

Periodismo de investigación y Escándalo: la *publicitación* de la vida privada

Hélder Prior¹

Resumen

El presente trabajo expone algunas de las características del mundo de la información en la contemporaneidad teniendo en cuenta una cierta tensión que se ha creado entre el sistema de los medios de comunicación y el sistema de la Justicia. Si es verdad que el periodismo, sobre todo el periodismo de investigación, contribuye muchas veces a la iluminación de la Justicia y del Derecho, también es cierto que, en algunos casos, la libertad de prensa y el derecho de informar se imponen sobre otros derechos fundamentales. En este punto, asume particular relevancia la relación entre esfera privada, esfera mediática y esfera judicial, una relación que nunca fue tan directa como en la actualidad. Así pues, pretendemos hacer una caracterización de las relaciones de conflictualidad y cooperación que se establecen entre los agentes del sistema mediático y del sistema judicial, relaciones que plantean problemas como la “mediatización de la Justicia”, los “juicios paralelos” y la intrusión de los medios en la vida privada de personalidades públicas o actores de la política. Posteriormente, intentaremos percibir de qué modo el periodismo de investigación se convierte en un periodismo *muckraking*, publicando informaciones íntimas de reconocidas personalidades públicas y aumentando, aún más, la profusión de escándalos mediáticos.

Palabras clave

Espacio público, periodismo de investigación, vida privada, escándalo;

Abstract

The present study describes some of the characteristics of the world of information in contemporary age considering the tension between the media system and the justice system. If, on the one hand, journalism, especially investigative reporting, often contributes to the “illumination” of Justice and Law, in other hand, the freedom of the press imposes on other fundamental rights. Through this way of thinking, the relation between private space, media sphere and juridical sphere assumes a particular outstanding relevance in this paper. Then we’ll try to understand the way investigative reporting changes itself into a muckraking journalism, publishing intimate information about celebrities and further increasing the trail of scandals in the media.

Key concepts

Public sphere, investigative reporting, private space, scandal and gossip.

El creciente interés de los medios por la administración de la Justicia y, sobre todo, la mediatización de los procesos judiciales, contribuye cada vez más a aumentar la tensión entre el sistema judicial y el mundo de la información. Es un hecho que, por un lado, el periodismo de investigación resulta, muchas veces, en el desvelamiento de casos

¹ Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidade da Beira Interior (2007). Becario de doctorado de la Fundação para a Ciência e a Tecnologia (2008-2011). Investigador integrado del Laboratório de Comunicação On-line (Labcom) da Universidade da Beira Interior, e investigador colaborador del Observatorio Iberoamericano de la Comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona. Miembro de la junta directiva de la Asociación Latinoamericana de investigadores en Campañas Electorales (ALICE). Ha realizado una tesis doctoral sobre escándalo político y espacio público. Contactos: helder.prior@gmail.com, 351 913421157 .

judiciales pero, también es cierto, por otro lado, que la libertad de prensa se impone, a menudo, sobre otros derechos fundamentales de los ciudadanos.

En la actualidad, el tema se vuelve aún más delicado cuando los mediadores entre la Justicia y el público realizan auténticos juicios paralelos que apenas se destinan a satisfacer los impulsos emocionales de la audiencia. La libertad de prensa y el derecho inherente de informar adquiere un valor absoluto y, en algunas ocasiones, se impone a costa del honor y de la privacidad de las personas investigadas. En este contexto, los llamados *trials by newspaper* empeoran, aún más, las relaciones entre el poder mediático y el poder judicial, poniendo en riesgo el buen funcionamiento de la administración de la Justicia e, incluso, las propias *funciones* sociales de los medios de comunicación.

Así pues la mediatización de la Justicia y la intrincada relación entre los tribunales y la información es un tema que no podría ser más actual. Actual e inquietante, principalmente porque la relación entre la Justicia y los medios de comunicación es un mundo de contrastes, por lo que es difícil encontrar la fórmula adecuada para situar la interacción entre las cuestiones de la Justicia y las cuestiones de los medios. Sin embargo, hay un punto que en el ámbito mediático es evidente: la libertad de prensa y el derecho de informar inherente a la libertad de prensa, se están ejerciendo con cierta desmesura y, en algunos casos, con cierta inconstitucionalidad. Las transformaciones en los medios de comunicación y, también, las transformaciones en el sistema de la Justicia, han conducido a la redefinición de las fronteras entre la Justicia institucional y el mundo de la información. Tal redefinición ha cambiado y socavado las fronteras de los dos ámbitos conduciendo a una yuxtaposición entre sistemas que puede poner en riesgo el Estado de derecho. No obstante, con esta introducción sin pretensiones no se busca criticar la mediatización de la Justicia, sobre todo porque tal mediatización puede tener consecuencias positivas en el espacio público. Por nuestra parte, intentaremos retomar la discusión sobre el interés de los medios por las “cosas” de la Justicia, un interés que por veces se destina a satisfacer la componente hedonista de la información y que, consecuentemente, puede resultar en violaciones de derechos constitucionales o, no menos importante, en el condicionamiento de la actuación judicial.

