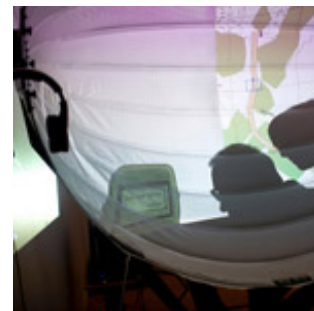


Valores y contravalores del periodismo: la imagen ética de la profesión en nueve películas americanas

Fernando Quirós Fernández
Universidad Complutense de Madrid
quirós@ucm.es

Resumen

El cine sobre periodistas y medios de comunicación es un filón muy rico de la cultura cinematográfica norteamericana que casi se ha convertido en un subgénero. Para la docencia en las titulaciones de Periodismo donde se introducen es una excelente herramienta con la que mostrar a los futuros periodistas las grandezas y la miseria de la profesión que han elegido. Este artículo es fruto de la investigación que sobre el tratamiento de la profesión periodística en el cine, ha llevado a cabo el *Observatorio de medios de comunicación de la Universidad Complutense de Madrid*, bajo la dirección del autor. Analiza una selección de películas norteamericanas significativas, estrenadas entre 1952 y 2008 en las que el periodista y el medio aparecen retratados como ideales, incluso como héroes sociales, bien siendo los protagonistas, bien dando réplica a un periodista o a un medio villano.



Palabras clave

Cine, periodismo, valores éticos, contravalores, imagen ideal, imagen infecta.

Abstract

The movies about journalists and media is a very rich mother lode of American film culture it has almost become a subgenus. For the teaching on the degree of journalism where entered is an excellent tool with which to show to future journalists the greatness and the misery of the profession they have often grain. This article is the result of the research on the treatment of the journalistic profession in the film, he has carried out the *Observatory of Media, in the Universidad Complutense de Madrid*, under the direction of the author. Analyzes a selection of significant American films, which were released between 1952 and 2008 in which the journalist and the media are portrayed as ideals, even as social heroes, well being the protagonists, either by giving reply to a journalist or a medium villain.

Keywords

Cinema, journalism, ethical values, values, ideal image, image becomes infected.

1. PRESENTACIÓN

El periodismo se mueve entre dos imágenes extremas creadas por los periodistas considerados más prestigiosos (es decir: desde dentro y desde la élite). Una de esas imágenes se resume en la idea de que son el compendio de los valores democráticos y la causa y la garantía de que la democracia exista. La otra se extrae tanto de los medios “amarillistas” como de las guerras intraprofesionales (insultos que se lanzan editorialistas y columnistas; cuentas pendientes entre ex compañeros) e intereses empresariales (la lucha por el mercado y la concentración). A la primera la llamaremos *imagen ideal* y a la segunda *imagen efectiva*. (PICOS, 2002:11). Existe una realidad perfecta, aquella que está clausurada y no permite manipulación, y *realidad infecta*, que es la que se puede manipular buscando su desarrollo. En este artículo nos ocupamos de las películas que nos han presentado al periodista, servidor público. Se trata de un profesional que basa su trabajo en los valores éticos contenidos en los códigos deontológicos de casi todo el mundo. En el otro extremo encontramos al periodista pícaro, villano y amoral que realiza su actividad desde los contravalores de esos mismos códigos.

ÁMBITOS

2014

nº 24

Los valores éticos son los siguientes:

Tabla nº 1 VALORES DE LA PROFESIÓN Elaboración propia
Verdad, objetividad, exactitud
Servicio al bien común
Integridad, independencia, respeto a la intimidad de todos
Libertad de información como derecho y deber
Defensa de la dignidad profesional mediante los actos propios
Solidaridad profesional
Responsabilidad social
Guardar el secreto profesional
No calumnia ni difama
No plagiar
Valerse de medios justos, honestos
No dejarse influir por la publicidad ni por el poder político
Nada de sensacionalismo

Al comienzo de “*Ciudadano Kane*”, vemos al protagonista firmar esta declaración que, a continuación, pisoteará sin descanso:

My Declaration of Principles

I

I will provide the people of this city with a daily paper

that will tell all the news honestly

II

I will also provide them a fighting and tireless champion

of the rights of citizens and human beings.

Salvo en este momento es imposible encontrar en el resto de la película un solo comportamiento ético de su protagonista y las réplicas son insignificantes. Por eso no la hemos incluido en nuestra investigación, pero nos vale para presentar esta investigación, en tanto que supone el máximo contrario al periodista ideal. Kane es un trasunto de William R. Hearst que con brutal sinceridad afirmaba: “El poder de un periódico es la mayor fuerza dentro de cualquier civilización”.

Por contra, Pulitzer representa al periodista y empresario pilar de las libertades. Entre otras cosas dijo: “El periodista tiene una posición que es toda suya. Solo él tiene el privilegio de moldear la opinión, tocando los corazones y apelando a la razón de cientos de miles cada día. He aquí la más fascinante de todas las profesiones”.

Al final, Hearst cargó con el estigma de sensacionalista y manipulador, mientras que Pulitzer da nombre a los premios más prestigiosos del periodismo. En realidad eran dos caras de la misma moneda, es decir del periodismo amarillo y sensacionalista. Dos personajes que compartían la doctrina del Destino Manifiesto y que rivalizaron en ver quién decía las mentiras más espectaculares (haciendo estallar la noticia ante el lector) para conseguir arrastrar a los Estados Unidos a la guerra contra España. “Yo pondré la guerra” había dicho Hearst y con la ayuda de Pulitzer, añadimos aquí, su país desató la guerra en 1898.

Hay que ser sumamente cuidadosos con la generalización en todo el mundo de los estándares profesionales norteamericanos porque no nos dan necesariamente la solución a todos los problemas. El viejo modelo de relaciones entre los medios de comunicación y el gobierno conocido como *del adversario* en el que cualquier

abuso del poder será impedido por el *watch dog* (el perro guardián: los medios) es sólo una bonita formulación teórica, demasiadas veces desmentida por los hechos. Con mucha facilidad se cita esta frase de Pulitzer: "El Globe no tiene amigos", de lo que se sigue que sus periódicos existían sólo para oponerse a los saqueadores y los depredadores de una sociedad libre. (Squires, 1994). Lo que ocurre es que Pulitzer era eso, un depredador.

Otra cita obligada es Lippmann. De él dice Squires (1994) :

(...) lo escribió todo. Las palabras del famoso columnista definieron a la perfección cuál debe ser la misión de una prensa libre. Había algo sólido y sagrado en la idea de ser un 'haz luminoso moviéndose incansablemente y sacando de la oscuridad una noticia tras otra.

No queremos decir que las bases del periodismo estadounidense sean falsedades, pero sí que los organismos sociales cuyos abusos pretendían prevenir y combatir corrompieron a periodistas y empresas (sobre todo a éstas) con más frecuencia de la tolerable en democracia.

2. FUENTES

Para la elaboración de este trabajo nos hemos basado en los textos clásicos de Barris (1976), Kael (1974), Wood (1998) y Leprohon (1966). En la bibliografía española los de los de Ortega (2000,2006); Mera (2008); Bezunarte (2007,2010) y Picos (2002). En cuanto a las bases de datos on-line hemos utilizado la de Enrique Martínez-Salanova (<http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/periodismo.htm>). Los datos sobre satisfacción de los periodistas españoles con su profesión pertenecen a los estudios de la Asociación de la Prensa de Madrid desde 2005 a 2012.

