

LAS ACTITUDES DE LOS PERIODISTAS ANTE LOS MÉTODOS DE LEGITIMIDAD DUDOSA

SALVADOR ALSIUS (*Universidad Pompeu Fabra*), CARLOS MACIÁ (*Universidad Carlos III de Madrid*), BEGOÑA ZALBIDEA (*Universidad del País Vasco*), JUAN CARLOS SUÁREZ (*Universidad de Sevilla*), FRANCESC SALGADO (*Universidad Pompeu Fabra*), SUSANA HERRERA (*Universidad Carlos III de Madrid*), JUAN CARLOS PÉREZ (*Universidad del País Vasco*), LORENA ROMERO (*Universidad de Sevilla*), ELENA REAL (*Universidad Complutense de Madrid*), FABIOLA ALCALÁ (*Universidad Pompeu Fabra*)

La presente comunicación expone los resultados de un aspecto parcial de una investigación que abarca muy diversos asuntos relacionados con la ética periodística. Se trata del proyecto “Ética y excelencia informativa. La ética periodística frente a las expectativas de la ciudadanía”. Antes de pasar a presentar una serie de datos obtenidos, describiremos sucintamente el contexto científico del trabajo y la metodología empleada.¹

¹ Una descripción del proyecto de investigación fue presentada en CIEDI 2007 en el marco de una sesión especialmente dispuesta a estos efectos, en la cual intervinieron los investigadores principales de las cuatro universidades implicadas: Salvador Alsius (UPF), Carlos Maciá (UC3M), Carlos Pérez y Begoña Zalbidea (UPV) y Juan Carlos Suárez (USE). Por otra parte, el desarrollo de la primera fase de la investigación fue expuesto en una de las ponencias del CIEDI 2008 y, por lo tanto, objeto de publicación en el libro que recogía todas las aportaciones hechas al congreso. Véase ALSIUS, S.: “Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de los ciudadanos”, en *El derecho a la información judicial*. 6º Congreso CIEDI, Fundación Coso, Valencia, 2008.

1. PLANTEAMIENTO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación “Ética y excelencia informativa. La ética periodística frente a las expectativas de la ciudadanía”, encuadrada en el programa I+D+I del Ministerio de Ciencia e Innovación español, ha venido siendo desarrollada desde 2006 por equipos de las universidades Pompeu Fabra (Barcelona), Carlos III (Madrid), del País Vasco y de Sevilla, de forma coordinada. Ha sido planteada en tres fases sucesivas que se correspondían con cada uno de los tres años de duración del proyecto.

Fase I (primer año)

Objetivo: Elaborar un inventario comparativo de las normas y estándares que configuran doctrinalmente el ejercicio ético del periodismo.

Para esta fase, la metodología aplicada fue el análisis de contenido de todos los códigos deontológicos y documentos diversos de autorregulación que contribuyen de forma directa o indirecta a establecer un cuerpo doctrinal deontológico en el ejercicio del periodismo en España.

Dicho análisis se ha efectuado siguiendo la metodología propia del Derecho comparado, es decir, mediante un tesoro que establece las diversas categorías o ítems susceptibles de cotejo. Por otra parte, se construyó una base de datos en la que se han introducido todos los documentos localizados y que permitía encontrar todos y cada uno de los artículos o los párrafos de los documentos de acuerdo con el tesoro. En la práctica, esto ha significado que se ha podido obtener de forma instantánea toda la “doctrina” existente para un determinado ítem (como por ejemplo, la propagación de rumores, la presunción de inocencia, los conflictos de intereses, el tratamiento informativo de la violencia contra las mujeres, etc.).

Los resultados alcanzados en esta primera fase tienen interés por sí mismos por lo que supone de acopio de unos materiales que no habían sido recopilados nunca, al menos de la forma descrita. Pero a los efectos del hilo de la investigación considerada en su conjunto, permitieron elaborar un listado de asuntos claro y conciso que alimentaría el trabajo demoscópico que iba a obtenerse en las fases posteriores.

Fase II (segundo año)

Objetivo: Poner en contraste las normas identificadas en la fase I con el sistema de valores predominante en los criterios éticos interiorizados por los profesionales de la comunicación social.

A esta fase corresponden los resultados que a continuación se expondrán. Por lo que se refiere a la metodología esta fase se abordó con un sistema combinado de dos tipos de método como enseguida se explicará más detalladamente: entrevistas en profundidad y encuestas.