En efecto, debemos plantear cuestiones como la intensificación del periodismo de investigación, la transformación de la visibilidad mediática, la economía política de los medios, la mutación de la esfera de la Justicia que, gradualmente, se desplaza para el espacio mediático, y la formación de una especie de campo mediático-judicial que sirve y alimenta los intereses de una y otra esferas.

Por cierto, el fenómeno de la mediatización de la Justicia nos lleva, evidentemente, a la constatación de que existe una relación de conflictualidad entre la Justicia y los medios, aunque no exista una relación conflictual entre los magistrados y los periodistas. Ya volveremos a este tema. Efectivamente, la dificultad de relacionamiento entre el sistema de los medios y el sistema judicial se explica mediante el entendimiento de la lógica propia de cada campo. Si los medios respetan el principio de la publicidad y de la visibilidad, la Justicia es más esotérica y adopta, sobre todo en la fase de instrucción, un lenguaje donde es el secreto que prevalece. Este fenómeno es intensificado por otro, no menos importante, y que ha sido subrayado por Pierre Truche, reconocido jurista francés:

El tiempo de la Justicia no es el tiempo de los medios de comunicación; y no lo es en un doble sentido: la prensa no puede esperar por la fase pública de un proceso para dar una noticia y, por otro lado, cual es el medio de comunicación que puede dedicar a una cuestión el tiempo que la Justicia le dedica?² (Truche: 1995, 7-8).

En definitiva, vivimos en el mundo de la mediatización sin límites, en el tiempo del espacio público mediatizado. Los medios hacen públicas casi todas las cuestiones del momento y, ahora más que nunca, todo es susceptible de discusión. El proceso de mediatización sin límites es, sin duda, uno de los efectos más perversos de la comunicación mediática, también en las cuestiones de la Justicia. El efecto de mediatización sin límites se impone en la sociedad en virtud de la ampliación del espacio público. La “mirada del periodismo” se convierte, como señala Dominique

² “Enfin, et surtout, le temps de la justice n’est pas celui des médias. A un double titre: il n’est pas pensable que la presse attende la phase publique d’un procès pour rendre compte d’une affaire (...). En outre, quel média peut consacrer a une affaire le temps de la justice?”.

Wolton, “en el patrón de las demás miradas y discursos” (Wolton: 1998, 119). El enfoque del discurso periodístico, su omnipresencia, se basa en una cierta simplificación que, aunque sea legítima en el ámbito mediático, es muy poco legítima en el ámbito de la Justicia. De hecho, los medios operan en tiempo real, privilegiando un tipo inmediato de comunicación. Tampoco podría ser de otra manera. De todos modos, el discurso periodístico mediático contrasta con los momentos de “sombra” del ritual judicial, principalmente en la fase de instrucción.

Ahora bien, es justamente la opacidad de la instrucción que atrae los medios de comunicación y no tanto el juzgamiento donde, ahí sí, es la transparencia y la publicidad que prevalecen. Es la instrucción que alimenta las portadas de los periódicos, es la instrucción que permite la especulación periodística en torno de fuentes anónimas y fugas de información, es la instrucción que permite la dramaticidad y la espectacularidad de la vida pública, es la instrucción que despierta el interés y la atención del público. Cuando el discurso periodístico se anticipa a la Justicia las consecuencias pueden ser imprevisibles. Desde el desvelamiento de casos que acaban por convertirse en procesos judiciales hasta la intrusión en la vida privada de los ciudadanos o, incluso, la destrucción del honor, del carácter y de la notoriedad de las personas sujetas a una investigación judicial. Es verdad que, en algunos casos, la investigación periodística contribuye a la iluminación de la Justicia y consecuente triunfo del Derecho. Al mismo tiempo, la mediatización posibilita, de manera más positiva, la fiscalización de la opinión pública sobre la actuación del sistema judicial. Si, por un lado, el juzgamiento de la opinión pública antes del juzgamiento del juez es condenable, el juzgamiento del juez sin la fiscalización de la opinión pública también se arriesga a ser arbitrario.