3. SELECCIÓN Y DATOS BÁSICOS DE LAS PELÍCULAS

De entre ciento cuarenta películas que compusieron la muestra para la investigación, hemos seleccionado nueve: *El cuarto poder*, *Todo los hombres del Presidente*, *Network*, *un mundo implacable*, *Murrow*, *Detrás de la noticia*, *El dilema*, *El precio de la verdad*, *Buenas noches y buena suerte* y *El desafío Frost contra Nixon*. Ocho son producciones para el cine y una es cine para TV (*Murrow*). Temporalmente el arco abarca desde 1952 (*El cuarto Poder*) a 2008 (*Frost/Nixon*). Según la intensidad con la que se cumplen los valores éticos de la profesión *Todos los hombres del Presidente* ocupa el valor más alto y *Network, un mundo implacable* el más bajo. La tabla siguiente muestra la selección completa y los datos básicos de cada película. Todas ellas son producciones que tienen al periodista y/o al medio de comunicación como protagonistas.

Tabla nº 2
DATOS NAICOS DE LAS PELICULAS ESCOGIDAS
/Elaboración propia)

TÍTULO ORIGINAL	TÍTULO EN ESPAÑOL	AÑO/ PRODUCTORA	DIRECTOR	GUIONISTA
Deadline USA	El cuarto poder	1952 20th Century Fox	Richard Brooks	Richard Brooks
All The President's Men	Todo los hombres del Presidente	1976 Columbia	Alan J.Pakula	William Goldman
Network	Network, un mundo implacable	1976 20th Century Fox	Sidney Lumet	Paddy Chayefsky
Murrow	Murrow	1986 Taft Entertainment	Jack Gold	Ernest Kinoy
The Paper	Detrás de la noticia	1994 Universal	Ron Howard	David Koepp & Stephen Koepp
The Insider	El dilema	1999 Touchstone	Michael Mann	Michael Mann & Eric Roth
Shattered Glass	El precio de la verdad	2003 Lions Gate Entertainment	Billy Ray	Billy Ray
Good Night and Good Luck	Buenas noches y buena suerte	2005 Warner	George Clooney	George Clooney & Gran Heslov
Frost/Nixon	El desafío Frost contra Nixon	2008 Imagine Entertainment / Working Title Films	Ron Howard	Peter Morgan

Los valores éticos no siempre están encarnados en el protagonista principal. Es así en *El cuarto poder*, *Todos los hombres del presidente*, *Murrow*, *Buenas noches y buena suerte*, *Frost/Nixon* *Detrás de la noticia* y *El dilema*; no lo es en *Network* y *El precio de la verdad* donde otro periodista da la réplica ética a un periodista villano o a una gran corporación que es dueña de su medio.

4. LAS PELÍCULAS

4.1. “Todos los hombres del presidente”: el prototipo de periodista ético.

Prototipo de periodista y medios de comunicación ideal. Puntúa en la práctica totalidad de las la tabla de valores éticos. Basada en el libro homónimo de Woodward (Robert Reford) y Bernstein (Dustin Hoffman), a pesar del paso de los años, sigue siendo un faro para profesionales y estudiosos del periodismo, por mucho que la identificación del garganta profunda verdadero convirtió al paradigma de periodismo de investigación en paradigma de filtración interesada de información que se conoce por el cargo que se desempeña. ¿Cuántas vocaciones se fundaron en el visionado de la cinta? ¿Cuántos aspirantes a periodistas no llegaron a las aulas imaginándose derribando al presidente de los Estados Unidos o a cualquier gobernante émulo del funesto Nixon? Si el cine cuyos protagonistas son periodistas o medios villanos había contribuido a humanizar a los periodistas bajándolos de su pedestal, “*Todo los hombres del presidente*” volvió a encaramarlos al prestigio y a la fama y, aunque en mucha menor medida, así sigue siendo a día de hoy. Para González-Casanova, (http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/periodismo_todosloshombres.htm)

Película que al igual que el hecho y el libro en que se basa es un monumento a la libertad de prensa. Refleja el convencimiento absoluto de que no hay democracia sin esa libertad y no hay estado de derecho en el que los medios de comunicación no velen por el respeto a la democracia.(...) Un grupo mediático consciente de la importancia de abrir camino a la verdad, lucha con todas sus fuerzas contra la censura que se le pretende imponer.

Para Barris (1976:203), “prescinde de los rancios clichés cinematográficos y nos da en su lugar una aseada descripción de cómo trabajan los reporteros reales”. Y De acuerdo con Mera (2008:508),

Todos los hombres del presidente es una película muy especial porque provocó efectos positivos tanto en la

sociedad del momento (cambió la percepción del periodismo y de los periodistas que tenía la mayoría) como en la propia profesión (los periodistas sintieron de nuevo que tenían una responsabilidad y que su trabajo podía cambiar las cosas).

Y para Bezunarte (2007:374-375),

Todos los hombres del presidente es un alegato a la libertad de expresión, al papel de la prensa frente al poder, a la independencia. En este caso, puesto que la película es histórica, describe con realismo la firmeza con que el *Washington Post* resistió presiones de todo tipo para interrumpir la investigación sobre las sucias maniobras que el Partido Republicano, con el conocimiento del presidente Nixon, llevó a cabo contra el Partido Demócrata. Desde los reporteros hasta el director, pasando por la editora, sabían que ponían en juego primero su integridad física, también la credibilidad y la propia supervivencia del diario. Pero siguieron adelante hasta el final y dieron una de las lecciones históricas más relevantes sobre el buen hacer y sobre la función social del periodismo.

Hay dos cosas en la película que merecen la pena destacar aquí: todas las personas entrevistadas o a las que se pide una declaración saben con quién están hablando y saben que el anonimato será respetado. Así, cuando Bertsein le dice a Ben Bradley que tiene unas declaraciones que le ha hecho telefónicamente, John Mitchel (el Fiscal General):

– (Bradlee) ¿Te has identificado con claridad?

– (Bernstein) Es lo primero que hice.

– (Bradlee) Entonces, Mitchell sabía que hablaba con un periodista.

– (Bernstein) Sí.

– (Bradlee) ¿Has tomado notas?

– (Bernstein) Al pie de la letra.

Y este otro pasaje resalta el respeto al derecho de una fuente a no ser identificado. Bernstein llama por teléfono nuevamente:

(Bernstein) Hola, soy Carl. Siento molestarlo. Vamos a publicar que Haldeman era la quinta persona en controlar el fondo, y nos están fastidiando. Tenemos tres confirmaciones, pero si nos pudiera ayudar se lo agradeceríamos.

(Fuente) no diré nada de Haldeman, nunca.

(Bernstein) lo entendemos, no querríamos que lo hiciera, si habla va contra la ley. Solo queremos saber si debemos esperar a publicar la historia. Le agradeceríamos que nos lo dijera.

(Fuente) me gustaría, de verdad, ayudarles, pero no puedo.

(Bernstein) Mire, voy a contar hasta 10, ¿de acuerdo? Si hay alguna razón por la que deberíamos esperar a publicar la historia, cuelgue antes de que llegue a diez. Si la historia es correcta, no cuelgue. ¿Todo bien?...

Y al final, de madrugada, en el jardín de su casa para evitar escuchas Bradley, dice a los dos reporteros: “estamos cercados, nos fríen por todas partes, pero nosotros aguantamos porque está en juego la libertad de prensa y quizá el futuro de nuestro país”.