Fase III (tercer año)

Objetivo: Comprobar hasta qué punto las normas existentes y el sistema de valores identificados en las fases anteriores son compartidos por el público destinatario de la información.

La metodología básica que se está aplicando en esta fase (actualmente en periodo de ejecución) combina los grupos de discusión (o, en inglés, *focal groups*) y la encuesta telefónica. Dentro de lo posible, se ha procurado que las cuestiones acerca de las cuales se pregunta a los ciudadanos sean las mismas que las puestas en juego en la fase anterior, cuando los interpelados fueron los profesionales de la información. Sin embargo, esta pretensión se ha orillado en algunos casos, cuando se ha constatado que hay aspectos de la deontología periodística que, aunque podrían e incluso deberían ser de un máximo interés para el conjunto de los consumidores de información de actualidad, están condicionados por un conjunto de circunstancias técnicas y profesionales que los convierte en poco asequibles para sectores amplios de la ciudadanía.

Con todo, se espera que el contraste entre las respuestas obtenidas por parte de los periodistas y las proporcionadas por los ciudadanos resulte uno de los aspectos más interesantes de la investigación abordada.

2. METODOLOGÍA CORRESPONDIENTE A LA INVESTIGACIÓN ACERCA DE LOS PROFESIONALES

Como hemos señalado, la segunda fase de la investigación, desarrollada entre los años 2008 y 2009, se ha dedicado a averiguar qué sistema de valores éticos es el imperante entre los periodistas y qué tipo de normas piensan estos profesionales que deben ser observadas.

A estos efectos se han utilizado dos métodos complementarios, uno de carácter cualitativo y el otro de carácter cuantitativo: entrevistas en profundidad y encuestas. Los desarrollos de estos métodos han sido similares en las cuatro zonas en las que se ha realizado la investigación, si bien su concreción ha variado ligeramente en función de una serie de elementos: número de personas que constituían los respectivos universos, oportunidades para establecer las muestras, posibilidades técnicas para la materialización de las entrevistas y las encuestas, etc.

Se tomó como punto de partida el tesoro que había vertebrado la base de datos construida en la primera fase de la investigación (cuyo primer nivel de clasificación contempla los principios de veracidad, justicia, libertad y responsabilidad). Asimismo, se tuvo en cuenta el listado de ítems que aparecían como más candentes de acuerdo con los documentos deontológicos contenidos en la base: códigos éticos de carácter general, material extraído de los libros de estilo o de principios de los medios que disponen de ellos, estatutos de redacción, recomendaciones temáticas emanadas de instituciones o colectivos con manifiesta ascendencia sobre la actividad periodística, etc.

Con base en todo ello se elaboró un guión básico o pauta de conversación para las entrevistas en profundidad. Este guión planteaba una serie de cuestiones de forma que las preguntas condicionaran lo mínimo que fuera posible las respuestas de los entrevistados. En bastantes puntos del guión se planteaba un tema de forma muy abierta para dejar que el entrevistado lo abordara de forma espontánea y se iba cerrando o concretando a tenor del discurso de la persona que respondía. A estos efectos se contó con entrevistadores que no formaban parte de los equipos de investigación (para huir tanto como fuera posible de los prejuicios y/o las inducciones) y que recibieron una formación específica.

Para determinar qué personas iban a ser entrevistadas se seleccionaron muestras que se consideraron suficientes para cada una de las zonas y que oscilaron entre 20 y 30 periodistas. Estas muestras se construyeron por un sistema de estratificación que tomaba en cuenta una serie de variables independientes que se consideraron básicas:

- Edad.
- Sexo.
- Tipología geográfica del lugar de trabajo.
- Nivel de estudios y titulación.
- Categoría laboral.
- Pertenencia a empresa pública o privada.
- Tipo de medio (prensa, radio, televisión, Internet, agencia, etc.).
- Tamaño de la empresa.
- Sección o área temática (política, economía, cultura, deportes, prensa del corazón, etc.).

Se consideraron otras variables, como la ideología política y el nivel de ingresos, pero se desestimaron ante la dificultad de identificarlas a priori para cada sujeto.

Una vez finalizadas las entrevistas, las correspondientes empresas e instituciones con las que se contrató su ejecución emprendieron un vaciado exhaustivo de las conversaciones y se realizaron unos informes estructurados de tal manera que se podía identificar cuáles eran las opiniones respecto a cada uno de los ítems del tesoro que había servido como punto de partida.

