedan por recoger las declaraciones del propio Forlong reconociendo su error. «En diez años de servicio impecable para la cadena ha sido el único error de juicio que ha supuesto una fuente de profundo remordimiento. En ningún momento tuve la intención consciente de engañar a los espectadores aunque admito que ése era el resultado. Acepto el perjuicio que esto supone para mi integridad que nunca antes había sido puesta en cuestión a lo largo de una década de trabajo como corresponsal de Sky News en algunos de los ambientes más difíciles y peligrosos del mundo

para el ejercicio del periodismo».

«El yo peculiarmente moderno, el yo emotivista, cuando alcanzó la soberanía en su propio dominio, perdió los límites tradicionales que una identidad social y un proyecto de vida humana ordenado a un fin dado le habían proporcionado» (MacIntyre, 1987: 53). Esta dura sentencia de MacIntyre nos da la clave a nuestro entender, de la clara desolación de un periodista que no es

*«En diez años de servicio impecable para la cadena ha sido el único error de juicio que ha supuesto una fuente de profundo remordimiento»*



capaz de conjugar que su juicio práctico al emitir esas imágenes sea considerado un error sin tener en cuenta la finalidad de su acción y el contexto general en que se produce, tanto personal como general.

Dado que el emotivismo moral no permite conciliar fines personales y fines sociales, el yo se define por su papel en sociedad. El quebranto de un código moral establecido por la sociedad supone el desmoronamiento del sujeto ante la opinión pública, inmisericorde con quien antepone sus sentimientos o apreciaciones morales subjetivas a los fines socialmente establecidos por las reglas de control colectivo. «Las consecuencias de la victoria de una instancia sobre la otra tienen a menudo muy grande importancia inmediata; sin embargo, y como bien ha entendido Solzhenitzyn, ambos modos de vida son a la postre intolerables» (MacIntyre, 1987: 54). No pretendemos haber cerrado con esto la explicación de qué es lo que llevó a Forlong a tomar la decisión del suicidio. Pero sí creemos que la dicotomía apuntada genera en un sujeto determinado no sólo una gran tensión psicológica, sino que le plantea la imposibilidad de dar una respuesta racional adecuada del propio modo de obrar y le da la impresión de que uno no va a ser ya comprendido y admitido socialmente.

Se entiende así que consideráramos éste punto el central del análisis ético del caso: la ética profesional no puede entenderse como algo distinto de la ética personal, sino que ha de ser una aplicación concreta del mismo modo de juzgar, de valorar y de decidir. Como pone de manifiesto la última sentencia de MacIntyre, cuando van por separado y por caminos irreconciliables, más vale que no se dé un conflicto, pues éste se saldará con conse-

cuencias negativas para el sujeto que ha tomado la decisión. No hay más que releer las declaraciones de Forlong para comprobarlo: «ha sido el único error de juicio que ha supuesto una fuente de profundo remordimiento». Ha sido un error formal (deontológico) que ha provocado un hondo sentimiento de remordimiento moral, que no lo dice, pero que se supone, es puramente subjetivo. A continuación vuelve a confrontar la finalidad moral de su acción con el resultado formal de la misma. Lo que en realidad no supone más que la expresión de que la finalidad moral es un dato subjetivo, y no parte de la acción moral tomada en su integridad y en relación con un criterio moral objetivo (distinto del mero código deontológico formal).

Como no podía ser de otra manera, Forlong termina admitiendo que el hecho de haber fallado a un código deontológico (externo y formal) redundará en el deterioro público de su integridad personal, labrada durante años de trabajo como profesional. En otras palabras: su situación moral ante la opinión pública, no se configura más que como la de quien no ha cumplido formalmente una norma externa. Basta una acción constatada objetivamente para que la reputación de esta persona quede en entredicho, porque no hay forma de fiarse de sus sentimientos morales, que son subjetivos y por tanto ajenos a la racionalidad.

De manera indirecta hemos vuelto así al otro aspecto central del interés de nuestro trabajo: la estrecha relación entre medios de comunicación social, opinión pública y democracia.

