

## **Verdad, objetividad y exactitud en la Información**

Sara Ribas Montero  
*Universidad Complutense de Madrid*  
[saribs@hotmail.com](mailto:saribs@hotmail.com)

### **Resumen**

Los medios de comunicación actuales parece haber olvidado que la verdad es un elemento esencial y fundamental en la información. Pero tan importante como es este concepto lo es la justicia última, que es a la que se debe aspirar a la hora de informar.

Los mass media han olvidado los valores para los que fueron configurados y hay que intentar reactivar las conciencias de los profesionales para que vuelvan a creer en ellos e intentar inculcar a las nuevas generaciones que el periodismo justo también es posible.

### **Palabras clave**

Deontología, Derecho a la información, Ética, Justicia, Objetividad.

### **Abstract**

The present media have forgotten that truth is an essential and fundamental element in information and, as important as this concept is the last justice, which is to inspire when giving information.

Mass media have forgotten the values for which they were created and we have to try to reactivate the awareness of the professionals to believe in them again and to try to instil the new generations that a fair journalism is also possible.

### **Keywords**

Code of ethics, Ethics, Justice, Objectivity, Right to information.

### **Índice**

0. Introducción. 1. Derecho, ética e información. 2. La existencia de la verdad. 3. Verdad y objetividad en la comunicación. 4. La justicia en las informaciones. 5. La pérdida de valores. Los tipos de *ethos* en la profesión periodística. 6. La pérdida de la función social de los medios. 7. Conclusiones. 8. Bibliografía.

## 0. Introducción

Este trabajo aborda los conceptos de: verdad, objetividad y exactitud, a partir de la constatación de la pérdida de los valores en la práctica periodística. Es un tema de vigente actualidad, pues a la vista está que no se cumplen los principios en los que se basan los Códigos éticos y Deontológicos de la profesión. Considero importante que se sepa cuáles son los fallos que tiene actualmente el Periodismo para intentar subsanarlos realmente en un futuro.

Los medios de comunicación actuales han olvidado que la verdad es un elemento esencial y fundamental en la información, pero tan importante como este concepto lo es la justicia última, que es a la que se debe aspirar a la hora de informar.

Para demostrar esta afirmación se parte de la hipótesis de la pérdida de los conceptos. Por eso el trabajo comienza con el análisis del Derecho, la Ética y la Información. Estos tres grandes ámbitos serán el marco general de la investigación, es decir, que el punto de vista será *iusinformativo*.

En segundo término se hará una demostración plausible de la existencia de la verdad. Una vez demostrada, se relacionará con otro gran concepto que se ha perdido hoy, y que es necesario para llegar hasta esa verdad, la objetividad.

El cuarto gran asunto tratado es que toda información debe aspirar a la justicia porque es lo que se merecen las personas. Por eso, a partir de la inexistencia de ese bien supremo se demostrará la pérdida de los valores en los medios y, por último, el consecuente olvido de su función social.

Se trata, en definitiva, de que la Ética y la Deontología estén muy por encima de las meras informaciones, por el bien de la comunidad a la que el profesional sirve, y pensando en que: las personas se merecen que la información sea verdadera y objetiva, para que sea moralmente justa. Para que esto sea posible deberían realizarse cambios drásticos en la profesión.

## 1. Derecho, ética e información

Aquí hay que tener muy en cuenta que, como enseña DESANTES en su libro *Fundamentos del Derecho de la Información* (1977: p. 18), el Derecho no siempre encuentra su razón de ser en el propio Derecho, puede encontrarlo en otras disciplinas. Además, esta disciplina nunca será neutra.

Tampoco debemos prescindir de la Ética como Ciencia normativa. Muchas veces, los principios éticos se transforman en *principios generales del derecho*, lo que significa que el Derecho ha bebido de la Ética y el trasvase de la Ética al Derecho será un movimiento constante.

Todo nuestro Código está basado en la Justicia, que fue definida por Ulpiano ya en el siglo II a.C.: “*la justicia consiste en dar a cada uno lo suyo, no hacer daño a nadie y vivir honestamente*”. Esto se traduce, en el caso del informador, en dar a la sociedad la verdad de los hechos y ser honestos a la hora de informar. Es decir, no dar a entender que es pura información de hechos lo que en realidad es una opinión (una idea aplicada a un hecho). En definitiva, no engañar.