Por nuestra parte, solo añadir que cuando pensamos en incluir o no este filme, -dado que el perfil de los dos periodistas y de *“The Washington Post”* los colocó como superhéroes de la democracia y eso tampoco es cierto, si se sigue la trayectoria profesional de Woodward y Bernstein- decidimos incluir otra película, mucho más reciente, pero basada en los mismos hechos *El desafío de Frost contra Nixon*.

4.2. “El desafío de Frost contra Nixon”: la prueba que faltaba.

Las entrevistas de Frost (Michael Sheen) a Nixon (Frank Langella) son cuatro programas conocidos como *The Nixon Interviews*, un verdadero combate entre el periodista británico, antes presentador de programas de variedades y el ex-presidente celebradas en 1977. El equipo de asesores de Nixon, que preparaba su vuelta a la política activa, después del perdón presidencial de Gerald Ford (algo que no condenaron Woodward y Bernstein) había recibido ofertas del programa *60 minutos* de la CBS, pero David Frost parecía un rival más fácil que Mike Wallace y al final fue el presentador de programas de variedades y no el curtido entrevistador quien se sentó en frente de Nixon.

Las tres primeras entrevistas se saldaron con un arrollador triunfo de Nixon, pese a los esfuerzos del periodista por hacerle decir la verdad, sobre todo, del caso Watergate. Sin embargo, en la cuarta y última un valiente y bien documentado Frost arrincona de tal forma al viejo político que éste termina por reconocer que mintió. En primer plano dice que su vida política ha terminado. Y la cinta magnetofónica que le condena estaba a disposición de todo el mundo en Washington.

Además de recrear esas entrevistas, Ron Howard nos muestra a los dos equipos de asesores y periodistas manteniendo una lucha, entre bastidores, propia de asesores de un campeón mundial de ajedrez., El equipo de Frost cava en busca de la verdad; el de Nixon hecha toda la tierra que puede encima. El director de este último Jack Brenan exclama: "Raza maldita de periodistas sois unos presumidos (...) si me jodes acabaré contigo (...). ¡capullo!".

Además, Frost tiene que luchar contra el desdeno o las reticencias de las grandes cadenas de televisión, que no creyeron en la utilidad de las entrevistas hechas por un presentador de variedades inglés. Sobre todo porque no teña asegurado el patrocinio del programa. Frost acude a los estudios de las tres grandes *networks* y recibe de las tres la misma respuesta:

Los siento David, tenemos por norma no pagar por una entrevista política. Nos encantas como presentador de programas de entretenimiento. El que hiciste del guinness nos encantó. Tienes gracia, pero una entrevista de esta clase (...)¿Quieres que pagemos a un entrevistador británico por entrevistar a un presidente norteamericano y sin poder ejercer ningún control editorial en absoluto?.....

Esta es la película definitiva sobre el caso Watergate y sobre el fin político de Nixon que, ni *The Washington Post* ni Woodward ni Bernstein habían conseguido. Y es un periodista en busca de la prueba que se convierte en el elemento de persuasión del público el que se enfrenta a un político experimentado, hábil y escurridizo. Cuando la consigue Frost se abre camino ante la intrincada selva de trabas y trampas que ha tejido el equipo de Nixon. Entonces asistimos al combate entre un periodista valiente y un político corrompido:

(Frost) Está diciendo que el presidente puede hacer algo ilegal"

(Nixon) Lo que digo, es que si es el presidente quien lo hace, significa que no es ilegal.

No hay otra película que muestre esta antagonismo salvo las dos que hemos seleccionado sobre el enfrentamiento entre McCarthy y Murrow: *Murrow* y *Buenas noches y buena suerte*.

4.3. "Murrow" y "Buenas noches y buena suerte": un prototipo bastante mejor.

Bastante menos empalagosas que la historia de Woodward y Bernstein son las dos películas que tratan el caso real del enfrentamiento de Edward R. Murrow con el poder político y con el poder económico que conduce a la televisión hacia el reinado del engaño, el despiste y el entretenimiento para desviar la atención de los problemas de la vida real. Desde luego, si hay un icono de la libertad de prensa bien entendida y de lo que debe hacer un periodista ese es, Edward R. Murrow que no sólo encarnó todos los códigos deontológicos conocidos, mientras fue periodista en activo, sino que fue un hombre consecuente hasta el final de su vida.

La primera de las cintas, *Murrow*, pasó casi desapercibida siendo, sin embargo, mejor y más completa que la exitosa *Buenas noches y buena suerte* que se queda bastante alicorta y resulta confusa. En cualquier caso ambas son un excelente ejemplo, basado en hechos reales.

El papel de Murrow (Daniel J. Travanti/David Strathairn) se desarrolla en un circo de dos pistas. Por una parte el

periodista se enfrenta con el Comité de Actividades Antiamericanas, sobre todo con McCarthy, obteniendo el respaldo de Paley (el dueño de la CBS hasta 1986), pleno al principio, dubitativo al final. Con todo, esta batalla se ganó y constituye desde entonces un hito en el periodismo de los Estados Unidos: el medio respalda a su periodista y a su productor porque lo que le traen es cierto. Paley hace que sus redactores firmen el documento del FBI por el que juran no haber sido, ser ni ser comunistas. El programa se emite y, a continuación, la CBS le da el mismo tiempo en antena para responder al senador McCarthy. En las dos películas ese asunto en particular es tratado de forma idéntica. Aunque la anécdota de los teléfonos cortados está mejor puesta en escena en *Murrow*.

Pero, en la otra pista, *Murrow y Friendly* (Stephen Churchett/George Clooney) se topan con el comercialismo, que desde los primeros tiempos de la televisión corrompió todo el sistema de garantías previsto por las leyes para proteger los servicios informativos: *equal time rule*, *fairness doctrine*, dar servicio público. *Murrow* ha convertido *See it Now!* en el informativo más visto, pero los informativos no dan dinero y, además de hacerle presentar *Face to Face*, Paley le retiró su apoyo y le fue marginando hasta forzar su salida de la CBS.

Ambas películas tratan también este tema, pero mientras que en *Murrow* aparece durante bastantes minutos Frank Stanton (personaje real que junto a Paul F. Lazarsfeld introdujo los métodos estadísticos y la medición de audiencia en la CBS) en *Buenas noches y buena suerte*, sólo se le menciona de pasada. Con todo, la cinta de Clooney recupera el discurso de *Murrow* ante la Asociación de directores de informativos de radio y televisión, el 25 de octubre de 1958, y fraccionándolo en dos partes entre las que coloca toda la historia de *Murrow* en la CBS-TV, consigue que el desprecio por los programas comerciales; por la trivialidad creciente de los contenidos, y el asedio en todos los medios audiovisuales a la sección de informativos, quede adecuadamente resaltado.