Decimos indirecta porque ha sido desde la perspectiva de la responsabilidad moral que el periodista tiene de contribuir desde el ejercicio de su profesión en la cons-

*Volvemos así al otro aspecto central del interés de nuestro trabajo: la relación entre medios de comunicación social, opinión pública y democracia.*

trucción de un espacio adecuado para la convivencia y el ejercicio de las libertades personales y públicas. La razón de bien que ha de guiar el juicio moral y el ejercicio prudencial de la profesión tienen en su contribución a la democracia otra

de las facetas esenciales: el bien de la persona no es separable de su dimensión social o política, en sentido aristotélico, esto es, como allí donde se muestra y perfecciona la dimensión de comunión del ser racional. La razón de bien del ejercicio de la prudencia profesional incluye la determinación de los fines de las propias acciones, también de aquellas públicas, que no vienen dados de antemano, como pretendería el emotivismo moral según MacIntyre. Los fines de las acciones profesionales no vienen estipulados por un código deontológico, por una norma formal y externa al sujeto.

Según la clásica doctrina moral de las virtudes, lo acertado de la elección de los fines y la correcta deliberación sobre los medios más aptos para alcanzarlos —primer paso de la prudencia, y siempre ejercicio del sujeto— desembocan en la orden interior, en la determinación que indica a la voluntad que se ponga manos a la obra para conseguir el bien. La potenciación de la racionalidad como fuente de nuestras acciones, que eso es la prudencia, además de una clara apuesta por la superación del emotivismo moral, no puede no desembocar en la determinación libre y voluntaria, cargada de razón (nada sentimental, por tanto): no actuar o no querer tomar la decisión para hacerlo son ya faltas morales graves, pues son omisiones deliberadas.

La razón de bien, ejercitada de esta manera en cada una de las decisiones personales y profesionales, no garantiza la realización del bien, por supuesto, pero sí

garantiza un planteamiento más adecuado de las decisiones y de las razones por las que se toman. El sentimiento de que la integridad se ha perdido por una falta contra un código, sería imposible en esta perspectiva. La confianza en la rectitud de los propios juicios y decisiones, paulatinamente adquirida, se basa, por un lado, en la experiencia de haber juzgado y actuado correctamente en situaciones anteriores, y por otro, en la constancia en la búsqueda del bien. Quien es consciente de que no ha actuado a la ligera y de que es capaz de aportar razones que avalen sus juicios y decisiones, sabe que está aportando lo mejor de sí mismo también a la comunidad. Y prudente, esto es importante en esta perspectiva de la vida moral, es también quien sabe reconocer sus errores y aprender de ellos para mejorar. En la prudencia nunca se alcanza la excelencia: siempre se aprende a seguir en el camino del bien, aunque a veces no se consiga del todo.

Coincidimos con el análisis del profesor López-Escobar (2001: 27 y ss), quien plantea que la inquietud actual por recuperar el genuino papel comunicador de los medios en orden a la mejora de la calidad de la opinión pública, y en consecuencia, la de la vida democrática, pasa por recuperar esa razón de bien en el proceso deliberativo y ejecutivo de todas nuestras acciones. En su análisis, además de constatar la carencia que supone reducir la comunicación a puro formalismo procesal —algo que ya habíamos menciona-

do anteriormente al prevenir del peligro que supone convertir el espacio público en espacio electrónico (Muñoz-Alonso, 1995: 107)— señala como especialmente grave la deriva que la te-