Dichos informes se convirtieron inmediatamente en material básico para comenzar a diseñar la encuesta de carácter cuantitativo. En este punto volvieron a suscitarse dos cuestiones fundamentales: el contenido de la encuesta y la determinación de la forma de aplicarla (relacionada ésta a su vez con el diseño de las muestras). Dado que ambas cuestiones interactuaban y se condicionaban mutuamente, cada zona tuvo que proceder acorde con las posibilidades operativas de las que gozaba. Situación no ideal desde una perspectiva de pureza metodológica, pero que hubo que aceptar por motivos de pragmatismo.

Se produjo un largo e interesante debate entre los diversos equipos de investigación y de estos, a su vez, con los técnicos de las empresas demoscópicas acerca de cuál era la mejor vía para pasar las encuestas: presencial, telefónica, *on-line*,... En tres de las cuatro zonas (Cataluña, Madrid y Euskadi) se optó por plantear las encuestas *on-line*, mientras que en Andalucía se decidió que había que pasar las encuestas en soporte papel y distribuirlas en redacciones de diversos medios. Por este motivo, y también para atender a sensibilidades diferenciales, se presentaba muy difícil redactar una encuesta única. Finalmente se decidió que habría una serie de preguntas de carácter troncal que serían comunes a todos los cuestionarios y que se dejaba libertad a cada equipo para

añadir algunas preguntas más. Asimismo, y con diversos niveles de concreción, se realizaron algunos test para averiguar si las preguntas estaban correctamente formuladas, eran comprendidas por los entrevistados, contenían ambigüedades o términos de difícil comprensión, etc.

Cada zona articuló estrategias para conseguir un número de respuestas que pudiera considerarse suficiente para que los resultados alcanzaran los adecuados niveles de significación y de confianza. Hay que tener en cuenta que en algunas de las zonas se contaba con censos altamente fiables de una parte substancial de la profesión, mientras que en otras se partía prácticamente de cero en este sentido. Las respuestas que se obtuvieron fueron las siguientes:

- Cataluña: 1.198.
- Madrid: 417.
- Euskadi: 172.
- Andalucía: 225.

3. DELIMITACIÓN DEL ÍTEM ESTUDIADO: A QUÉ MÉTODOS “ILÍCITOS” NOS REFERIMOS

Cuando hablamos de métodos posiblemente ilícitos nos referimos a unos procedimientos que, independientemente de su legalidad, son susceptibles de menoscabar principios considerados como básicos en el terreno de la ética periodística. En los últimos años, cuestiones como el uso de cámaras ocultas, la entrada subrepticia en lugares privados o la ocultación de la identidad del periodista, entre otras, han sido muy controvertidas tanto por parte de los propios profesionales como de los públicos receptores de información.

Por una parte, el uso de tales métodos tiene que ver con el principio de veracidad. Y no tanto porque comprometa la adecuación del producto informativo a la realidad factual, sino por lo que conlleva de engaño a las fuentes informativas. Aunque pueda argüirse que engañar a las fuentes puede ser una vía para poder ofrecer mejor la verdad al público, hay que recordar que –en términos morales– no siempre el fin justifica los medios. Además, para el ejercicio del periodismo tanto o más importante que ser veraz lo es ser creíble, y la credibilidad de un medio podría verse seriamente amenazada si de manera más o menos sistemática recurriese a métodos engañosos.

Por otra parte, el uso ciertos métodos como los citados afecta o puede dañar seriamente otro territorio de la deontología periodística, como es el respeto por

la privacidad de las personas. Nos encontramos ante uno de tantos derechos individuales o colectivos que a menudo sirven de contrapeso del derecho a la información. El periodista, los responsables de los medios de comunicación y también los jueces se encuentran a menudo con que han de sopesar cuál de los dos tipos de derechos debe prevalecer: si el derecho del público a estar informado de una manera completa y veraz o alguno de los otros derechos civiles que las sociedades democráticas también quieren proteger. Y, sin duda, uno de esos derechos es el derecho a la privacidad, entendida ésta como la voluntad de pasar desapercibido ante los ojos de los demás y también ante los tentáculos de los medios de comunicación.