Al principio, tras ser presentado en tono épico por el locutor de la organización que le presenta como un campeón de la libertad y glosa su currículum:

-(*Murrow*) Puede que esto no guste a nadie. Al final de este discurso puede que algunos piensen que muerdo la mano que me da de comer. Y puede que reprochen a la asociación haber dado acogida a ideas subversivas e incluso peligrosas. Y sin embargo el sofisticado entramado de emisoras, agencias de publicidad y patrocinadores permanecerán impasibles. Es mi voluntad y mi deber hablar con franqueza de lo que ocurre en la radio y en la televisión. Y si lo que voy a decir trae consecuencias, yo soy el único responsable de esta opinión. Pasaremos a la historia por nuestros actos. Si dentro de cincuenta o cien años aún sigue habiendo historiadores y se han conservado quinescopios de lo emitido en una semana por las tres cadenas, encontrarán registradas en blanco y negro o en color, pruebas de nuestra decadencia, de nuestro escapismo y nuestro aislamiento de la realidad del mundo en el que vivimos. Somos una sociedad opulenta, acomodada y autocomplaciente. Adolecemos de una alergia innata a la información que nos perturba. Los medios son un reflejo de esta situación. Como no dejemos de considerarlos un negocio y no reconozcamos que la televisión está enfocada básicamente a distraernos, engañarnos, entretenernos y aislarnos, la televisión y los que la financian, los que la ven y los que la producen podrían percatarse del error demasiado tarde.

A partir de aquí transcurre toda la vida de *Murrow* en la CBS-TV y al final, consumado ya el divorcio con William Paley, la película termina con lo que restaba del discurso:

-(*Murrow*) He comenzado diciendo que pasaríamos a la historia por nuestros actos. La Historia se tomara la revancha y las consecuencias no tardarán en alcanzarnos. De vez en cuando conviene exaltar la importancia de las ideas y de la información. Imaginemos por un momento que un domingo por la noche un espacio normalmente ocupado por Ed Sullivan sea cedido a un espacio dedicado a la situación de la educación pública y, una semana más tarde, un espacio utilizado por Steve Allen se dedique a la política norteamericana en Oriente Medio. ¿Saldría perjudicada nuestra imagen corporativa? ¿Montarían los accionistas en cólera y protestarían? ¿qué otra cosa pasaría millones de personas reciban información sobre cosas que pueden determinar el futuro de este país y por tanto de sus empresas? Buenas noches y buena suerte

Hasta ahora, tres películas basadas en hechos reales nos han presentado a los actores principales como encarnación de valores éticos: buscar la verdad y publicarla o emitirla, salvaguardar el anonimato de las

fuentes, contraste de todos los datos, ofrecer al aludido espacio para responder, etc... Ahora hablaremos de un tipo de periodismo que significa todo lo contrario: *El precio de la verdad*.

4.4. El precio de la verdad: Glass encontró el hueco.

Hechos reales: Stephen Glass se inventó veintiún artículos que publicó *The New Republic*. Al ser descubierto por otra revista (*Forbes Digital*) es fulminantemente despedido por su director, Charley Chuck Lane y la revista tuvo que pedir disculpas publicando un manifiesto firmado por toda la redacción. *The Rolling Stone*, *Harper's* y *George*. Revistas en las que también colaboraba revisaron sus artículos pero sólo *George* descubrió que se había inventado declaraciones y pidió disculpas.

En la dramatización cinematográfica es más que obvio que se ha tenido en cuenta *Todos los hombres del presidente*. (Mera, 2008:510) y que Glass representa todo lo contrario que Woodward y Bernstein. No se olvide, por otra parte en el vida real el caso de Glass se ha repetido en al menos dos ocasiones que afectaron nada menos que a *The Washington Post* y a *The New York Times*,

Antes que Stephen Glass, cuyos engaños se descubrieron en 1998 (el 11 de mayo) Adam Pennington publicó en *Forbes Digital* un artículo titulado "Lies, damn lies and fiction" en el que denunciaba el fraude, y en junio *The New Republic* pedía disculpas a sus lectores por la actuación de su reportero), la periodista de *The Washington Post* Janet Cooke había recibido el Premio Pulitzer en 1981 por un reportaje inventado (tras descubrirse que su historia no era verdadera devolvería el galardón). Más recientemente, en 2003, el mismo año que se estrenaba la película basada en la historia de Stephen GLASS, otro reportero llamado Jayson Blair, esta vez de *The New York Times*, también fue acusado de publicar historias ficticias. (Mera, 2008: 511)

Glass en un rol digno de Jekyll y Hyde, pregona entre sus compañeros la ética profesional más exquisita, dando consejos a los nuevos redactores y ensalzando el riguroso sistema de evaluación de su revista que incluye no menos de tres evaluaciones antes de publicar un artículo. Pero este sistema tiene un agujero: a menudo las fuentes que se contrastan son las notas de trabajo del periodista autor del artículo. Esto lo hace ante en su antiguo colegio ante un grupo de alumnos aspirantes a llegar hasta donde el ha llegado. Ya ha sido despedido, en realidad ha ido hasta allí a esconderse, pero sus cínica loa al periodismo riguroso, recibe los aplausos de los estudiantes, público entusiasmado ante el bonito discurso del periodista de moda.

Michel Kelly primero y "Chuck" Lane después, sospechan desde muy pronto de Glass. Este último es el verdadero representante del periodismo ético en esta película. Cuando recibe la llamada de la revista *Forbes Digital* se enfrenta a su propia empresa que teme desencadenar una crisis general y a los redactores que recelan de su dirección y de sus motivos para despedir a Glass. Pero Lane bucea en busca de la verdad y logra no sólo el apoyo de la empresa, sino la firma de todos los redactores de una carta en la que se pide perdón a los lectores de *The New Republic*. La película termina con los aplausos dedicados a Lane por empresa y redacción, superpuestos a los aplausos que la audiencia juvenil del colegio dedica a Glass. La escena final nos muestra un aula vacía y triste y un cabizbajo Glass.

Glass evoca el periodismo romántico, ideal, de servicio público,

(...) Hay directores buenos y también malos, tendréis de todo. Espero que algún día tengáis un director extraordinario. (...) Un buen director defiende siempre a sus redactores.(...) Aquí no se escapa nada, si no lo tienes comprobado, no lo entregues...

Pero lo desmiente cuando afirma:

El periodismo está lleno de fantasmas, de fanfarrones e imbéciles. Están siempre vendiéndose, negociando los contactos, intentando parecer más importantes de lo que son. (...) El periodismo es el arte de captar el comportamiento. Tienes que saber para quién escribes y tienes que saber qué se te da mejor. Yo tomo nota de lo que hace la gente, averiguo lo que le conmueve, lo que le asusta, y sobre eso escribo. De este modo son las personas las que cuentan la historia.

Coincidimos con Mera (2008:511-512) en que,

No parece normal que alguien hable así de la profesión que ha elegido. Menos, cuando ese alguien es un joven de 25 años que está empezando. Si, además, la profesión a la que se refiere es la de periodista (un trabajo fundamentalmente vocacional con el que es difícil hacerse rico y en el que las condiciones laborales no suelen ser las mejores), la extrañeza todavía es mayor. ¿Qué clase de profesional es, entonces, Stephen Glass? ¿Un cínico? ¿Un irresponsable arrogante?

En cualquier caso nada de ética en su comportamiento. Reencontramos el camino de la ética en *El cuarto poder*.

4.5. “El cuarto poder”: una película que sigue levantando ampollas en la profesión.

En el Informe *The State of News Media* de 2007 que aborda el descrédito de la profesión entre la ciudadanía (un problema tampoco resuelto aquí) se considera que los periodistas que se ven a sí mismos como Bogart en el cuarto poder, realizando un servicio para el público, son los causantes de la fractura entre la profesión y la realidad. El público duda de esa autoimagen y cree que los periodistas se están engañando o simplemente están mintiendo. (MERA, 2008:506). No estamos de acuerdo. Tal vez si hubiera de verdad periodistas con la ética de Ed Hutcheson (Humphrey Bogart) otro gallo le cantarí a la profesión y a las empresas periodísticas.