*Supone una carencia reducir la comunicación a puro formalismo procesal*

levisión ha tomado hacia el denominado infotainment: «más perjudicial que la posible distorsión es el hecho de que la televisión convierte en entretenimiento todo lo que toca, porque todo lo que aparece en la pantalla aspira a ser totalmente absorbente» (López-Esco-

bar, 2001: 38). Si la co-

*Una  
deliberación  
prudente habría  
redundado  
en un distinto  
planteamiento  
del reportaje*

municación social ha de contribuir al recto y buen vivir entre personas, y sobre todo, ha de ayudar a la formación de una opinión pública responsable, en el ejercicio de la profesión debería estar mucho más presente ese ejercicio de la prudencia, del juicio recto en razón del bien social. Este caso nos permite comprobar que una deliberación prudente habría redundado en un distinto planteamiento del reportaje, lo que no necesariamente supondría no haber cometido el error que se dio en el caso Forlong, pero que ciertamente sí habría supuesto un enfoque distinto de la decisión personal y otra forma de afrontar las consecuencias del mismo, tanto desde el punto de vista personal como social.

#### 2.2.4 Mercantilismo y politización del oficio periodístico

Dentro del espacio político que corresponde a la opinión pública y que de alguna manera han monopolizado los medios, según ya hemos visto, es indudable la presencia de grupos de presión, sean económicos o políticos. En ambos casos, encontramos la estrategia ya muchas veces mostrada, de multinacionales o grupos empresariales o de presión en general, que buscan obtener a través del espacio de los medios el poder de influir para favorecer e incrementar sus negocios. Pueden hacerlo de forma directa o indirecta, o bien usando directamente los medios como cauce de noticias favorables a sus intereses, o bien

presionando de distintas maneras para que en los medios se apoyen decisiones o medidas políticas que favorecen sus intereses. Es conocido, por ejemplo, el caso de la agencia Medialink, que distribuyó imágenes de la inauguración del primer local de McDonald's en Moscú en 1990, imágenes que vieron en las noticias más de veinte millones de personas y que mostraban colas de moscovitas esperando para entrar... El problema es que las imágenes estaban producidas por la agencia de relaciones públicas de McDonald's, no por un periodista ni por los servicios informativos (Limburg, 1995: 87).

El mismo autor narra otro caso, más cercano por la temática con el que aquí nos ocupa, y es que después de la invasión de Kuwait, la organización «Ciudadanos por la libertad de Kuwait» pagó una gran suma de dinero a la agencia de relaciones públicas Hill and Knowlton para que produjera un vídeo sobre la invasión iraquí y la violación de los derechos humanos en Kuwait con el fin de inducir la intervención de los Estados Unidos. Aunque producidos por la agencia de relaciones públicas, fueron distribuidos por la misma agencia de imágenes antes citada, y millones de espectadores pudieron verlos en los informativos.

En otras palabras, creemos que tanto en la decisión de elaborar el reportaje

tal y como lo elaboró Forlong, así como en la réplica irónica por parte de la BBC, pudieron influir otros factores ajenos a la estricta obligación de informar de lo que sucedía, en especial si tenemos en cuenta los intereses y grupos de presión organizados en torno a las posturas a favor o en contra de la guerra contra Irak.

Pero sin llegar a postular desconocidos intereses de fondo, podemos destacar

*Creemos que  
pudieron influir,  
tando en Forlong  
como en la  
réplica de la BBC,  
otros factores  
ajenos la estricta  
obligación de  
informar*

otro elemento que sí tiene que ver con la presión de los grupos empresariales sobre el ejercicio del periodismo. Y es que no creemos que la réplica de la BBC, irónica y por medio de otro reportaje unos meses después de la emisión del primero,

responda simplemente a un deseo de aclarar una noticia mal dada, o de velar por el cumplimiento de un código deontológico. Más bien nos parece que responde a la táctica de crear polémica o de utilizar el escándalo como gancho para ocupar el espacio mediático, o de arrebatárselo al adversario (profesional y empresarial).

