La credibilidad de los medios de referencia y la elite periodística

POR **MARÍA SANTOS SAINZ**

Tres medios míticos del periodismo internacional ?los diarios The New York Times y Le Monde, y la operadora de radiotelevisión BBC? han sido objeto de severas críticas que han suscitado notables polémicas. Aunque por circunstancias y razones muy diversas, los tres casos dejan vislumbrar ciertas mutaciones que se están produciendo en los medios de referencia y, sumados, ayudan a reflexionar críticamente sobre las actitudes y las estructuras internas de los medios.

En Estados Unidos, los sólidos cimientos del periódico *The New York Times*, respetado templo del periodismo anglosajón, se tambalearon tras desvelarse que uno de sus jóvenes y ambiciosos reporteros plagiaba o se inventaba los reportajes. Este escándalo, conocido ya como el caso Blair (1) o *writergate*, cuestionó la reputación de un diario que supo erigirse en monumento del rigor informativo a lo largo de sus 152 años de historia.

Jayson Blair, de 27 años de edad, hizo una carrera meteórica desde que entró como colaborador hasta conseguir, con el beneplácito de la dirección del prestigioso diario, convertirse en redactor de la sección Nacional. Cuatro años de errores y falsificaciones, falsas citas e inventadas fuentes, no impidieron su promoción a pesar de las sospechas que despertó en otros colegas que advirtieron a la dirección sobre sus irregularidades. Finalmente, el diario se decidió a abrir una investigación interna que permitió comprobar cómo «fabricaba» la información a su propia guisa. Este escándalo, que ha puesto en tela de juicio la credibilidad del diario, se saldó con la dimisión del director, Howell Raines, y del director adjunto, Gerald Boyd, que de esta manera asumieron su responsabilidad por lo ocurrido. Con estas dimisiones, *The New York Times* reparó su reputación puesta en entredicho y, de manera ejemplar, hizo lo ineludible para salvar su credibilidad.

Fundación Telefónica

Telefónica

Este deplorable suceso abre interrogantes sobre las estructuras y el funcionamiento interno del diario que han propiciado el caso Blair. ¿Cómo ha sido posible que un diario como *The New York Times*, que exhibe el rigor como una seña de identidad, haya podido acoger en su redacción a un impostor cuyas constantes chapuzas y falsedades en el ejercicio periodístico resultaban una provocación y una tomadura de pelo? ¿Qué criterios, respecto a la idoneidad profesional y humana, fueron seguidos por los responsables de la redacción? En el ejercicio del periodismo las cualidades personales condicionan la aptitud profesional. Como afirma el veterano periodista Ryszard Kapucinski (2002): «Para ejercer el periodismo, ante todo, hay que ser buen hombre, o buena mujer: buenos seres humanos. Las malas personas no pueden ser buenos periodistas. Si se es una buena persona se puede comprender a los demás, sus intenciones, su fe, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias».

Reunido en un cine de Broadway, el 14 de mayo de 2003, el triunvirato formado por el director de la redacción, Howell Raines, su adjunto, Gerald Boyd, y el presidente del grupo, Arthur Sulzberg, intentó en una asamblea con unos 600 periodistas y trabajadores hacer frente a las acusaciones de haber destruido la credibilidad del diario. El divorcio entre la plantilla y la dirección quedó patente cuando se le preguntó al director si pensaba dimitir (2). La respuesta entonces fue negativa. Tres semanas después, el 5 de junio de 2003, se hacía pública la dimisión del director y de su adjunto. El descontento de la redacción influyó en esa decisión. Entre las presiones internas y externas ?en especial de los accionistas? la dimisión se impuso como la única salida a la crisis. El informe interno realizado para averiguar las causas que motivaron el caso Blair señaló que el director, Raines, «representa un fracaso de comunicación, mando y disciplina» y criticó el sistema de ascensos basado en favoritismos que fomentó la dirección. Ese sistema, según sus detractores, permitió que Blair se promocionara pese a las numerosas advertencias recibidas por sus jefes más cercanos.