Por otro lado, la protección por parte del control público puede contribuir para que el juez se sienta más independiente a la hora de decidir, sobre todo en procesos judiciales donde está implicado, por ejemplo, el poder Ejecutivo. De todos modos, si la libertad de prensa y la investigación periodística tienen efectos benéficos para la aplicación de la Justicia, la sobrevaloración del discurso periodístico, lo que podemos llamar “tiranía de la libertad de prensa”, puede tener el efecto de colonizar el espacio público, degradando la democracia y el propio Estado de derecho. En pocas palabras, muchas veces los medios solo exploran la tendencia “apocalíptica” del periodismo, en las palabras de Umberto Eco, cultivando el excesivo sensacionalismo, la trivialización de los procesos judiciales, los juicios paralelos e, incluso, la intensificación de los escándalos mediáticos. Los espectadores se vuelven en “tribunal de opinión” mediante un discurso periodístico pocas veces adaptado a la especificidad y complejidad del discurso judicial. Los hechos se transcriben de manera simplificada y, simultáneamente, todo se amplía en el discurso periodístico. La unidimensionalización de los discursos es un riesgo complementario de la mediatización de la Justicia y de los excesos del derecho de informar. El riesgo consiste, pues, en que los periodistas ya no se contenten con ser mediadores entre la Justicia y el público, convirtiéndose, simultáneamente, en legisladores.

La relación entre esfera privada, esfera mediática y esfera judicial nunca fue tan directa como hoy. El mito de la transparencia ha hecho que la Justicia se haya transformado en objeto de mediatización constante, tal como los aspectos relacionados con la vida privada de los ciudadanos. El espacio público se ha privatizado, también en el punto de vista judicial. Por otro lado, la vida privada se publicita, sobre todo después del descubrimiento, por parte de los medios, de las potencialidades mercantiles de tal publicidad. La deontología periodística y la ética profesional se debilitan y dan lugar al *infotainment* característico del espectáculo mediático. En el palco de la prensa, el drama de los sujetos que afrontan un proceso judicial es una mercancía que se vende y se compra en el mundo de la información. Y la televisión no hace más que reforzar esta tendencia. Los procesos judiciales se presentan como una sucesión de dramas y los hechos se van narrando en los medios. Se publicitan imágenes de personas detenidas y el juzgamiento se anticipa en la opinión pública. La estructura de selección de los hechos, que permite la construcción del mundo, el llamado *worldmaking*, encuadra muy fácilmente la dramatización de los procesos judiciales, aunque lo haga recurriendo a fragmentos de la investigación judicial.

Por cierto, en los últimos años se ha creado la tendencia de administrar la Justicia a través de la interposición de los medios de comunicación. La expresión “crisis de la Justicia” es ya muy común en el espacio de los medios y ellos, los medios, no dudan en publicar todo lo que pueda acentuar dicha crisis. Las disfunciones del poder judicial se encuadran, ahora, en los criterios de noticiabilidad y los tribunales se han convertido en un importante palco

que permite la conquista de audiencia, en la mayoría de los casos por las peores razones. De hecho, los periodistas son muy sensibles a las disfunciones del poder judicial, sobretodo cuando tales disfunciones dicen respecto a la morosidad de los procesos, a la judicialización política y, consecuentemente, a la politización de la Justicia. En parte, el cuestionamiento de la actuación judicial se puede explicar debido al efecto de “miniaturización” resultante de prácticas profesionales distintas. Los medios operan en el inmediato y hacen, casi en simultáneo, la cobertura de una multiplicidad de procesos judiciales sin, todavía, respetar las fases de los procesos judiciales o, incluso, sin comprender la codificación semántica del lenguaje jurídico. Lo que antes era un “drama teatral” para un auditorio muy selecto se ha convertido en un “teatro de Boulevard” para una audiencia diversificada que exige un lenguaje sencillo y denotativo. La comunicación esotérica de los tribunales ha sido sustituida por una comunicación descriptiva interesada, justamente, en el titular de la noticia, en el *qué*, en el *cómo*, en el *dónde*, y en el *quién*. Así pues los procesos judiciales se convierten en una síntesis que se adapta al estilo coloquial de redacción de la informaciones.