«En el origen de un escándalo mediático es frecuente encontrar un quebrantamiento de las normas o los códigos morales, pero las transgresiones de este tipo pertenecen por regla general a la fase previa al escándalo. Un escándalo mediático no comienza con la transgresión misma, sino más bien con el acto que la revela o con la alegación que convierte la transgresión original en un objeto conocido por el público» (Thompson, 2001: 207). En este caso Sky News, sabedora de lo que puede suponer una campaña de este tipo, reaccionó con una rapidez tal que en dos días se había zanjado la polémica con la destitución del periodista. Estábamos a tres meses y medio de la emisión del reportaje de Forlong, pero nadie había caído en la cuenta del fallo. Basta la revelación irónica de la BBC para que se desencadene un aluvión de noticias sobre el tema: el verdadero problema para Sky News no es la revelación de la BBC, sino la secuencia posterior de noticias y titulares en los más importantes periódicos europeos. La proporción que en ese momento adquiere el escándalo, que afecta a un importante grupo mediático internacional, lleva a la reacción de la cadena. Seguramente si el medio utilizado para mostrar el error hu-

biera sido otro, la reacción de la cadena también, y muy posiblemente no estaríamos hablando del desenlace final del que estamos hablando.

En ese estudio se establece con detalle cómo la misma estructura y funcionamiento de los grupos mediáticos favorece la promoción de escándalos, y señala que los principales aspectos que conducen a ello son: los beneficios económicos, los objetivos políticos, la propia imagen profesional y las rivalidades de la competencia entre profesionales (Thompson, 2001: 113). Quizá el deseo de novedad, de diferenciarse de lo que daban los demás llevó a Forlong a mostrar aquellas imágenes con aquel planteamiento. Pero no cabe duda de que la misma competencia entre cadenas hizo que la BBC mostrara de forma irónica el error del periodista de Sky News. Podemos considerar que los cuatro tipos de causas están detrás de este caso: las tensiones políticas generadas por la guerra en la opinión pública, la competencia entre grupos mediáticos y la rivalidad profesional. Un cóctel demasiado explosivo como para pensar que pudiera lanzarse sin demasiadas consecuencias.

### 3. Conclusiones

Recogemos las principales conclusiones que sintetizan lo esencial de nuestro análisis.

En primer lugar, por lo que se refiere a lo mediático, el caso Forlong nos ha puesto de manifiesto hasta qué punto la televisión centra de manera sustancial el debate de la opinión pública, así como la dinámica televisiva de la espectacularización pervierte la naturaleza misma del contenido informativo. Ambas dinámicas, profundamente entrelazadas suponen una clara limitación para el recto ejer-

*El caso Forlong nos ha puesto de manifiesto hasta qué punto la televisión centra de manera sustancial el debate de la opinión pública*

cicio de la libertad de pensamiento y de información, básicos para la formación de una opinión pública responsable y que realmente configure el espacio público de participación de manera positiva y constructiva.

Pasando a la perspectiva ética y deontológica, el caso nos ha dado pie para reflexionar sobre cuatro ámbitos esenciales en el ejercicio de la profesión entendida como servicio a la comunidad política de la que el propio periodista forma parte activa, e incluso esencial. Ciertamente es que el caso Forlong, en una primera aproximación más o menos superficial, se nos revelaba como un caso claro de desinformación, aunque ahondando en las implicaciones del mismo, hemos visto cómo lo más grave en la desinformación no es tanto el error formal externo o el incumplimiento de un código deontológico, sino que el positivismo sobre el que se basa buena parte de la epistemología utilizada en el periodismo moderno ya supone una estructura manipuladora no menos grave por cuanto ignorada. Otra de las consecuencias éticas inmediatas que se sigue de la explicitación de esta estructura manipuladora de fondo es la afirmación de que la neutralidad informativa no es por sí misma un criterio absoluto. La configuración mediática del espacio público no puede suponer que desde el periodismo no se contribuye positivamente, o que se considera por igual a los legítimos actores de la democracia que a los enemigos de la misma. Esta neutralidad im-

posible nos ponía ya en camino de otro de los elementos que el análisis ético del caso Forlong nos ha desvelado: las carencias y limitaciones del emotivismo ético.