Y esto debe ser así. Pero una cosa es la teoría y otra bien diferente lo que se ve en la práctica.

La profesora Pilar COUSIDO (2001: p. 23) habla de tres tipos de mensajes: los de hechos, los ideológicos y las opiniones. Aunque estos tres mensajes a veces aparezcan mezclados, jamás deben ser confundidos. El derecho de la sociedad de recibir noticias se basa en la facultad de conocer pura y simplemente lo que ocurre en la realidad exterior con la mayor exactitud posible.

Pero del mismo modo que reciben la información, será ético que el profesional le avise de a qué tipo de mensaje se está enfrentando, para que no haya manipulación informativa. No olvidemos que el receptor tiene derecho al juicio pero ha de formar el suyo propio.

COUSIDO explica que “*la justicia no es un derecho, sino más bien un bien jurídico que ha de realizarse mediante derechos*”. La justicia hay que trabajarla y los medios de comunicación han debido de olvidarla.

La Ciencia Jurídica es la también llamada: jurisprudencia o *prudentia iuris*. Es una Ciencia basada en la realidad exterior que hace una constante revisión del mundo que la rodea.

DESANTES J. (2002: p. 94) enseña que “*Derecho significa recto en todos los idiomas y la rectitud de la información está compuesta por la rectitud de todos los actos que llevan de lo real a lo comunicable*”. Así, ya vemos la primera relación del Derecho con la Información.

La comunidad está ordenada racionalmente por el Derecho. Lo cierto es que etimológicamente *informare* significa *poner en forma*. Así, información queda como sinónimo de ordenación. Se ve que Información y Derecho tienen una misma significación semántica y por este motivo no sólo vemos una relación sino que una Ciencia sin la otra no podría existir.

El Derecho a la Información tiende a hacer eficaz y justa la Información como elemento de integración social. Actúa como seguro de justicia y de eficacia. Así, el Derecho se entenderá como una idea general formalizadora, que resolverá los problemas o tensiones que surjan.

Justicia e información son valores relacionados que comunican a los hombres entre sí y a éstos, con la comunidad. El doctor BARROSO P. (2011: p.18) habla de una “*trilogía indisoluble*”, donde Sociedad, Derecho y Ética no pueden ser separadas y las tres deben estar presentes en las informaciones del día a día. El Derecho bebe de la Ética y no puede prescindir de la realidad.

## 2. La existencia de la verdad

“*Sin la verdad no hay información*” dice BRAJNOVIC L. (1979: p. 59). En su libro *El ámbito científico de la información* hay una anécdota interesante: una vez en un Congreso un hombre entró y se puso a pelear con un hombre de color, este último se abalanzó sobre el otro, disparó y salió corriendo. El presidente del acto hizo a todos los presentes escribir una crónica contando lo ocurrido. El resultado fue que sólo uno escribió con menos del veinte por ciento de error lo acontecido.

Con esta anécdota quiero intentar demostrar que no es que no exista la verdad, sino que sólo una de las personas del evento estaba capacitada para contar los hechos. En este sentido, como dice BRAJNOVIC L. (1979: p. 62), “*el informador no puede ser cualquiera*”.

El informador tiene que saber sobre lo que informa. Si no lo sabe o no lo conoce no debería informar, pues estaría cometiendo un fraude, y un ilícito moral y profesional.

El buen periodista es aquel que sabe diferenciar la falsedad de la realidad. La objetividad es un reto que hay que conseguir alcanzar. No hay que perder la fe en la obtención de la misma, teniendo muy presente siempre que el fin último será la justicia al dar una información.

Porfirio BARROSO y María del Mar LÓPEZ TALAVERA explican que aunque muchos piensan que es prácticamente imposible llegar a esa objetividad, los Códigos Deontológicos seguirán luchando para que el profesional tenga como meta alcanzar la verdad con el mayor grado de objetividad posible. Pues, para estos autores, al igual que para quien firma, verdad e información son la misma cosa.

Lo cierto es que aunque uno es partidario de la regulación, hay que reconocer la importancia que tienen estos Códigos, pues para algunos, son la fuente de su trabajo. Y lo que hay que intentar conseguir es que sea el manantial de donde todos beban.

Como se ha visto, existe por Ley el derecho del ciudadano a recibir la verdad, y, en el periodista, el derecho y el deber de informar y estar informado coinciden para transmitir la verdad.