En este punto, la visibilidad mediática de la Justicia tiene, muchas veces, que ver con la politización de los conflictos judiciales o, por otro lado, con la judicialización de la vida política. Hablamos de judicialización de la política siempre que el funcionamiento de la actividad judicial repercuta en la vida política, sea mediante una investigación o eventual juzgamiento de actores políticos, sea mediante la tentativa de aniquilamiento político en la lucha por la opinión pública. Efectivamente, la judicialización de la política está llevando al fenómeno de la politización de la Justicia. De una manera sencilla, la politización de la Justicia consiste en un tipo de cuestionamiento de la actividad judicial que no sólo pone en duda su funcionalidad como afecta, también, a su credibilidad. Desde nuestro punto de vista, la politización de la Justicia es aún más grave cuando el poder Ejecutivo presiona al poder Judicial o cuando el poder Legislativo adopta leyes que son, como mínimo, muy oportunas. De hecho, es en este punto que el poder político revela su obsesión por expandir su territorio para el campo de poder judicial o, si queremos, es en este punto que el principio de la separación de poderes es puesto en duda.

Como, según Gérard Leblanc, “la mediatización es inherente a la democracia representativa” (Leblanc: 1998, 62), esta promiscuidad e instrumentalización del poder judicial se vuelve más o menos evidente debido a la acción del poder mediático. En algunos casos, esta “imbricación semántica” hace que se pase de un estado de representación mediática de los procesos a un estado de intervención en el curso de los procesos. El mismo es decir que el proceso judicial es sustituido por el proceso mediático. Así, Gérard Leblanc sugiere que se distinga entre dos tipos de Justicia, la Justicia como institución y la Justicia como representación. La representación mediática de la Justicia se basa en procesos jurídico-mediáticos que son convertidos en mercancía y que no respetan los procedimientos temporales y espaciales característicos de los tribunales. El inmediatismo informacional contrasta con el secreto del sumario y con la morosidad característica de la investigación; la prudencia judicial y el respeto por el principio de presunción de inocencia contrasta con los juzgamientos precipitados de los discursos periodísticos y con la lectura de esos discursos; la reserva de las salas de audiencia contrasta con un espacio mediático donde la información, los juzgamientos paralelos de opinión y, sobre todo, los rumores, se difunden a la velocidad de la luz. Esta deslocalización de los procesos judiciales para el espacio mediático hace, muchas veces, que los sujetos que afrontan un proceso tengan dos lugares para defenderse: uno, institucionalizado y otro, no institucionalizado (Garapon: 1995, 15-16). Sin embargo, la relación entre el poder mediático y el poder judicial no está, solamente, marcada por una situación de conflictualidad. A nuestro ver, la mediatización de los procesos judiciales se explica, en muchos casos, debido a una relación de cooperación entre los agentes del sistema mediático y las fuentes del sistema judicial. De hecho, la interacción entre periodistas de investigación y algunos magistrados forma parte de un sistema de acción que permite a los periodistas acceder con facilidad a determinados procesos judiciales o a partes procesales importantes. Como los medios se empeñan en obtener el dominio de la agenda, seleccionando aquellos discursos a los cuales habrán de adherirse los públicos, las fuentes de la magistratura adquieren una significación importante en la lucha por informaciones exclusivas. Evidentemente, se establece un compromiso estricto entre las dos partes, un contrato que crea una interdependencia muy peligrosa entre los periodistas y los funcionarios y otros profesionales vinculados a una investigación. Como nos explica Alexandrine Civard-Racinais:

La confianza que cada parte tiene en la otra es la piedra angular de este contrato. A cambio de informaciones que puedan ser exploradas en los medios, el periodista estará de buena fé. Por otro lado, la fuente judicial aceptará participar en el juego si su interlocutor respeta las reglas del juego, o sea, respetar la confidencialidad de la fuente y no alterar el significado de sus palabras (Racinais: 2000, 81).³