Un tercer aspecto del análisis deontológico nos condujo a la consideración misma de la manera de entender la deontología y el planteamiento de las obligaciones éticas y la valoración ética de las decisiones. Hemos visto cómo el emotivismo moral subyacente a la tradición deontológica del periodismo positivista, y de alguna manera presente en el desenlace del caso supone una clara limitación para el planteamiento adecuado de los juicios y de las decisiones morales profesionales. La deontología que proponemos, la del ejercicio de la prudencia en orden al bien personal y común permite no sólo

analizar el error desde una perspectiva más plenamente humana, sino también plantear una visión más armónica del desarrollo personal y el ejercicio profesional.

El último de los elementos, nos desvelaba hasta qué punto los propios medios de comunicación se convierten con más frecuencia de la conveniente, en objeto de las propias informaciones.

*los propios medios de comunicación se convierten con más frecuencia de la conveniente, en objeto de las propias informaciones*

El último de los elementos, nos desvelaba hasta qué punto los propios medios de comunicación se convierten con más frecuencia de la conveniente, en objeto de las propias informaciones y, por tanto, en agentes protagonistas de la configuración de la opinión pública, con lo que esto supone de utilización del espacio público para las luchas y conflictos de intereses mediáticos, que en realidad son también y fuertemente empresariales, cuando no claramente políticos. ■

## Notas al pie

<sup>1</sup>Hemos utilizado todos los artículos y crónicas que al respecto se publicaron en las siguientes fechas: 17, 18 y 21 de julio, y 6 de octubre de 2003.



# *La presión de la opinión pública durante la guerra de Irak sobre el trabajo del periodista*

José Ángel Apejas Esteban

20 páginas  
(de la 35 a la 55)

## Bibliografía

### LIBROS

BETTETINI, Gianfranco y FUMAGALLI, Armando (2001): *Lo que queda de los medios*. Ideas para una ética de la comunicación, Pamplona, EUNSA

BOURDIEU, Pierre (1997): *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama

GALDÓN LÓPEZ, Gabriel (1999): *Desinformación. Método, aspectos y soluciones*, Pamplona, EUNSA

GALDÓN LÓPEZ, Gabriel (2001): *Introducción a la comunicación y a la información*, Madrid, Ariel

HENRY, Michel (1996): *La barbarie*, Madrid, Caparrós Editores

LIMBURG, Michael (1995): *Gutenberg se digitaliza*, Madrid, Tecnoteca

López-Escobar, Esteban

MACINTYRE, Alasdair (1987): *Tras la virtud*, Barcelona, Crítica

MUÑOZ-ALONSO, Alejandro (1989): *Política y nueva comunicación*. El impacto de los medios en la vida política, Madrid, Fundesco

MUÑOZ-ALONSO, Alejandro y ROSPIR, Juan Ignacio (coords.) (1995): *Comunicación política*, Madrid, Editorial Universitat

MUÑOZ-ALONSO, Alejandro y ROSPIR, Juan Ignacio (coords.) (1999): *Democracia mediática y campañas electorales*, Barcelona, Editorial Ariel

RATZINGER, Joseph (1991): *Cooperadores de la verdad*, Madrid, Rialp

THOMPSON, John B. (2001): *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós

### CONTRIBUCIONES EN LIBROS

AGEJAS ESTEBAN, José Ángel (2003): «Un marco adecuado» en AA.VV., *Terrorismo, víctimas y medios de comunicación*, Madrid, Fundación Víctimas del Terrorismo-Federación de Asociaciones de la Prensa

### ARTÍCULOS EN REVISTAS Y PERIÓDICOS:

GALDÓN LÓPEZ, Gabriel (2002): «Educar en la escuela y la universidad en el ámbito de la cultura mediática», en *Retos de la nueva sociedad de la información* (Actas del III Congreso Católicos y Vida pública), Madrid, Fundación SM, vol. I, pp. 729-738

MUÑOZ-ALONSO, Alejandro (2002): «Estructura y ética de la comunicación y sus medios», en *Retos de la nueva sociedad de la información* (Actas del III Congreso Católicos y Vida pública), Madrid, Fundación SM, vol. II pp.259-275