El cuarto poder es un hermoso tributo a la libertad de prensa y a la ética periodística, que no está tan alejada de la realidad como se pretende. El enfrentamiento de un medio con un poder organizado (mafia) que corrompe las elecciones democráticas; la resistencia de los periodistas, técnicos y administrativos de *The Day* para que su forma de entender el periodismo no sea diluida en una cadena amarillista, o sea: simplemente clausurada, son los dos temas que la película nos presenta.

De especial notoriedad son las escenas en que Ed Hutcheson, se enfrenta a las herederas del fundador (John Garrison)) que han arrastrado a su madre a deshacerse del diario para invertir su dinero *más sabiamente*. Oponiéndose a hijas y abogados que le piden un anuncio discreto de la venta dice:

La muerte de un periódico nunca es discreta. ¿Quién compra el periódico, el *Standard* que lo hará desaparecer? Es cierto que ese tipo de periodismo tiene salida, pero en la práctica lo que harán será cerrar a la competencia.

Se vuelve entonces hacia el cuadro del primer número situado a sus espaldas y lee mirando a la viuda las palabras del fundador:

Este periódico luchará por el progreso y la reforma. Jamás nos contentaremos con imprimir solamente noticias. Nunca temeremos el ataque del mal, ni con voraz riqueza ni con agobiante pobreza.

Y más tarde declarará ante el juez que debe autorizar la venta:

(...) Sin competencia no puede existir la libertad de prensa y hablo señores de libertad de empresa, del derecho del público a recibir ideas, noticias y opiniones.

Con todo prácticamente perdido, Hutcheson participa del velatorio-funeral que la redacción de *The Day* ha organizado en un bar cercano. Los periodistas, que se van a quedar sin empleo, narran sus desventuras en una profesión tan dura pero, sin embargo se muestran decididos a ser periodistas hasta que expiren las 48 horas que quedan para la venta:

(un redactor porta una bandeja con un ejemplar del diario que lleva una vela encendida en cada esquina)

-(un redactor) Hermanos y hermanas, callad un momento, prestadme atención. Amigos y desempleados nos hemos reunido aquí para enterrar al César..

-(Voces) No, No...

-(un redactor) vinimos aquí para honrar al “Día” no para enterrarlo..

-(un redactor) Un momento, un momento. Pido la palabra hermanos y hermanas. Baje al río Jordán desde un

semanario escandaloso y pedí un empleo al viejo John Garrison. ¿Eres un periodista o un reportero?, preguntó. ¿Cuál es la diferencia?, dije. Un periodista se convierte en héroe de su relato un reportero es sólo un testigo.

-Voces: Si, Si...

-(Willerbrandt): ¡Aleluya! y pasad la bandeja de la colecta...

-(un redactor) Hermana Willerbrandt...

-(Willerbrandt) Caminando a través del césped, presente por subestimada

-(un redactor) vamos cariño haznos un discurso espiritual.

-(Willerbrandt) Es un simpático cadáver. Lástima del pobre, lo conocí bien y, por qué no le di los más maravillosos catorce años de mi vida ¿y qué recibí a cambio?, 81 dólares en el banco, dos maridos difuntos y dos o tres críos que siempre deseé pero jamás conseguí. Toque todos los temas, desde electrocuciones a escándalos amorosos. Se me cayeron bóvedas, me extrajeron dientes, pero ¿sabéis una cosa?; nunca conseguí ver París, pero no cambiaría estos años por nada del mundo.

El redactor jefe muestra la portada del *Standard*, el periódico al que han sido vendidos, que Hutcheson coge):

– (Un redactor) es divertido y sensacionalista pero no es ni mucho menos un periódico.

-(Un redactor) Duplica nuestra tirada y triplica nuestra publicidad..

-(Un redactor) Y su gente conserva el empleo.

-(Hutcheson) Quizá si yo hiciera esta clase de periodismo conservaríais vuestros empleos. Este periodismo tiene salida.

-(Un redactor) ¿dónde papi?

-(Hutcheson) Está bien, no es vuestro tipo de periódico. Pero, ¿para quién los publicamos? ¿para ti, para ti, para ti?. Los lectores no quieren solo noticias, quieren historietas, crucigramas, concursos; desean saber cómo conciar una receta, como hacer amigos, predicciones del futuro, horóscopos (..) y si por una de esas casualidades se tropiezan con la primera página (displicente) ¡noticias!

Tras la reunión, Hutcheson recibe a un joven estudiante que viene a incorporarse al periódico y le dice: “El periodismo es una profesión porque actúa para el público. Esta profesión tal vez no sea la más antigua, pero es la mejor”. Y sin embargo, el admirado y querido director tiene una triste vida privada. Tras el velatorio de su periódico acude a casa de su exmujer -de la que sigue enamorado- bastante bebido:

-(Hutcheson) Nora, he decidido dedicarte toda mi vida.

– (Nora, escéptica) Si querido.

-(Hutcheson) Te dedicaré los mejores años de mi vida

-(Nora) huuummm

-(Hutcheson) Estoy libre, despedido, sin empleo. Adiós periódico. Ya nada nos volverá a separar. Han vendido el periódico.

-(Nora) Lo sé

-(Hutcheson) El divorcio es mala cosa, Nora

-.....si querido.

(Nora rechaza cortésmente a su exmarido que intenta besarla y cuando escenas más tarde la anuncia que va a volver a casarse, Hutcheson se hunde).

Tras una brutal agresión a uno de sus periodistas *The Day* decide desenmascarar a Rienzi, un capo mafioso acusado de haber arreglado votos y extorsionado en unas elecciones, entre otros delitos. Con riesgo de su integridad física, e incluso de sus vidas, los periodistas acorralan a Rienzi, quién llama al periódico para amenazar a (Hutcheson)

(Rienzi) Ahí va un aviso amigo. No tiene a la suerte. No publique ese artículo

(Hutcheson) ¿Es una amenaza?

(Rienzi) Es usted hombre muerto

(Hutcheson) Ahora no soy sólo yo. ¿De veras piensa que puede detener a todos los periódicos del país? No es lo bastante poderoso para eso. Individuos como usted ya lo intentaron con balas, presiones y censuras. Pero mientras exista un periódico para imprimir la verdad están acabados.

(Rienzi) ¡No me haga perder más tiempo! Quiero una respuesta ¿sí o no?

(la rotativa se pone en marcha y Hutcheson acerca el teléfono a la máquina)

¿Qué demonio ese es alboroto?

(Hutcheson Es la rotativa, la rotativa y no puede usted nada contra ella.

Con las debidas reservas esta visión cinematográfica suena muy real en muchos momentos. En el mismo caso nos encontramos *Detrás de la noticia* (la gerente no quiere parar la rotativa porque media tirada está ya en los puntos de venta, aun llevando una mentira en portada) y en *Network, un mundo implacable* (enlazando con la oposición de Murrow al comercialismo y la lucha de toda una redacción por no desaparecer). Ambas son ficciones cinematográficas, pero fácilmente trasladables a la vida cotidiana de medios y periodistas.