Hay personas que negarán que la verdad exista y hablarán de que siempre habrá diferentes puntos de vista, y eso es tan cierto como que la verdad existe. Sin complicar la cuestión, si la verdad no existe para esos que sostienen este argumento, ésa sería una verdad y, por tanto, se ve que la verdad es perfectamente alcanzable.

La duda también es parte de la verdad, pues al dudar se decide entre dos o más cauces, y si se piensa, es que se existe. De nuevo nos encontraríamos ante otra verdad. No se puede negar lo evidente. Hay que tener en cuenta que lo difícil para un buen comunicador es la posibilidad de conocerla o conocer la realidad e informar sobre ella sin manipularla, aunque sea de forma inconsciente.

Hay que perder el miedo a lo que llama DESANTES “*el vértigo de la verdad*”. (2004: p. 205).

Obviamente el periodista se puede confundir a la hora de informar. “*(Incluso el error es un factor de progreso porque su crítica y corrección es también ciencia*” (DESANTES 1977: p. 105). Por eso, nadie exige la perfección durante toda una vida laboral, pero se debe evitar que sean frecuentes los fallos, pues la credibilidad del informador, y la de la profesión, estarán en juego.

La objetividad, como ya se ha dicho, se basa en la esencia de conocer y, evidentemente, sin conocimiento de la realidad no se debería comunicar nada, pues sería falsear la información y actuar de forma fraudulenta con la sociedad.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que no es suficiente con tener datos reales sino que hay que transmitir valores en los mensajes. Volver a hacer que la sociedad crea y

recordar al periodista que no es suficiente informar con exactitud, aunque ésta sea un elemento esencial que ha tenido que interiorizar como profesional de la información.

La verdad es una virtud afín a la justicia e incluye la veracidad como su acto propio. Al hablar de la información, la verdad y la veracidad son conceptos que presuponen la objetividad.

El informador es el que selecciona la parte de la realidad que es la auténtica, que incluye el interés general pero en el logro de la actitud acertada, la elección por la objetividad, el informador verá que puede haber otras posibilidades y estará en la curiosidad del individuo el descubrimiento de las mismas.

El error del informador no será elegir una u otra sino el ocultamiento descarado de la realidad, pues así sólo consigue desorientar a la sociedad. Si hay pérdida en los mensajes, eso causará graves efectos en la trilogía de la que nos habla el doctor BARROSO de Sociedad, Ética y Comunicación. Las tres quedarían afectadas, y la sociedad, por culpa de una mala información, estará abocada a lo que DESANTES llama “*la ruina moral*”, pues este autor nos dice: “*cuando un mundo se construye sin tener en cuenta el ser de las cosas, ese mundo estará abocado a la ruina*” (2002: p.100).

### 3. Verdad y objetividad en la comunicación.

La objetividad es el método para llegar a la verdad, que es un bien supremo. Se debe llegar a ella desde el punto de vista deontológico, es decir, aplicando los valores y ejerciendo una buena práctica periodística.

José María DESANTES GUANTER dirá “*no hay comunicación sin comunidad y no hay comunidad sin comunicación*”. Son necesarios los dos elementos para que la labor del profesional tenga sentido, pero el ejercicio de su profesión deberá estar basada en la objetividad, pues como dice este autor “*la objetividad es la base de la decisión acertada*” (2002: p.100).

No nos puede extrañar que el ocultamiento de la realidad esté produciendo la desorientación moral y jurídica de muchos de los hombres y mujeres de la sociedad.

En los medios ya no hay valores, sólo lucro, y si no creen en la objetividad ni los que en ellos se basan, las personas que siguen esos medios de comunicación tampoco creerán en nada.

El problema actual reside en la pérdida de conciencia y el ateísmo de los conceptos. Ya no se cree en ningún valor y al haber pérdida en la sociedad los medios de Comunicación Social lo reflejan así. Como dicen BARROSO y LÓPEZ TALAVERA (1998: p. 194) “*los mass media son el mentidero universal institucionalizado y pagado*”.

La pérdida de la credibilidad es un hecho latente. Algunos autores, como Marisa del Pozo, lo achacan a tres problemas: el posicionamiento político; el acceso a las fuentes que, con las nuevas tecnologías, ahora, hablan ellas directamente; y, por último, el intrusismo de la audiencia también a través de la tecnología.