Una dirección autocrática

A pesar de su brillante pasado periodístico como corresponsal en la Casa Blanca y editorialista, al ex director de *The New York Times*, Raines (Premio Pulitzer 1992), se le reprocha el haber adoptado un sistema de selección de periodistas ambiciosos, capaces de hacer cualquier cosa por subir peldaños en la profesión. James Blair jugó sin escrúpulos esa carrera. También salieron a relucir las acusaciones a un estilo de dirección tildado de autocrático, arrogante, aislado de la redacción y en el que primaban las cruzadas personales. Raines fue calificado en aquel informe de ser un dictador sordo a la crítica.

Algunos analistas americanos (3) consideran que el tema de fondo no está en ver este caso de manera aislada, sino en preguntarse sobre la política que inspira y orienta en la actualidad a los medios de referencia. Consideran que el caso Blair no es más que un síntoma de la erosión que padece la profesión y del abandono de asuntos tan importantes como la ética periodística. Se preguntan si los responsables no están más ocupados en tejer nuevas alianzas mediáticas que permitan la expansión de su medio o grupo que en el contenido y la calidad de las informaciones.

El caso Blair es un episodio que invita a reflexionar acerca de la estrategia de mercantilización

Fundación Telefónica
Telefónica

que está aplicando la elite periodística de estos medios de referencia. En Estados Unidos algunos autores han calificado estas nuevas prácticas como periodismo de mercado (*marken-drive-journalisme*) (4). Se trata de la tendencia a buscar una rentabilidad máxima con la información. Los criterios de organización y producción de las redacciones tienden a hacerse sobre la base de criterios de rentabilidad y eficacia (hoy se pide un 10 por ciento de rentabilidad a las empresas periodísticas igual que se le pide a una empresa de zapatos). Estos nuevos criterios afectan seriamente al contenido de las informaciones.

Como afirma el sociólogo Patrick Champagne (2000), «esta lógica de la audiencia y búsqueda de *scoop* abole la frontera entre prensa seria y prensa popular». Por eso hay tantos patinazos en la información. Y los periodistas no son suficientemente contestatarios frente a esta «visión excesivamente *marketinera* de la publicación». Los directores de los medios, frente a los tiras y aflojas de las exigencias financieras y las necesidades de la información, se inclinan demasiadas veces a favorecer prioritariamente las cifras de ventas.

La grave crisis que el episodio Blair ha hecho pasar a *The New York Times* ha sido, afortunadamente, enfrentada con rigor. Han renovado la dirección nombrando dos directores ejecutivos, hecho nuevo en la historia del periódico. El nuevo equipo directivo se ha visto, además, reforzado por un defensor del lector y dos editores adicionales, uno para vigilar la ética periodística y otro para supervisar las contrataciones. Con estas remodelaciones, *The New York Times* ha pretendido poner punto final a un lamentable caso y a las criticables tendencias que dejaba traslucir, y con ello se propone potenciar el rigor de la redacción y la exactitud de sus informaciones. La crisis al parecer ha servido para rectificar y poner término a prácticas perversas.

De hecho, tras estos cambios se ha instaurado en *The New York Times* un estricto sistema de vigilancia y autocrítica de su trabajo. Prueba de ello es la publicación de una carta, titulada «El *Times* e Irak», aparecida en su sección de Internacional el pasado 26 de mayo, donde tras repasar sus propios artículos sobre la cobertura del conflicto en Irak, el rotativo confiesa haber detectado inexactitudes y errores tras basarse en afirmaciones de fuentes de dudosa solvencia. Así, *The New York Times* reconoce que «los editores, que deberían haber examinado más escrupulosamente las informaciones de los reporteros y haberles exigido más escepticismo, estaban quizá demasiado ansiosos por publicar una noticia en exclusiva. Por otra parte, informaciones que cuestionaban noticias ya publicadas quedaron relegadas a un segundo o tercer plano, cuando debían haber merecido la portada» (5). En este segundo *mea culpa*, *The New York Times* admite de nuevo la falta de rigor de la dirección del diario por permitir, ávidos de *scoops*, dar en primera línea informaciones negativas sobre Irak ?en sintonía con las fuentes oficiales?, relegando aquellas que mostraban con matices la delicada situación.