No obstante, esta lógica de cooperación no beneficia solamente a los periodistas que acceden a informaciones exclusivas, sino que tiene dobles beneficios. Para las fuentes de la magistratura, la mediatización es un instrumento importante para reforzar la independencia de los magistrados en relación con el poder Ejecutivo, o como medio de presión del poder Judicial sobre el poder político. Por cierto, los periodistas son muchas veces agentes de influencia para los actores judiciales, una caja de resonancia de sus fines y objetivos. Las violaciones flagrantes del secreto del sumario nos permiten entrever que la relación entre el mundo de la información y el mundo de la Justicia no tiene sólo momentos de conflictualidad, sino que tiene también momentos de cooperación entre los dos sistemas. Las sucesivas filtraciones de partes procesales en fase de instrucción demuestran que, paradójicamente, los delitos provienen del “corazón” de las autoridades o funcionarios encargados de una investigación o de la administración de la Justicia. Conflictualidad y cooperación, ahí está, en pocas palabras, la fórmula que nos ayuda a comprender mejor la relación entre el poder mediático y el poder judicial.

La información como “exceso”: del *muckraking* al escándalo mediático

Efectivamente, una de las consecuencias de la actual “sociedad de información” es la comunicación, a veces desenfadada, de información. Por eso, la visibilidad mediática, el “saber todo”, se convierte en el principal objeto de valoración de las narrativas noticiosas, principalmente en los asuntos de la Justicia. Instigados por la velocidad de la información, queremos saber todo lo que pasa y en tiempo real, el mismo tiempo de la lógica de los medios de comunicación. En efecto, la Justicia, y sobre todo los asuntos de la Justicia que versan sobre la vida privada de actores políticos o de personalidades públicas siempre serán objeto de noticia y, en otros términos, de consumo por parte de los espectadores. No obstante, si la libertad de prensa es imprescindible en un Estado democrático de derecho, la compleja relación entre el mundo de la información y la Justicia puede provocar situaciones de antijuricidad propias de la “información como exceso”. Verdad es que el derecho de informar y de buscar informaciones se impone sobre otros valores o derechos sin que los principios deontológicos del periodismo e, incluso, los principios legales, sean respetados. Si la libertad de prensa es un valor normativo fundamental de la sociedad democrática contemporánea, es importante añadir que la comunicación social es una actividad de riesgo, principalmente cuando la aplicación de un derecho es incompatible con el efecto jurídico de otro derecho fundamental. El respeto a la privacidad, a la imagen de las personas, o al honor, es no sólo un derecho de los ciudadanos, sino, también, un deber de los periodistas.

Por cierto, la tensión entre las normas y principios de naturaleza legal y deontológica hace que a veces los medios actúen en la ilicitud o, en otras palabras, se encuentren muy próximos a “abismos” como el de la intrusión en la vida privada, una conflictualidad inherente a la mediatización de la Justicia, a la cultura del escándalo, a la espectacularización y exceso de la información. La sociedad mediatizada, que es al mismo tiempo una sociedad de consumo, ha transformado los asuntos de la Justicia en temas de fruición, en un espectáculo mediático que se desarrolla en los palcos de la prensa. En este punto, los asuntos de la vida privada de reconocidas personalidades públicas se convierten en una mercancía que se vende y se consume en el actual “mercado mediático”. Por otro lado, la industria de los medios estimula la invasión del *público* por el *privado*. Ahí está uno de los contornos más importantes de la modernidad reciente. La experiencia personalizada se convierte en experiencia mercantilizada, en experiencia “secuestrada” por los medios de comunicación. De hecho, y como subraya Daniel Innerarity, el espacio privado ya no consiste en un ámbito recóndito y los medios de comunicación contribuyen, en definitiva, a privatizar el espacio público (Innerarity: 2006, 33).

Vivimos, por eso, en una sociedad marcada por la experiencia mediada de lo privado, una sociedad caracterizada por el consumo constante del yo, del núcleo más íntimo del individuo. El mundo de los medios contribuye a articular el particular con el común, sea a través de la información, sea mediante contenidos de entretenimiento. El *medium* se ha convertido en *reality show* y las cuestiones relacionadas con la política, con la emotividad y, por supuesto, con la Justicia, se trivializan. La *privacidad* ya no escapa al escrutinio público y los medios no dudan en explorar todo lo que pueda constituirse como un “artefacto mediático”. Así pues las narrativas mediáticas que versan sobre las cuestiones de la individualidad, cuestiones que despiertan efectos dramáticos en el público, son un elemento importante en la “guerra” de los medios por la conquista de la atención. Efectivamente, las llamadas historias de interés humano, el *voyeurismo*, forman parte de los criterios actuales de los medios para seleccionar los contenidos informativos. En pocas palabras, los medios de comunicación ya no están, solamente, preocupados por el interés público de la materia de la información. Están, sobre todo, preocupados por la satisfacción del interés del público y es cierto que el sensacionalismo, lo chocante, lo inaudito y lo escandaloso, satisfacen las necesidades mercantiles de un periodismo cada vez más industrializado.