No deben ser malinterpretadas estas palabras del “intrusismo”, pues no se está a favor de la censura mediática. Sin embargo, debe creerse en la profesionalidad del informador y en la legitimidad para informar.

No todo el mundo puede ser periodista por el hecho de tener un micrófono en la mano. El profesional es el que debe ejercer el Periodismo, aunque cualquier persona pueda realizar actos periodísticos, que no es lo mismo que cuando los realiza este profesional. Pues al periodista se le exige (o se le debería exigir): la objetividad, la veracidad y la exactitud a la hora de descubrir la realidad, ya que deben ser elementos fundamentales y esenciales en cada información.

Como dice SORIA, C. (1989: p.9), “*el periodismo hoy está en crisis*”. Ha vivido cuatro etapas: primero, estaba en manos del Poder real o gubernamental; luego, de la empresa informativa; más tarde estuvo en manos de los periodistas; y por último en manos del público.

Gracias a la tecnología, el público puede dar sus propias informaciones y esto no puede quedar al margen del Derecho, pues, como enseña en sus clases la profesora titular de Derecho Constitucional Pilar COUSIDO, “*el Derecho siempre actúa de la mano de la sociedad, y si ésta avanza tecnológicamente, la Ciencia Jurídica no puede quedarse a un lado*”.

La tecnología puede potenciar o entorpecer los actos informativos, pero la labor del profesional de la información será aprovechar las nuevas oportunidades que le brindan las nuevas tecnologías y dar siempre informaciones verdaderas y justas.

“*La Ética sin la Técnica es vacía, mientras que la Técnica sin Ética es ciega*” dijo Emmanuel Kant.

El derecho a informar lo tenemos todos; es un derecho universal, pero sólo unos están legitimados para hacerlo correctamente, porque están ejerciendo un trabajo, un deber frente a la comunidad, que consiste en servir a todos y cada uno que la conforman dándole una información justa.

Existen tres fases operativas a la hora de emitir un mensaje: el conocimiento de la realidad, la modulación de lo conocido y la transmisión de lo modulado. Quizá por este motivo la elaboración de un mensaje sea tan complicada. “*La verdad sólo es una y en consecuencia hay una gran desproporción a la no verdad*”. DESANTES GUANTER (2002:p. 95).

Pero por muy dificultoso que sea llegar a la verdad es lo primero que merece la comunidad, pues “*se trata de la característica más valorada de la información*” (DE SANTIAGO FREDA M. 2010: p. 1).

La objetividad se basa en la esencia del conocer y sin conocer la realidad es imposible comunicarla. Los comunicadores deben recordar por qué la sociedad confió en un tiempo sus conocimientos a los medios y fueron decepcionados. Por eso, los profesionales de la información tienen que hacer que, de nuevo, crean en ellos.

#### 4. La justicia en las informaciones

Santo Tomás de Aquino dijo: “*iusitia consistit in communicatione*”. Pero no es justo el que siempre actúa con justicia (porque somos seres humanos y cometemos errores), sino aquel que intenta siempre ser justo.

Si aplicamos esta lógica a la objetividad, será objetivo aquel profesional que se esfuerza en cada información por conseguirla, es decir, aquel que en su actividad es diligente. “*La objetividad, como la justicia, consiste en una lucha que no siempre termina en victoria*” (DESANTES GUANTER 2002: p 97), pero aunque el resultado de victoria no esté garantizado, no debemos desistir en el camino, pues como profesionales de la información, llegar a la objetividad es lo que debemos a la sociedad y será el mayor de nuestros logros.

Además, la justicia aunque sea difícil de alcanzar, también habrá que buscarla en cada acto comunicativo.

Para DESANTES, el derecho a la Información *es el derecho fundamental de los fundamentales*; toda la sociedad tiene derecho a recibir una información que no desinforme ni deforme a la misma.

Hay que evitar el ateísmo de los valores éticos y volver a recordar a los profesionales de la Información que deben estar por encima los intereses de las personas y su pleno derecho a la información; entendido este derecho como la imposible división del derecho de recepción, el derecho de difusión y el derecho de investigación. Como dice DE SANTIAGO FREDA M. (2010: p.9) “*el derecho a la información es un derecho a la información verdadera*”.