La radicalización de la crítica

En Francia, donde la crítica a la elite periodística se ha radicalizado en los últimos diez años, tal vez porque su influencia y poder se ha incrementado, algunos acusan a esa elite de ser la responsable del deterioro y descrédito que padece la profesión. Como prueba de esa radicalización crítica destaca la publicación del libro *La cara oculta de Le Monde*, de Pierre

Fundación Telefónica
Telefónica

Péan y Philippe Cohen, antiguo redactor de *Le Monde*, que ha sido recibida por el diario como un proceso a sus directivos plagado de infamias y calumnias (6). Probablemente este libro ha sido la primera obra que se ha atrevido a lanzar una crítica demoledora a un diario de referencia. Lo hace implacablemente contra el equipo que desde 1994 lleva las riendas del periódico: Jean Marie Colombani, director de la publicación, Edwy Plenel, director de la redacción, y Alain Minc, presidente del Consejo de Vigilancia. Les acusa de haber puesto en marcha una autocracia, de haber creado un clima de miedo que imposibilita toda crítica interna y de causar la deriva del diario hacia un cierto sensacionalismo. Añaden que han traicionado los principios fundacionales al propiciar la información-espectáculo y establecer una política de denuncias interesadas, además de abusar de su poder y de practicar cierto cinismo. Los autores cuestionan la profesionalidad de los responsables de *Le Monde*, su parcialidad y falta de patriotismo, y ponen en solfa la gestión económica de la empresa editora. Algunas de estas acusaciones, como la adopción en el diario del *marketing* «redaccional», tras el cambio de maqueta, ya se habían formulado antes en artículos críticos contra el diario, incluso en revistas satíricas como *PLPL*.

Nada más salir a la calle el polémico libro, más de doscientos periodistas de *Le Monde*, reunidos en asamblea (7), escucharon de sus directivos la enumeración de los errores y falsedades de la obra, a la vez que denunciaron la campaña de calumnias que tiene como objetivo obstaculizar su desarrollo como grupo. Como apoyo a lo que considera un complot contra el diario que dirige, Jean-Marie Colombani citaba, en una carta a los lectores publicada el 6 de marzo pasado (8), unas declaraciones al semanario *Le Point* del editor de la polémica obra, Claude Durand, en las que reconocía que «se trata de frenar el poder que se arrogan los periodistas y la constitución de un grupo de prensa de opinión expansionista».

Mientras que la literatura críticasobre los medios publicada en Francia (9) ha sido en gran parte silenciada por la prensa, este libro, sin embargo, ha hecho correr ríos de tinta. Entre los medios que se han alineado con sus tesis, figura *L?Express* que dedicó la portada de su número del 20 de febrero al libro y ofreció un extracto de siete capítulos que calificaba de «reveladores». En un editorial, su director, Denis Jeambar, alertaba, tras alabar el trabajo de investigación de Péan y Cohen, que «*Le Monde* aparece como un actor central y ambiguo de nuestra vida democrática: le da el tono y se esfuerza en desviarla en su provecho». Para el director de *L?Express*, *Le Monde* es mucho más que un órgano de prensa, es «ante todo una institución que participa en el debate público en el que tiene mucho peso». Asimismo, reconoce el riesgo de su apuesta al publicar los extractos y de las críticas que les sobrevendrán pero considera que al igual que todos los poderes (el político, las grandes instituciones, las empresas e iglesias) han sido sometidos al control de los medios, ahora debe serlo la prensa, «porque es un contrapoder y un arma principal de la transparencia democrática, y no rinde cuentas a nadie, salvo a la Justicia cuando es perseguida». Otros medios de comunicación franceses tomaron distancia respecto al libro, lamentando su tono panfletario y la bajeza y violencia de los ataques contra los dirigentes de *Le Monde*. El semanario *Le Point*, por ejemplo, dirigido por Franz-Olivier Giesbert, expresó en un editorial su apoyo crítico a *Le Monde* y fustigó a los autores del libro.