4.6. Detrás de la noticia: un tabloide que dice siempre la verdad.

En apariencia es una película más sobre los periodistas pícaros que forman la redacción del tabloide *The Sun* cuyo periodismo es la antítesis del pulcro y respetado *The New York Sentinel* (trasunto de *The New York Times*). Ambos periódicos se encuentran con la noticia de la muerte de dos agentes de bolsa y la detención de dos jóvenes negros que, simplemente pasaban por allí. La oposición ético-no ético se plantea entre el jefe de local Henry Hackett (Mikael Keaton) que sospecha que los jóvenes no lo hicieron y que se trata de un montaje, y la periodista en funciones de gerente Alicia Clark (Glen Close) a la que no le importa publicar una noticia sin contrastar. Hackett quiere publicar "Ellos no lo hicieron"; Clark prefiere "Os atrapamos". En medio un veterano y curtido director de los tiempos del periodismo romántico, Bernie White (Robert Duvall).

Así, en el consejo de redacción el director y los distintos directores de sección se toman a guasa el anuncio de uno de ellos de que ha descubierto un nuevo Watergate, y corean la desternillante intervención de la directora de la sección internacional:

(Directora) Los terroristas volaron un restaurante en París. Cinco muertos, ninguno de Nueva York. Un transbordador vuela completo en Filipinas. Trecientos ahogados, ninguno de Nueva York. Hubo un violento golpe de estado en Bahrein....

(Todos) ¡¡Ninguno de Nueva York!!

(Directora) Presenciado...presenciado por dos personas de Long Island

(Directora, a Hackett) Ah Henry esto te va a intersear: la ballena gigante de Ucrania ha tenido trillizos

Pero, en contra de lo que pueda parecer, la película es un alegato de defensa de la verdad, de la dignidad

profesional, de la solidaridad entre compañeros, envuelto, eso sí, en una comedia.

Hackett tiene ante sí una oportunidad de cambiar el periodismo de trinchera, por otro que le permitirá *cubrir el mundo* en el *Sentinel*. Allí un deliberadamente cursi y afectado editor le explica que el puesto es suyo si lo quiere, pero al tiempo trata de saber que tiene el *Sun* sobre el doble asesinato. Picado en su amor propio, descubre en la mesa del editor una nota que relaciona las muertes con dinero de la mafia. Arruinando sus posibilidades de una vida mejor, con mejor sueldo y mucho más sosiego para él y su familia investiga y obtiene la confesión de un inspector de policía: *ellos no lo hicieron*. Sin embargo Alicia Clark, despechada porque el dueño del *Sun*, le niega una subida de sueldo y la humilla en público, pone en marcha la rotativa publicando la noticia falsa.

Particularmente notable son las escenas en el bar cercano a la redacción donde un apenado White se lamenta de su pésima vida familiar al final de su carrera tras la pelea a golpes de Hackett y Clark en las escaleras de la rotativa. Así aparece el periodista veterano que se ha ganado el respeto de la profesión pero por el camino se ha quedado sin familia (No le pidas consejo marital a un hombre con dos exmujeres y una hija que no le habla). Acodado en la barra y bastante bebido, le dice a su compañero de penas, el delegado de tráfico Sandusky:

-(White) Debo saber si mi hija me odia, porque si me odia todo es en vano.

-(Sandusky) ¿Si te odia?, es tu hija ¿qué has podido hacerle?.

– (White) Joder con mis reporteras, destrozar a su madre.

-(Sandusky) Eso bastaría.

-(White) Bastó.

Y la conversación entre McDougale y Clark:

(McDougale a Clark refiriéndose a la pelea con Hackett) ¿Qué quieres que te diga, buen trabajo?. No puedo hacerlo (...) Además Henry tenía razón.

(Clark) No somos el Washington Post, ¿vale?.

(McDougale) No, no lo somos. Ponemos titulares idiotas porque creemos que hacen gracia; mutilaciones en la portada porque tenemos nuevas fotos y yo paso tres semanas quejándome del delegado de tráfico porque vende periódicos. Pero es la verdad y, que yo recuerde, nosotros nunca jamás publicamos algo falso a sabiendas,... hasta esta noche.

Alicia queda unos momentos pensativa y corre luego al teléfono para parar máquinas y publicar la historia verdadera. Y si en esta película Clark encuentra una puerta de salida digna, que la devuelve al mundo del periodismo honesto, en *Network* no hay salida digna. Se utiliza a un periodista como carnaza, se le humilla y cuando ya no vale se le asesina en el estudio, en directo.

4.7. “Network, un mundo implacable”: el esperpento televisado.

Esta película se estrenó el mismo año que *Todos los hombres del presidente* y de las nueve seleccionadas es la única que recurre a técnicas narrativas propias del esperpento. El personaje que representa aquí los valores éticos no es el enloquecido Howard Beale (Peter Finch) -rebelde y desvergonzado al comienzo; completamente loco y genuflexo al final-, sino Max Schumacher (William Holden) el director de la sección de informativos que se entera en una reunión de la corporación propietaria de su empresa mediática que los informativos van a ser eliminados de la programación.

Como Ed Huteson y Bernie White también Howard Beale tiene un vida triste:

-(Al comienzo.Voz en off): Estas es la historia de Howard Beale, uno de los mejores locutores de telediarios de la cadena UBS. En su época Howard Beale fue el número uno de los servicios informativos, con un índice de popularidad no superado hasta entonces y una audiencia extraordinaria. Pero, en 1969 su suerte sufrió un

declive: su fama descendió de forma notable. Al año siguiente enviudó, quedándose solo, sin hijos y casi hundido profesionalmente. Se tornó taciturno, solitario y empezó a beber demasiado...

Pero el tema central es proceso de hiper comercialización que ya había denunciado Murrow en 1958. No por casualidad, además, un año antes la ITT había pretendido comprar la *ABC* y la *NBC* seguía en manos de la *Radio Corporation of America (RCA)*. Efectivamente, en el film, una corporación gigantesca y ajena al mundo del periodismo, la *Communication Corporation of America (CCA)*, pretende convertir los espacios informativos en shows de entretenimiento, brujas, horóscopo concebidos sin ética alguna y solo dependientes de los índices de audiencia (otra vez Murrow; otra vez Hutichinson). Lumet utiliza a Beale para descargar la más feroz de las críticas, a caballo de los discursos de un loco que, conocer de que va a ser despedido por su baja audiencia, anuncia en directo que va a pegarse un tiro en el próximo programa:

(Un aparentemente arrepentido Beale, por haber anunciado su suicidio en antena):

-(voz en off): Las noticias de la *UBS* con Howard Beale

-(Beale): Buenas noches hoy es miércoles 24 de septiembre y esta es mi última actuación. Ayer anuncié en este programa que iba a suicidarme ante las cámaras. Confieso que fue un acto de locura. Les diré lo que pasó: se me acabaron las majaderías.