De este derecho indisoluble nos inculca Pilar COUSIDO que, por encima de todo, estará la justicia, y para que se pueda llegar a ésta, la comunidad debe obtener siempre informaciones verdaderas.

#### 5. La pérdida de valores. Los tipos de *ethos* en la profesión periodística

Ha sido la información la que ha traspasado las fronteras y ha postergado los conceptos de soberanía y territorialidad. Lo universal va a estar por encima de lo local, y sea cual sea el mensaje que se emite, y sea cual sea la comunidad a la que se dirige, debe tener como fundamentos la verdad y la justicia.

Evidentemente para lograr hacerlo correctamente lo primero que debemos saber es el fin que perseguimos. Además, necesitamos atender a la realización de la justicia y ver si los fines intermedios están perturbados.

Es cierto que el poder ha intervenido demasiadas veces en el derecho a la información, aunque ahora ese poder sea de color verde, pues es el dinero el que decide qué informaciones se dan y cuáles no.

Habrà que analizar las consecuencias de este materialismo, pues la sociedad ha cambiado y no estamos muy seguros de si para bien, pues los medios reflejan la dura pérdida de la Ética.

La información que da el periodista debe estar orientada a la Justicia y servir como elemento de integración social. Como ya he dicho, todos somos titulares del derecho a la Información, pero sólo unos están legitimados a ejercerlo siendo consecuentes con los deberes de la profesión.

El fin de informar no justificará en ningún caso los medios utilizados. No somos Hearst a principios del siglo XX manipulando la información para aumentar la tirada de sus ventas. ¿O tal vez sí, y el periodismo ha hecho una regresión y sólo importen los beneficios?. DURANDIN llegó a decir que “*El siglo XX será considerado como el de la información y del engaño*” (1995: 11). Ahora estamos en el XXI y tampoco se ve la diferencia.

No sería justo extender esa crítica a toda la profesión. Sin embargo, las nuevas generaciones deberán evitarlo a toda costa y luchar por trabajar siempre teniendo un *ethos* informativo, que será individual porque al crear un mensaje tiene la huella del creador, pero, a la vez, será colectivo, ya que en la profesión existen o deberían existir los mismos principios éticos.

Al ser una información para una aldea global ya no habrá fronteras nacionales y se deberá crear un Código periodístico común, que tenga siempre en cuenta que la verdad es un hecho esencial.

Se trata de que las generaciones de este naciente siglo generen la verdadera “era de la comunicación”, una era en la que primen de nuevo los valores que se enseñaban en esas primeras Escuelas de Periodismo. Una lucha por el periodismo ético, incluso educativo.

No podemos olvidar que, como dice SORIA C. (2003: p. 212), “*la responsabilidad ética en materia de información tiene siempre por escenario la conciencia personal del informador*”. Lo que indica la conciencia al elaborar el mensaje tendrá consecuencias y efectos externos en la propia profesión informativa. Habrá dos *ethos* que se deberán interrelacionar: el personal y el profesional.

En el caso del *ethos* profesional, están los Principios y Códigos éticos y Deontológicos. Todos hemos oído hablar de ellos. Incluso, algunos los hemos estudiado. Sin embargo, al escoger un medio al azar, día tras día, se ve perfectamente la transgresión incesante de estos Principios y Códigos.

## 6. La pérdida de la función social de los medios

Según FERNÁNDEZ AREAL M. (2002: p. 181) “*el primer deber ético y jurídico del comunicador es el de respetar los hechos y jamás favorecer a nadie*”. Creo sinceramente que ese primer deber no se cumple.

Estoy decepcionada con el Periodismo de la actualidad. Estoy avergonzada de que los medios de comunicación se hayan olvidado el hecho de que sirven a una sociedad que es merecedora, ante todo, de una información ética, verdadera y justa.

Lo primero que hay que tener en cuenta es que los medios de comunicación social no se dirigen a una masa de personas, sino a una suma de personas individuales, todas con la misma dignidad originaria y con los mismos derechos humanos.

No recuerdo quién dijo una vez que “*a la ética de la información siempre le suelen sobrar las palabras y faltarle acciones*”. Hay un dicho español que dice “*obras son amores y no buenas*”



*razones*". La Ética debe existir no sólo en el periodista primerizo que sale de la Universidad con ganas de comerse el mundo y con una base teórica llena de valores, sino que los valores y estas premisas deben estar en los niveles más altos de dirección. Recordar por qué el Periodismo es un servicio público y no un servicio económico.