Ahora bien, la voracidad insaciable de la sociedad de consumo ha transformado las relaciones entre la comunicación y la Justicia en un espectáculo mediático cuyo propósito parece ser la espectacularización de los procesos judiciales con el objetivo de garantizar la adhesión de los públicos. Y, a nuestro ver, el tan propalado periodismo de investigación no escapa, en parte, a esta lógica de difusión de informaciones y contenidos espectaculares. Todos nos damos cuenta de que el periodismo de investigación desempeña un papel clave en la vigilancia del espacio público y, más bien, de la esfera política, permitiendo que el periodismo cumpla una de sus funciones fundamentales, la regulación social. Sin embargo, en otros casos, el periodismo de investigación se aproxima a una tradición que en los países anglosajones se denomina *journalism of outrage*, periodismo de indignación o, en otras palabras, periodismo de escándalos. Ha sido, exactamente, en este sentido que Theodore Roosevelt, en su discurso de 1906, ha utilizado la expresión *muckraking* para referirse a un tipo de periodismo que se basa en la excesiva denuncia, comparando los periodistas de investigación con aquellos que tiran (*rake*) la basura (*muck*). Roosevelt ha reconocido el poder creciente de los *muckrakers* en la investigación y publicitación de la corrupción política y económica, pero no ha dejado de subrayar su preocupación por lo que ha llamado ataques mentirosos al carácter de hombres honestos.

Ética y espiritualmente debemos hacer un esfuerzo por tener una vida limpia y un pensamiento virtuoso. Sabemos que las cosas del cuerpo son importantes, pero sabemos también que las cosas que dicen respecto al alma son mucho más importantes. La piedra angular de la vida nacional es, y deberá siempre ser, el carácter del ciudadano común (Weinberg: 2001, 65).⁴

Consultando el *New Oxford American Dictionary*, podemos ver que el término *muckraking* se refiere a la busca y publicación de informaciones escandalosas sobre personalidades públicas. Los *muckrakers*, o investigadores de escándalos, desempeñaban una especie de auditoría a la vida pública, narrando historias de corrupción política y económica y denunciando casos de desigualdades sociales en una época particularmente difícil en los Estados Unidos debido a los problemas planteados por la industrialización. Por regla general, los *muckrakers* centraban su atención en tres puntos cruciales: negocios, políticos poderosos e injusticias sociales (Protess: 1991, 37). Creían que la investigación y la denuncia podrían conducir a reformas sociales. Asimismo los *muckrakers* se centraban en la denuncia de formas de poder invisible, volviendo célebre un tipo de periodismo denominado *literature of exposure*.

Recientemente, el periodismo de investigación parece haber recogido en buena medida la herencia de la filosofía del *muckraking*. El escandaloso *News of the World* materializa algunas de las inmoralidades que se hacen en el mundo de los medios de comunicación. No se puede negar que el periodismo posmoderno ha recuperado lo bueno y lo malo de la fórmula tradicional del *muckraking*. Tras atentar contra la intimidad de cientos de personas, el

⁴ “La confiance que chacune des parties place en l’autre est la pierre angulaire de ce contrat. Le journaliste accordera ainsi à sa source le bénéfice de la bonne foi en échange d’informations fiables et exploitables. De son côté, le magistrat ou l’avocat acceptera de jouer le jeu s’il sait que son interlocuteur respectera, le cas échéant, sa demande d’anonymat et ne travestira pas ses propos”.

tabloide dominical británico ha cerrado después de 168 años de escándalos. Los métodos perversos del semanario sensacionalista de *News Corporation* han sido desvelados y el periódico hermano del diario *The Sun* ha proporcionado uno de los mayores escándalos del periodismo posmoderno. Periodismo basura, escuchas telefónicas ilegales, famosos y familiares o víctimas de crímenes, invasión y publicación de la vida privada. Ahí están los ingredientes básicos del periodismo *junk*.