Por su parte, *Le Monde,* se defendió en un editorial (10) de lo que considera más que un saludable ejercicio de crítica toda una agresión. «La crítica a *Le Monde* ?afirma el editorial? no es solamente legítima, sino que es bienvenida (…) El problema de este libro reside en que,

Fundación Telefónica
Telefónica

lejos de discutir nuestro proyecto y nuestras convicciones, afirma que nosotros no creemos ni en lo uno ni en lo otro, que somos impostores, conspiradores y mentirosos». El editorial recuerda que los periodistas de *Le Monde*, ante las posibles tentaciones de incurrir en abusos de poder y de la influencia que tienen como primer diario francófono del planeta, han aceptado someterse colectivamente a reglas y usos profesionales que incluyen el derecho de respuesta sin réplica, las rectificaciones sistemáticas, la intervención crítica del defensor del lector, el correo de los lectores ?nada complaciente?, páginas de debate abiertas a opiniones disonantes, etc. El editorial concluía que el libro de Péan y Cohen estaba inspirado por el odio, «primo de la envidia».

El gran revuelo provocado por este libro sobre *Le Monde* ?que vendió más de 200.000 ejemplares? demuestra la actualidad de las batallas políticas por el control de los cada vez más influyentes medios de comunicación y su constitución en grandes grupos mediáticos. Probablemente con este libro se ha pretendido mellar la credibilidad de un diario de referencia que resulta capital en la vida democrática francesa. La polémica se mantuvo tras la publicación de otra obra reveladora (Schneidermann, 2003), firmada por el hasta hace poco cronista de televisión del diario vespertino. Y es que el tono y los datos que sacó a la luz le han valido la dimisión en *Le Monde*. Este periodista ?personaje mediático por dirigir y presentar el programa de televisión «Arrêt sur images» en la cadena *Cinq,* sobre la autocrítica profesional? corrobora la crítica hacia una dirección autoritaria que ha propiciado «el miedo en la plantilla de periodistas» debido a un sistema de «poder medio brutal y medio afectivo» que infantilizó a la redacción.

Recientemente, *Le Monde* retiró la querella por difamación presentada contra los dos autores, Cohen y Péan, y el editor del libro, Claude Durand, tras una larga mediación que ha puesto punto final a sus diferencias. En un comunicado publicado por el vespertino (11) se explica que el diario llegó a un acuerdo por el que el editor se compromete a no reeditar más la obra, aunque los ejemplares todavía no vendidos pueden adquirirse pero sin efectuar ninguna publicidad e insertando el texto del comunicado. Asimismo, los autores y el editor se «excusan» de ciertas «afirmaciones y comentarios excesivos» evocados en la obra, dando marcha atrás a sus propósitos, además de «sentir ciertas expresiones utilizadas y la interpretación que pueda hacerse». Por su parte, entre las diferentes concesiones, los directivos de *Le Monde* renuncian a la indemnización de dos millones de euros que solicitaban.

Y es que los responsables del diario, según explica el comunicado, consideran que el libro tiende a «perjudicar al periódico, abatir a sus dirigentes y aniquilar el grupo de prensa en vías de constitución (?) Y estiman que el daño a la reputación del periódico y el perjuicio financiero resultante son muy importantes».

Tras este pacto se evita lo que podía haberse convertido en una penosa batalla judicial para el diario ?en un momento que atraviesa dificultades económicas?, y que se reaviven así de paso viejos demonios que salieron a relucir tras la aparición del libro.

Una guerra político-mediática

Fundación Telefónica
Telefónica

En Gran Bretaña, mientras la elección del juez Brian Hutton por parte de Tony Blair para desentrañar las incógnitas respecto al controvertido caso Kelly fue acogida con unánime beneplácito por diversos sectores al destacar su objetividad e independencia, sin embargo, las conclusiones de su informe han motivado numerosas controversias. Algunos medios británicos han considerado que el juez se ha cebado con la British Broadcasting Corporation (BBC) y ha absuelto al Gobierno de Blair de todas sus responsabilidades, en lo que ha sido calificado por algunos de una especie de *whitewash* que ha servido para consolidar al Ejecutivo y cuestionar a un medio independiente.