¿Qué ha conseguido la Publicidad que no ha conseguido el Periodismo? Un tribunal de justicia. La misión de éste es vigilar los contenidos publicitarios para que no se atente contra el consumidor.

Pero es que ¿acaso el Periodismo no llega a tanta gente? Por supuesto que sí, pero parece ser que los intereses de nuestros directivos de los medios de comunicación han olvidado el sentido de denuncia del periodismo y han preferido pasarse al bando del impacto y obtener con ello más beneficios lucrativos.

Puede que los directivos hayan olvidado aquellos motivos por los que, imagino, quisieron algún día trabajar en este mundo del Periodismo. Pero habrá que recordárselo sea como sea.

Yo me posiciono hacia las medidas jurídicas sancionadoras. No basta con la autorregulación. *"No se puede reducir la cuestión a la vocación, buena fe o capacidad del informador"* dirá DE SANTIAGO FREDA M. (2010: p. 11). Creo que hay una gran carencia de medidas efectivas en la profesión periodística y es necesario que se cambie. DESANTES dijo: *"la información, como comunicación que es, debe ser regulada"* (1998: p. 80).

Hay informaciones que se dan a la sociedad sin más, olvidando los efectos psicológicos o el impacto que pueden llegar a ocasionar en las personas, olvidando que el periodismo es para esa sociedad, y no para ganar audiencia. La información debe ser un acto de justicia en sí misma.

La misión del periodista es dar las claves para comprender plenamente y humanamente la realidad, y no ser un simple operador que da datos y los coloca bien para darles un sentido coherente e impactante, sino que debe hacer un periodismo ético, porque, como enseña Pilar COUSIDO en sus clases, son informaciones justas lo que merecen sus receptores, y porque, aunque se olvide, es un deber del profesional.

Insisto en que no todo vale para incrementar las ventas. La información tiene que elaborarse a partir de criterios metodológicos muy profesionalizados que de den fiabilidad de base, incluso, como dice GROSS, científica.

Una de las aportaciones más interesantes que hace este autor es una crítica a aquéllos que dicen siempre *"¡Hay que ver cómo son los periodistas!"*, pues es una crítica hacia toda la profesión y es injusto, pues también los hay que ejercen de manera correcta su trabajo. Aunque hoy en día cueste encontrarlos.

El doctor Carlos SORIA, en una Conferencia en Valencia (2002: p. 86) dijo que es menos pesado agotarse por un trabajo bien hecho, uno con calidad, que cargar la información sin calidad sobre la propia conciencia.

Por supuesto que es cierto, y la conciencia es algo fundamental. No obstante, quien suscribe es contrario a la autorregulación por haber perdido la fe en la conciencia de los mandatarios de los medios.

Éstos se han olvidado de que se debe intentar alcanzar la justicia a la hora de comunicar, premisa que siempre intentó inculcar el catedrático José María DESANTES GUANTER a los profesionales de la información.

Se debe exigir responsabilidad a lo que se dice en un medio, pues responsabilidad viene del término latino *respondere* que significa *responder* y es la obligación y capacidad de asumir las consecuencias.

Parte de la responsabilidad de los informadores recae en que *“permiten una cierta integración del ciudadano en la vida social y política”* (AZURMENDI A. 1997: p. 127). Si, por ejemplo, todas las imágenes que se sacan de los Estados Árabes son noticias desastrosas, se va a crear una conciencia de superioridad, dejando a “los otros” como víctimas de una cultura, y, por tanto, creando a través de las emisiones una conciencia discriminatoria en Occidente. Y eso es justo lo contrario a la objetividad y a la justicia.

Solo con un dato que aporta DE MATEO R. (2009: p. 54) nos basta para saber las consecuencias de los actos comunicativos, *“la televisión es el medio con el mayor nivel de consumo, con una penetración alrededor del noventa y ocho por ciento en los países desarrollados”*. Esto quiere decir que las imágenes quedan retenidas en la memoria de los espectadores.

El periodismo débil, o debilitado, debe superarse con un ejercicio profesional competente.

El periodista investiga y difunde para satisfacer el derecho de las personas a recibir información relevante de actualidad, pero sobre todo, verdadera. Hay algo constante que se ve en las distintas definiciones de periodista: *“es un observador de la realidad”* AZURMENDI A. (1997: p. 129). Este observador debe ser honesto y honrado respetando la realidad que retransmite.