De hecho, el escándalo *News of the World* ha puesto el énfasis en el lado más oscuro del periodismo de investigación: las fallas morales y las consecuencias de una cierta amoralidad en el acceso a informaciones potencialmente escandalosas. Y la redacción del *News of the World* fue casi una agencia de espionaje. Si bien es cierto que el periodismo de investigación, cuando demuestra su precisión en la revelación de la mala conducta del poder político, se dirige hacia el *interés público*, también es cierto que cuando el periodismo sólo busca los titulares más rentables, dirigiéndose hacia el *interés del público*, rompe todos los preceptos éticos y morales. Es por eso que la línea que delimita el periodismo de investigación de la mera investigación hecha por los periodistas, al estilo de los detectives privados, es muy débil.

Como el periodismo de investigación de la actualidad refleja la teoría de la “responsabilidad social”, invocando la *moral cívica* y el *derecho a la información* por parte del público, la mayor cantidad posible de difusión de la información se confunde con el interés público y con la función consensual de vigilancia del periodismo. Quizás sea esta la naturaleza paradójica del periodismo de investigación.



Figura 1 – *El News of the World* se convirtió en víctima de su propia trampa. La política del escándalo se ha vuelto contra el periódico más vendido en el Reino Unido.

La hipótesis defendida permite entrever que en la actualidad los medios de comunicación han convertido el espacio privado en mercancía, sobre todo si dicho espacio privado ofrece productos atractivos que despierten la curiosidad o el interés de un público consumidor de productos culturales de carácter cada vez más lúdico. En la actual “sociedad de consumo”, como le ha llamado Baudrillard, los medios reconfiguran los hechos para que el mensaje sea entusiasta, atractivo, estético. Es, precisamente, en este sentido que el espacio privado se convierte en objeto de consumo en una lógica que estrecha las tradicionales fronteras entre la privacidad, la individualidad (*idion*) y el espacio común (*koinon*). Lo que no se relaciona con la comunidad, lo que debería estar protegido de la mirada ajena, es ofrecido por los medios de comunicación como si fuera un objeto de consumo. Esta instrumentalización del espacio privado determina, muchas veces, la propia agenda mediática. Los aspectos relacionados con la individualidad del yo son, ahora, algo que se ve y se oye, algo que es objeto de una evaluación crítica de la “opinión pública”, del “oído público”. La luz intensa de los medios ilumina la esfera pública y la vida privada hace las delicias

de los sentidos. La propiedad privada ya no es un “lugar sólo nuestro donde nos podemos ocultar”, como señaló Hannah Arendt (2001, 84-85). En efecto, la industria de la información es, ahora más que nunca, una industria de culto del entretenimiento. En este punto, tiene razón Jonh B. Thompson cuando refiere que las formas simbólicas se transformaron en productos mercantiles, “se han convertido en productos de consumo que pueden comprarse y venderse en el mercado” (2007, 24).

Así pues, resulta obvio que mercancías informativas como lo “chocante”, lo “violento”, lo “íntimo”, lo “escandaloso” y lo “privado” son armas decisivas en la batalla del *medium* por la conquista de atención. En consecuencia, las aventuras privadas de personalidades públicas proporcionan estimulaciones sensoriales que permiten acceder a un estado de euforia lúdica, un estado de tipo hedónico. En la sociedad del “hiperconsumo” ya no se trata sólo de vender servicios, es necesario ofrecer experiencias, acontecimientos extraordinarios capaces de generar emociones, afectos, sensaciones (Lipovetsky: 2010, 54). Se trata de espectacularización de lo privado a través de la información. El espacio público contemporáneo es muy vulnerable a la cuestiones relacionadas con la individualidad, con la alteridad y la identidad social. Por eso, la privacidad se convierte en un producto de consumo y las particularidades individuales de los sujetos tienden a ser acentuadas, con todas sus consecuencias morales y deontológicas. Por cierto, podemos decir que la información contemporánea es más estética que ética. La máquina mediática de la actualidad aumenta la confusión entre lo que es de ámbito público y lo que es de ámbito privado. Por eso, es importante delimitar lo que pertenece a la identidad individual y no a las identidades colectivas o generales. A nuestro modo de ver, la publicación de secretos, o de transgresiones de ciertos valores, normas o códigos morales puede dar lugar a un creciente número de escándalos y, si es cierto que algunos escándalos pueden mejorar la calidad de nuestra vida pública, muchos de ellos sólo se destinan a alimentar el carácter sensacional del mundo de la información, de una información que privatiza el espacio público. En efecto, la penetración del mundo de la información en el espacio privado también nos ayuda a comprender la constitución de auténticas sociedades de escándalos. La dimensión íntima, sobre todo aquella dimensión contraria al conformismo social, tiende a ser mediatizada a través de una información intimista donde lo privado se mezcla con lo público. Vivimos, de hecho, en un mundo marcado por la *tiranía de la intimidad*.