Y es que, finalmente, quien sale malparada es la BBC ?modelo de radiotelevisión pública para muchos países? cuyo presidente, Gavyn Davies, tuvo que dimitir, como también lo hicieron su director general, Greg Dyke, y el mismo reportero Andrew Gilligan. Poco antes, en una declaración televisada, el director general de la BBC, Dyke, pidió perdón al Ejecutivo de Blair por las acusaciones sobre el documento oficial acerca de las armas de destrucción masiva de Irak. «Somos conscientes de las críticas de Lord Hutton, muchas de ellas referidas a errores que la BBC ya ha reconocido al entregar datos a la investigación y por las que hemos pedido perdón», dijo Dyke.

La BBC informó, utilizando al científico Kelly como fuente, que el Ejecutivo, para justificar su intervención en Irak, manipuló unos informes que aseguraban que Sadam Hussein podía utilizar sus armas de destrucción masiva en 45 minutos. La acusación principal del reportero del programa «Today» de *Radio 4*, Andrew Gilligan, de que el Gobierno seguramente sabía que la afirmación de los 45 minutos era falsa o cuestionable antes de insertarla en el informe estuvo «infundada», según ha concluido el Informe Hutton. Para el juez, la afirmación de los 45 minutos se basó en un informe recibido por los servicios secretos de una fuente que consideraban fiable. Por ello, el Gobierno no actuó de mala fe y no mintió a sabiendas.

Según Hutton, Gilligan hizo una «afirmación muy grave», y no sólo grave sino además «falsa», puesto que, en su opinión, «Kelly no dijo que el Gobierno probablemente sabía o sospechaba que la afirmación de los 45 minutos era falsa antes de insertarla en el informe». Por tanto, dado que el científico era su única fuente, aun en el caso de que el Gobierno sí lo supiera, Gilligan no habría podido averiguarlo a partir de lo que Kelly le contó. Para el juez, el periodista «malinterpretó» las palabras del científico, que por otra parte «no estaba autorizado» para contar lo que contó al reportero.

Tras la investigación, Hutton declaró que el sistema de control editorial de la BBC fue «defectuoso», ya que permitió la emisión de la noticia de Gilligan sin analizarla. Además considera que la dirección de la BBC no prestó la atención debida a la queja presentada por el Gobierno sobre la polémica noticia y la defendió sin comprobar sus fuentes.

La investigación conducida por Lord Hutton ha tratado de aclarar las circunstancias que motivaron el aparente suicidio del experto en armamento y asesor del Ministerio de Defensa británico, el científico David Kelly, única fuente del polémico reportaje radiofónico sobre manipulación política del informe sobre Irak que ha provocado la más grave crisis que afecta a Tony Blair en sus seis años de gobierno. A finales del pasado mes de agosto dimitió el director de comunicación y estrategia del Gobierno, Alastair Campbell, quien dirigió la batalla del

Fundación Telefónica
Telefónica

Ejecutivo británico contra la BBC. No estamos acostumbrados a ver que una emisora pública ponga en apuro con su información al gobierno de su país. En principio, la cadena pública británica al denunciar el «presunto» engaño a la opinión pública hacía un ejercicio loable de contrapoder e independencia, poco corriente en otros países.