Como dice José PEIXE *“la honra es el elemento constitutivo del derecho a la información”*. Los periodistas *“están cada vez más habituados a tratar los asuntos periodísticos con liviandad y sin rigor”* (2002: p. 228), han olvidado sus raíces y las virtudes y valores del periodismo.

Ahora ya no hay tiempo para pensar. Simplemente, es tiempo de informar. Todo se confunde, todo es espectáculo. Entonces... en este mundo que se mueve a un ritmo vertiginoso, ¿hay espacio para la objetividad anhelada?

El profesional de la información no debería permitir que esa sociedad a la que sirve le ataque diciendo que sus informaciones sólo son algo superficial o que en ellas faltan datos.

Y el periodista no debería excusarse con la rapidez de la información y el sometimiento absoluto al factor tiempo, que es determinante a la hora de dar una información actualizada.

Este no era el objetivo del Periodismo. Es cierto que la primicia siempre atraerá al público, pero el periodista debe estar capacitado para dar unas informaciones completas sin necesidad de excusas. Porque es su deber y porque la sociedad así lo requiere.

Ya en los años 60 del pasado siglo, John Merrill hizo un estudio sobre la prensa de calidad, que es aquélla que, en primer lugar, apuesta por la objetividad. Además será una

prensa que use un discurso racional y que no busque las grandes tiradas, sino la influencia. En definitiva, una prensa que cumple con la responsabilidad social, o como él la llama, “*una prensa que cumple con la responsabilidad existencial*”<sup>1</sup> pues el Periodismo cumple un compromiso social al informar.

Existen límites a la hora de informar. Por eso, es necesario que si a lo largo de la Historia se ha visto que, o bien el poder político, o bien, como ocurre hoy, el poder económico, es el que lleva el control y la finalidad del medio, será preciso la existencia de un Organismo que vele por el bien de las personas, y que tenga el suficiente poder como para cambiar los Códigos periodísticos para que no sean tan ilusorios y sean más pragmáticos.

## 7. Conclusiones

1. Justicia e información son valores relacionados que comunican a los hombres entre sí y a éstos, con la comunidad, que está ordenada por el Derecho. Se ve una “*trilogía indisoluble*”: Sociedad, Derecho y Ética no pueden ser separadas.
2. La verdad existe, y toda realidad que se conozca podrá ser contada a la comunidad. Pero sólo unos informadores están legitimados para hacerlo. A los periodistas se les debería exigir, mientras que al resto de personas, no.
3. Los altos directivos sólo buscan beneficios económicos y el ocultamiento de la realidad esté produciendo la desorientación moral y jurídica de muchos de los hombres y mujeres de la sociedad. Es evidente que si los propios medios no creen en la objetividad, este hecho tendrá consecuencias en la sociedad.
4. Será objetivo aquel profesional que se esfuerza en cada información por conseguirla, es decir, aquel que en su actividad es diligente.
5. Por encima del derecho a la información (compuesto por las facultades a la investigación, a la difusión y a la recepción) estará la justicia, y para que se pueda llegar a ésta la comunidad debe obtener siempre informaciones verdaderas.
6. Al ser una información para una aldea global ya no habrá fronteras nacionales y se deberá crear un Código periodístico común. Uno no puede dar todo tipo de informaciones y ampararse en el artículo 20 de la Constitución Española, que habla del derecho a la información, uno no debe saltarse todas las normas que avalan esta profesión para satisfacer la necesidad de una parte de la audiencia, o peor aún, de un directivo.
7. El periodismo no actúa al margen de ese derecho inalienable de la sociedad de recibir una información verdadera conseguida sin faltar a la moral. Siempre habrá que responder a los principios deontológicos.
8. Al periodista se le atribuye la función de “*watchdog*” o “perro guardián” (GROSS L. 2005: 48). Se espera, como mínimo, de esta profesión que haya una denuncia, y, *a posteriori*, debería llegar una respuesta.

---

<sup>1</sup> MERRIL John. *El imperativo de la libertad* en GROSS, Leon *El Periodismo Débil*. (2005:p. 38).