Y, en otra intervención, justo tras la convocatoria a la audiencia para que salga a los balcones gritando *estoy más que harto y no pienso seguir aguantándolo*, el enloquecido Beale ataca de frente el periodismo espectáculo que en versión televisiva acabamos de ver en Ed (Hutcheson)

-(Beale) Edward G. Rudy ha muerto. Bien un hombrecito rico y canoso ha muerto, ¿y eso que tiene que ver con el precio del arroz? Y por qué decir ¡ay de nosotros! Porque todos ustedes 62 millones de personas me están escuchando ahora; porque sólo el 3% de ustedes lee libros; sólo el 15% lee un periódico; porque la única verdad que oyen es la que se transmite por televisión. En nuestros días hay toda una nueva generación que ni está enterada de nada que no haya salido de ese aparato. El televisor es el evangelio, la última revelación; el televisor puede ser la ruina o la fortuna de presidentes, papas, primeros ministros: el televisor tiene el más imponente poder que existe en nuestro desventurado mundo. Y ¡ay de nosotros! Si llega a caer en manos de los malvados y por eso ¡ay de nosotros! Porque Edward J. Rudy ha muerto. Porque ahora esta compañía está en manos de la *Communications Corporation of America*. Hay un nuevo presidente en la junta, el señor Hackett que ocupa el despacho que fue del señor Rudy. Y cuando esta emisora, que es una de las más importantes del país controla uno de los más imponentes y malditos sistemas de propaganda de este desalmado y sucio mundo, quién sabe qué mierda será canjeada por la verdad en este cadena. Así que escúchenme, escúchenme la televisión no es la verdad es un maldito parque de atracciones, un circo, una troupe de titiriteros, un carnaval (...) ustedes no van a enterarse de la verdad por nosotros. Les diremos cuanto quieran oír. Mentimos como hablamos.

La dignidad profesional la pone la sección de informativos declarada a extinguir, que asiste impotente a la conversión de la *UBS* en una cadena portavoz y altavoz de los intereses de Arthur Jensen (Ned Beatty) dueño de *CCA*, cuyo discurso ante Howard Beale es antológico.

Mientras tanto, la división de programas, dirigida por Diana Christensen (Fane Dunaway) y el nuevo presidente de la *UBS*, Frank Hackett (Robert Duvall), utilizarán a Beale hasta que empiece a descender su audiencia. Cuando esto ocurre, lo asesinan. La película termina así: esta es la historia de Howard Beale, el primer caso que se conoce de un hombre que fue asesinado porque descendió su índice de popularidad.

Ficción, ficción...; si pero, las corporaciones que se comen empresas de medios, no son un invento ni de *Network*, ni de *El cuarto poder*. Los comprobamos con *El Dilema*.

4.8. “El dilema”: la vergonzosa autocensura.

En 1995 los informativos de la *CBS* y la *ABC* ocultaron datos contrastados acerca de las actividades de las grandes compañías tabaqueras. Todas ellas añadían nicotina a los cigarrillos para incrementar la adicción y con

ello el consumo. ABC llegó incluso a pedir perdón a *Phillips Morris* y CBS censuró el informativo *60 Minutes*. La razón era que ambas se encontraban negociando su venta a la *Disney* y a la *Westinghouse*. Los ejecutivos de ambas cadenas cobraron cifras millonarias con la operación de venta. Así lo puso de manifiesto el documental *Cortina de Humo*, realizado por la productora *Frontline* meses más tarde.

Sobre este hecho real, dejando a la ABC a un lado, se realizó *El dilema*, centrando toda la cuestión en el conflicto ético que se les plantea a Lowell Bergman (Al Pacino) y Mike Wallace (Christopher Plummer). Los valores éticos están aquí encarnados en el primero y no en el segundo, cuya claudicación y paupérrima defensa de sí mismo, deberían haber terminado con la carrera del presentador de *60 Minutos*. Wigand contó su historia a Mark Wallace y Lowell Bergman montó el resto del programa que denunciaba a la industria del tabaco por añadir nicotina a los cigarrillos. Los ejecutivos de la CBS saben que lo que tienen esta contrastado, es cierto. Pero la dirección de la cadena decide no emitirlo, plegándose a la amenaza de *Brown & Williamson* (una demanda millonaria) que pondría en peligro la venta de la veterana emisora a *Westinghouse*. El propietario de la CBS era por entonces Lawrence Tish, dueño también de una tabaquera. En la operación los ejecutivos de *Loew's* y de la corporación CBS iban a ganar mucho dinero con la venta de *Westinghouse*.

El conflicto se plantea entre Bergman que quiere emitir el programa entero caiga quien caiga y la dirección (nada menos que Don Hewitt) a la que se suma Mike Wallace. La postura de éste último es impropia de un periodista ético.

Cuando el reportaje está grabado y montado, se convoca por la dirección de CBS una reunión en la que Lowell Bergman se da cuenta de que el programa no va emitirse. En la reunión están presentes, además de Lowell Bergman y Mike Wallace, la ejecutiva de la coporación CBS, Hellen Caperelli (Gina Herhom), el director de informativos, Erik Cluster (Stephen Todolowsky) y el productor jefe Don hewitt (Philp Blaker Hall)

(Bergman) ¿La dirección de CBS está diciendo a sus informativos que no se les ocurra emitir esta historia.

(Caperelli) Oye, te estás precipitando, todos somos la CBS.

(Cluster) Propongo un monaje alternativo

(Bergman) No, voy a tocar mi versión.

(Cluster) Me temo que sí. Lo haremos contigo o sin ti, Lowell

(Bergman) Vamos a ver, ¿desde cuando el parangón del periodismo de investigación, consiente que los abogados decidan el contenido de 60 minutos.

(Hewitt) Es sólo otra versión, ¿qué pasa por tener una versión alterntiva? No creo que se cauteloso sea un despropósito.

(Bergman, a Cluster que se ha puesto en pie tratando de terminar) Antes de que te vayas. He descubierto esro: un archivo de la comisión de valores sobre la venta de CBS Corp. A *Westinghouse Corp*.

(Wallace) ¿Cómo?

(Hewitt) He oído rumores

(Bergman) Más que rumores, es real. Si Tish puede vender a 81\$ la acción a *Westinghouse* y surge la amenaza de un pleito multimillonario con *Brown & Williamson*, podría jorobarse la venta, ¿no?. (...) Personas que se benefician de esta operación: Hellen Caperelli, Erik Cluster....

(Hewitt) ¿Sugieres que ella y Cluster aturon movidos por el dinero?

(Bergman) ¡Oh no!, trabajan gratis.

(Hewitt) ¿La CBS no hace eso. ¿Cuestionas nuestra integridad periodística?

(Bergamn) ¿Cuestiono todo cuando oyes “objeciones razonables” e “interferenciaa torticera”, yo oigo: posible pleito de *B&W* comprometiendo la venta de *CBS* a *Westinghouse*; ergo corto el reportaje y dejo a Wigand solo, obedeces órdenes y a la mierda. Wigand se ha saltado la confidencialidad y viena a la televisión, ¿vamos a emitirlo?, NO, porque cuenta la verdad y por eso no vamos a emitirlo.

(Y cuando da por hecho que Wallace va a apoyarle)....

(Wallace) Estoy con Don (Hewitt) en esto, Lowell

Al final, Bergman recurre a sus contactos en *The New York Times* y *The Wall Street Journal*, que publican todos los datos que la CBS no quiso emitir y fuerza la emisión completa del reportaje. Bergman deja la CBS, y rompe con Wallace.

Solo una pega a esta, por otra parte excelente película: si es de intereses corporativos ocultos de lo que se habla, ¿Por qué no se menciona más que en una ocasión el aún más vergonzoso comportamiento de la ABC, que en ese mismo año fue vendida a *Disney*, al disculparse con Reynolds por un caso idéntico al de Wigand?. Tal vez, solo tal vez sea porque la productora de *El dilema* es *Touchstone*; es decir, *Disney*.