En la compleja guerra político-mediática desatada entre el ente público y el gobierno británico se han oído voces que han cuestionado lo que consideran la caída de la BBC en la retórica del sensacionalismo, más propia de la prensa popular. El propio Informe Hutton refuerza la idea de que la búsqueda de un *scoop* por parte de BBC llevó a «embellecer» y a «exagerar» las declaraciones de Kelly. *Le Monde* (12) calificó de «escenificación teatral» la revelación hecha por la BBC de que el experto en armamento fuera la única fuente. En este asunto el conjunto de la prensa británica osciló en un principio entre la crítica a la BBC y el ataque al Gobierno de Blair. Acusaron al periodista de la BBC, Gilligan, de haber «maquillado» y exagerado las afirmaciones de Kelly, de haber causado su muerte y de desacreditar al Gobierno. *The Times* cuestionó «la vehemencia de Downing Street, la arrogancia de la BBC, el comportamiento despiadado de los medios y la pomposidad del Parlamento, todos han tenido un papel en este asunto». A juicio del conservador diario *The Telegraph*, el suicidio de Kelly salpicó a todos, desde el Gobierno ?sobre todo a su jefe, a su ministro de Defensa y a su director de comunicaciones? a la BBC, que «tiene que reflexionar sobre los daños colaterales que puede causar su estilo de informar». Robin Cook, ex ministro de Exteriores del Gobierno Blair que dimitió por su oposición a la guerra contra Irak, alertó sobre los daños que pueden derivarse de las prácticas sensacionalistas: «(…) y los medios de comunicación forman parte de esa cultura destructiva y sensacionalista. Si Andrew Gilligan hubiera informado de forma comedida de que había algunos expertos que tenían reservas fundadas y científicas sobre el informe de septiembre, la historia de los últimos dos meses hubiera sido muy distinta. Quizás incluso habría realizado una contribución útil para encontrar los errores, en lugar de crear una monumental distracción sobre los mismos. En cambio, realizó un alegato sobre una conspiración dirigida a engañar, señaló a Alastair Campbell como el malo de la película y sazonó deliberadamente la historia con un lenguaje dirigido a llenar titulares. La BBC tampoco puede lavarse las manos sobre su responsabilidad, porque contrató y alentó a Gilligan a provocar que se produjeran las noticias en lugar de informar sobre las mismas» (13).

El caso Kelly ha ocasionado fuertes tensiones en el seno de la BBC. Según *The Guardian* (21.07.2003), algunos profesionales de la cadena pública se sintieron incómodos por el hecho de que la BBC se viera obligada a librar la batalla a favor del periodista que reveló este asunto, y cuestionaron la veracidad de sus afirmaciones. «Una cosa es que la alta dirección haya decidido irse a pique con Gilligan. Otra que esperen que nosotros hagamos lo mismo», declaró un trabajador de la BBC a *The Guardian*. Nick Highan, corresponsal de medios de comunicación de la BBC, admitió que «las consecuencias de todo esto irán directamente a la cúpula de la BBC» (14). Gilligan admitió ante el Tribunal que se equivocó al interpretar la fuente y, sobre todo, que no se expresó en el lenguaje adecuado al acusar al Gobierno. En una investigación interna (15), promovida por la propia BBC, se ha exonerado a los jefes inmediatos del periodista ya que alertaron con un correo electrónico al director de los servicios informativos, Stephen Michel, del estilo periodístico de Gilligan.

Fundación Telefónica
Telefónica

Conclusión

Estos episodios, de naturaleza tan diversa, que han afectado últimamente a tres de los más influyentes y prestigiosos medios de comunicación del mundo occidental, ponen de manifiesto la delicada encrucijada en la que se encuentran los medios de referencia, enfrentados a la pugnacidad de otros medios e intereses y reclamados por fuerzas encontradas: de un lado, las exigencias éticas por una información independiente, veraz y ponderada al servicio de los lectores; y de otro, la tentación de deslizamiento hacia un periodismo de mercado, proclive al sensacionalismo y más atento a las ventas y a las audiencias que al rigor informativo y a la prudencia.

Entre ambas fuerzas contrapuestas, o sobre ellas, se encuentran los máximos responsables de la dirección y orientación de los medios de comunicación, las elites periodísticas, cuyo poder e influencia sobre el devenir de la vida pública y de todo el sistema democrático ya nadie pone en duda.

Una vez más, será la conciencia vigilante de la ciudadanía, la fuerza de la opinión pública, que otorga las credenciales del prestigio o del desprestigio de los medios, y el sentido ético de las redacciones y de los periodistas de base que elaboran las informaciones los que podrán impedir que predominen y se impongan las malsanas tendencias apuntadas.

Bibliografía

CHAMPAGNE, P.: «Le journalisme à l?économie», *Le journalisme et l?économie, Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, núm. 131-132, Seuil, marzo de 2000.

KAPUSCINSKI, R.: *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*, Anagrama, Barcelona, 2002.

PÉAN, P. y COHEN, P.: *La face caché du Monde: du contre-pouvoir aux abus de pouvoir*, Mille et Une Nuits, París, 2003.

SCHNEIDERMANN, D.: «Le Monde: dedans, dehors?», *Le cauchemar médiatique*, Denöel Impacts, París, 2003.

Fundación Telefónica
Telefónica