Bibliografía

Arendt, H. (2001). *A Condição Humana*, Lisboa: Relógio D'Água Editores.

Arons de Carvalho, A.; Cardoso, A. M.; Figueiredo, J. P. (2003). *Direito da Comunicação Social*, Lisboa: Notícias Editorial.

Baudrillard, J. (1995). *A Sociedade de Consumo*, Lisboa: Edições 70.

Civard-Racinais, A. (2000). “Les relations presse-justice: le cas des journalistes spécialisés”, in *Les Cahiers du Journalisme*, No8, De cembre de 2000.

Dampierre, E. de (954). “Thèmes pour l'étude du Scandale”, in *Annales, Économies, Sociétés, Civilisations*, 9e année, No 3.

Debord, G. (1990). *Comentários sobre la Sociedad del Espectáculo*, Barcelona: Editorial Anagrama.

Eco, U. (1973). *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*, Barcelona: Lumen.

Fernandes, J. M. de Matos, (2002). “Justiça e Comunicação Social”, in Monteiro, A. P. (org), *Estudos de Direito da Comunicação*, Coimbra: Instituto Jurídico da Comunicação.

- Garapon, A. (1995). “Justice et médias: une alchimie douteuse”, in *Opacités françaises et démocratie d’opinion*, Revue Esprit, Paris, no 210, Mars-Avril de 1995.
- Giddens, A. (1995). *Modernidad e identidad del yo, El yo y la Sociedad en la época contemporánea*, Barcelona: Ediciones Península.
- Innerarity, D. (2006). *O Novo Espaço Público*, Lisboa: Teorema.
- Leblanc, G. (1998). “Del modelo judicial a los procesos mediáticos”, in Gauthier, G.; Gosselin, A.; Mouchan, J. (org), *Comunicación y Política*, Barcelona: Gedisa Editorial.
- Lipovetsky, G. (2010). *A Felicidade Paradoxal; Ensaio sobre a Sociedade do Hiperconsumo*, Lisboa: Edições 70.
- Markovits, A. S.; Silverstein, M. (1988), “Introduction: Power and Process in Liberal Democracies”, in Markovits, A. S.; Silverstein, M. (org), *The Politics of Scandal: Power and Process in Liberal Democracies*, New York: Holmes & Meier Publishers.
- Moura, J. S. de (2002), “Comunicação Social e Segredo de Justiça Hoje”, in Monteiro, A. P. (org), *Estudos de Direito da Comunicação*, Coimbra: Instituto Jurídico da Comunicação.
- Pinto, P. M., “O Direito à reserva sobre a vida privada”, in *Boletim da Faculdade de Direito*, Vol. LXIX, Coimbra.
- Protest, D. L. (1991). *The Journalism of Outrage: Investigative Reporting and Agenda Building*, New York: The Guilford Press.
- Sabato, L. J.; Stencel, M.; Lichter, S. R. (2000). “The Scene of the Crime”, in *Peepshow, Media and Politics in an Age of Sex Scandal*, Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Sánchez, F. J. (1995). *Detrás del Escándalo Político; Opinión pública, dinero y poder en la España del siglo XX*, Barcelona: Tusquets Editores.
- Sennett, R. (1974). *Les tyrannies de l’intimité*, Paris: Éditions du Seuil.
- Thompson, J. B. (2001). *El escándalo político, Poder y Visibilidad en la era de los medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.
- Thompson, J. B. (2007). *Los media y la modernidad, Una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- Truche, P. (1995). “Le juge et la presse”, in *Opacités françaises et démocratie d’opinion*, Revue Esprit, Paris, no 210, Mars-Avril de 1995.
- Weinberg, A.; Weinberg, L. (2001). *The Muckrakers*, Illinois: University of Illinois Press.
- Wolton, D. (1998). “Las contradicciones de la comunicación política”, in Gauthier, G.; Gosselin, A.; Mouchon, J. (org), *Comunicación y Política*, Barcelona: Gedisa Editorial.