5. PERIODISMO CINEMATOGRAFICO vs PERIODISMO REAL.

Deliberadamente seis de las nueve películas analizadas aquí se refieren a hechos reales. Son más documentales que películas. Con ello refutamos a quienes piensan que el cine no se ocupa ni de los periodistas corrientes ni de las situaciones cotidianas a las que se enfrentan los medios porque, “salvo excepciones no pueden transmitir la imagen real del periodismo”. Normalmente esa es la postura de muchos periodistas, medios y académicos cuando se enfrentan al cine de periodistas villanos. Esos mismos se deshacen en elogios sobre este otro tipo de películas que si muestran cómo trabajan de verdad de los periodistas y los medios. En primer lugar porque basadas en hechos reales o no, los periodistas y los medios villanos existen en este cine de periodistas éticos como podemos comprobar en el cuadro siguiente:

PELICULA	PERIODISTA/ MEDIO ÉTICO	PERIODIST A/MEDIO NO ÉTICO	PODER PUBLICO CORRUPTO	PODER PRIVADO CORRUPTO
El cuarto poder	E.Hutcheson The Day	White The Standard		T. Renzi
Todo los hombres del Presidente	B.Woodward C.Bernstein Ben Bradley The Washington Post		R.Nixon La Administración Nixon	
Network, un mundo implacable	Max Schumacher	Frank Hackett Dianne Christensen UBS		Arthur Jensen CCA Ejercito Ecuménico de Liberación
Murrow	Ed.Murrow F.Friendly	W.Paley Frank Stanton CBS	J.McCarthy Comité de Actividades Anti- norteamerican as	
Detrás de la noticia	H.Hackett	Alicia Clark	Ayuntamiento de Nueva York Policia	
El dilema	L.Bergman The New York Times The Wall Street Journal	M.Wallace Don Hewitt Erik Cluster Hellen Capirelli CBS		Brown & Williamson
El precio de la verdad	"Chuck" Lane Michel Kelly Adam Pennenberg The New Republic Forbes Digital	Stephen Glass		
Buenas noches y buena suerte	Ed.Murrow F.Friendly	W.Paley CBS	J.McCarthy Comité de Actividades Anti- norteamerican as	
El desafío Frost contra Nixon	D.Frost Equipo de Frost		Nixon	Equipo de Mixon

Pero, además, en la parte de esta investigación que abarcó el cine sobre el periodista villano en el cine, cuya selección estuvo compuesta por *The Front Page*, *Chantaje en Broadway*, *Luna Nueva*, *Primera Plana*, *Historia del hampa*, *Interferencias*, *La Reina de Nueva York*, *El Manantial*, *El Gran Carnaval*, *Eva al desnudo* y *Al Filo de la noticia*, encontramos verdaderos alegatos por el respeto a la ética profesional. Sea como recurso para reforzar la imagen negativa, sea como recordatorio de lo que el periodismo debe ser, los mismos villanos del celuloide, se detienen y entrecruzan diálogos en los que el periodismo noble, valiente y ético se abre paso. Ver cuadro:

VALORES ÉTICOS	CITAS EN LAS PELÍCULAS DE PERIODISTA VILLANO
integridad profesional (independencia, libertad y honradez)	78
defensa de la libertad de información	58
servicio al bien común	38
dignidad profesional, lealtad a la profesión.	29
responsabilidad intelectual, tolerancia y la moderación en las polémicas	7
responsabilidad social y profesional; respeto a las instituciones (democráticas, judiciales y periodísticas)	18

Los periodistas y los académicos deberíamos saber que la realidad tiene múltiples interpretaciones y que nuestro principal compromiso es con la verdad. Y la verdad es que existen dos tipos de cine sobre periodistas que, basados en hechos reales o no, muestran cómo trabajan dos tipos de periodistas y dos tipos de medios. Lo

que ocurre es que ambos tipos de periodismo existen. Valga como demostración, poniendo ahora España como ejemplo, el que las encuestas de la APM, muestran año tras año, que lo que nunca debe hacer un periodista es inferior siempre a lo que el periodista hace o debería hacer, pero eso no hace desaparecer al villano, ni hace más héroe al periodista ético. En realidad lo que este último hace no es heroico, lo que hace es cumplir con su deber. Pero, los porcentajes que registran la actividad de periodistas y/o medios dejan sobre el tapete una porción muy significativa de persistente permanencia de prácticas basadas en los contravalores éticos.

En *La pista falsa* de Henning Mankell, leemos:

«Hay dos tipos de periodistas: uno es el que cava la tierra en busca de la verdad. Está abajo en el hoyo echando la tierra hacia arriba. Pero encima de él hay otro hombre echando la tierra hacia abajo. Él también es periodista. (...)Tienes periodistas que quieren informar y descubrir. Tienes otros que ejecutan los recados del poder y contribuyen a ocultar lo que realmente está ocurriendo».

Por eso, no hay nada de mentira en cuanto el celuloide muestra se trate de periodistas éticos como los nueve presentados aquí o villanos como los diez presentados en otra parte de la investigación. Y, como hemos dicho, valores y contravalores se entrecruzan. El periodismo tiene una imagen ideal y otra miserable y el cine norteamericano ha sabido recoger las dos magistralmente.

BIBLIOGRAFÍA

ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID (2005-2012). *Encuestas sobre la profesión*. Madrid: APM

BARRIS, Alex (1976) *Stop the presses! (The Newspaperman in American Films)*. Nueva York-Londres: A.S. Barnes & Co./Thomas Yoseloff Ltd. ISBN:049801603X

BEZUNARTEA, Ofa et al (2007). Periodistas de cine y ética. *Ámbitos*, nº 16, pp. 369-393. ISSN:19887733

BEZUNARTEA, Ofa et al (2010). El perfil de los periodistas en el cine: tópicos agigantados. *Intercom-Revista Brasileira de Comunicação*, vol 33 nº 1, pp. 145-167. ISSN:1980358

GOOD, Howard. (1998) *The image of journalism in contemporary film*. Lanham: Scarecrow Press. ISBN: 0810821621, 9780810821620

KAEL, Pauline. (1974). *Raising Kane*, Nueva York: Bantam Books. ISBN:071453014X

LEPROHON, Pierre. (1966) *Historia del cine.*, Madrid: Rialp. ISBN: 843211449X

MERA, Montse. (2008). Periodistas de cine. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº 14, 505-525. ISSN:19882692

ORTEGA, Félix. (2006). Periodismo sin información. Madrid: Tecnos. ISBN: 9788420650654

ORTEGA, Félix.; HUMANES, María. Luisa. (2000): *Algo más que periodista: sociología de una profesión*. Barcelona: Ariel. ISBN :8434418142

PICOS, José Juan. (2002). *Imagen ideal e imagen efectiva del periodista español*. Tesis doctoral. Madrid: UCM-Servicio de Publicaciones. Recurso electrónico

BREVE SEMBLANZA DEL AUTOR

Fernando Quirós Fernández es Catedrático de Universidad, Universidad Complutense de Madrid. Director del Observatorio de Medios de Comunicación de la UCM. Doctor en Ciencias de la Información; Licenciado en Ciencias de la Información y Diplomado en Sociología del Desarrollo y en Documentación. Autor de más de

cincuenta aportaciones entre libros, capítulos de libros y artículos de revista científica. Autor de ciento veinte ponencias/comunicaciones presentadas a congresos nacionales e internacionales.

Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, n.24, año 2014, primer trimestre (primavera).

Recibido: 15/12/2013

Aprobado: 18/2/2014