9. Hay que conseguir que la “*ruina moral*” no llegue a existir, aunque con los medios de comunicación actuales quizá hay más pesimismo que optimismo y es posible que sí estemos viviendo ya esa etapa sin moral ni objetividad.
10. La autorregulación periodística es, quizá, excesivamente exigente en todas sus formulaciones porque se aspira a la perfección aunque ésta no se consiga. Pero siendo realistas, esa autorregulación es menos exigente en su cumplimiento, y, sin duda, es una de las arduas tareas que esta generación debe subsanar.
11. El profesional de la Información deberá tener en cuenta que existen límites éticos que no se deberán sobrepasar bajo ningún concepto. Si no lo hace por sí mismo puede ser necesario un Organismo que ayude a que los principios de la Ética y la Deontología no sólo sean principios, sino realidades, es decir: derechos exigibles. Quizá habría que modificar los Códigos que ya tenemos y hacerlos más factibles, y encargar a un Organismo independiente que vigile a los que eran los vigilantes.
12. Mientras los puntos anteriores no ocurran, la sociedad no creará en los medios y vivirá sin valores. La trilogía: sociedad, ética y comunicación está muy dañada y hay que intentar curarla. Se debe motivar de nuevo al profesional para que éste no olvide que su cometido es hacer bien a la sociedad y no permitiendo que el *gatekeeper* se salte, por conseguir más expectación, todos los valores.
13. No obstante, hay que conseguir recordar que, como dijo DESANTES, “*el imperio de la verdad en la comunicación trae la confianza recíproca entre los hombres*” (2004: p. 205). El Periodismo objetivo es posible.

## 8. Bibliografía

- AZURMENDI, A. (2001). *Derecho de la Información*, Eunsa, Pamplona.
- BARROSO ASENJO, P. ; LÓPEZ TALAVERA, M. (1998). *La libertad de expresión y sus limitaciones constitucionales*. Ed, Fragua. Madrid.
- BARROSO ASENJO, P.. (2011). *Syllabus 2011 Alumnos o Programa de Ética y Deontología de la Información*. Facultad de Ciencias de la Información. UCM. Madrid. España.
- BEL, I. y CORREDOIRA. L, (2003). *Derecho de la información*, Ariel, Barcelona.
- BRAJNOVIC, L. (1979). *El ámbito científico de la Información*, Eunsa, Pamplona.
- COUSIDO GONZÁLEZ, P. (2001). *Derecho de la Comunicación. Volumen I. Derecho de la Comunicación impresa*. Ed. Constitución y Leyes S. A., Madrid.
- DESANTES GUANTER, J.M. (1977). *Fundamentos del Derecho de la Información*. RAYCAR. S.A. IMPRESORES. Madrid.
- DESANTES GUANTER, J.M.(1992). *El futuro de los profesionales de la información*, Concepción de Chile.

DESANTES GUANTER, J.M. (1994). *Estudios públicos. Ensayo sobre la condición legal del informador*. [acceso 3 de enero de 2011]. Documento en PDF.

DESANTES GUANTER, J.M. (1998). *Ética y Derecho, promotores de la técnica informativa*. Universidad de Piura. Perú.

DESANTES GUANTER, J.M. (2004): *Derecho a la información. Materiales para un sistema de la comunicación*. Fundación COSO. España.

DURANDIN, G. (1995). *La información, la desinformación y la realidad*, Paidós, Barcelona-Buenos Aires-México.

GARCÍA MANGLANO, M.; VIDAL CLIMENT, V. (coordinadores); destaca: DESANTES GUANTER, J. M; SORIA, C.; PEIXE, J., FERNÁNDEZ AREAL, M. ; OTROS. (2003). *Veracidad y objetividad: desafíos éticos en la sociedad de la información*. I Congreso Internacional de Ética y Derecho de la Información. Fundación COSO de la Comunidad Valenciana. España.

GROSS, L. (2005). *El Periodismo débil*. Editorial Almuzara S.L. España.

MATEO PÉREZ, R. (2009). *Gestión de empresas de comunicación*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. España.

DE SANTIAGO FREDA, M. *El problema de la verdad informativa: una perspectiva filosófica iusinformativa*. DERECOM Revista número 1: Marzo- Mayo 2010. <http://www.derecom.com/numeros/articulo0401.html> [acceso 9 de Febrero de 2011]

SORIA SAIZ, C. (1989). *La crisis de identidad del periodista*, editorial Mitre, Colección Ciencias de la Información, Barcelona.