El uso de ciertos métodos por parte de los medios de comunicación roza en algunas ocasiones la frontera de la legalidad y por ello no debe extrañarnos que exista sobre algunos de ellos (especialmente sobre las cámaras ocultas) una pródiga jurisprudencia en diversos países. Pero además se encuentra muy presente en los códigos éticos del periodismo. El análisis de numerosos documentos que incluyen “doctrina ética” elaborado en la primera fase de nuestra investigación permite establecer un listado, tanto por lo que se refiere a los principios éticos puestos en cuestión como a la relación de usos que son susceptibles de regulación.

4. DOCTRINA DEONTOLÓGICA BÁSICA

Como fruto de la primera fase de la investigación, anteriormente referida, se ha podido establecer, a grandes rasgos, cuál es el conjunto de principios y normas acerca del uso de medios considerados ilícitos que puede destilarse de los documentos deontológicos vigentes en el conjunto de España. Para el caso de las cámaras ocultas, para proponer un ejemplo que es perfectamente extrapolable al resto de medios posiblemente ilícitos, la doctrina deontológica más extendida plantea, a grandes rasgos, los siguientes criterios:

⇒ Como norma general, se restringe el uso de las cámaras ocultas, por lo que tiene de engaño a las personas afectadas.

- En el ámbito informativo, su uso se puede contemplar sólo en la modalidad del periodismo de investigación.
 - Investigación de delitos o de conductas anti-sociales.
 - Debe existir una evidencia previa.
 - Debe tenerse cuidado de que las personas concretas que son

grabadas sean suficientemente representativas de la conducta que se pretende denunciar.

- Otras investigaciones de temas sociales en que sea importante observar reacciones espontáneas.
- Se señalan diversas condiciones para emplearlas (en unos casos, como suficientes; en otros, como necesarias todas ellas de forma concurrente).
 - Que la información obtenida sea de clara importancia o de interés público.
 - Que se hayan agotado otras vías para obtener la misma información.
 - Que los periodistas estén en condiciones de explicar claramente el procedimiento que han utilizado para conseguir la información y cuáles son las razones que les han conducido a elegirlo.
 - Que los beneficios informativos obtenidos gracias al engaño compensen ampliamente los posibles perjuicios causados al perpetrarlo.
- Se han de valorar las características del lugar donde se pretende efectuar la grabación (incluidas las disposiciones legales para cada caso).
 - Lugar público.
 - Lugar privado.
 - Lugar privado con acceso generalizado al público (grandes almacenes, estadios, etc.).
- Hay que valorar tanto la oportunidad de proceder a la grabación con la cámara oculta como, una vez obtenidos los documentos, la conveniencia de difundirlos.
- Antes de la difusión hay que decidir si se disimulará la identidad de las personas que aparecen en el documento.
 - Las personas que han sido objeto principal de la grabación.
 - Las personas que aparecen en ella de forma incidental.
- No debe aprovecharse el hecho de haberse servido de la cámara oculta para añadir “dramatismo” excesivo al planteamiento de la información (aunque es indudable que la información así obtenida tiende a la espectacularización de la información).
- Todas las decisiones han de tomarse en un marco de responsabilidad profesional.

- Proceso razonado por parte de los autores de la información.
 - Con consulta previa a los superiores correspondientes.
 - Se suele considerar aparte el uso de la cámara oculta con finalidad de entretenimiento. En este sentido:
 - Está poco delimitado el alcance que se permite dar a este propósito.
 - Es condición habitual pedir permiso a los afectados para emplear las imágenes antes de su difusión.
 - Hay que tener precaución con las personas que puedan aparecer accidentalmente en las imágenes.
- ⇒ Prácticas asimilables en ciertos aspectos al uso de las cámaras ocultas.
- Asimilables a las grabaciones subrepticias.
 - Grabaciones furtivas obtenidas por parte de personas ajenas, ya sea por encargo expreso o porque ellas ofrecen el material grabado.
 - Uso de cámaras con objetivos de largo alcance.
 - Uso de cámaras pequeñas, que pueden pasar desapercibidas.
 - Entrevistas “robadas” (no pactadas) obtenidas al abrir la cámara de improviso y/o inadvertidamente.
 - Uso de micrófonos ocultos.
 - Grabación de conversaciones telefónicas (del periodista con otra persona, o de dos personas entre sí) sin que los interlocutores conozcan esa circunstancia.
 - Prácticas relacionadas con el engaño pero no con las grabaciones subrepticias.
 - Disfraces o cambios de identidad por parte del periodista.
 - Disimulación de identidad (pasiva o activa).

5. ACTITUDES DE LOS PERIODISTAS ACERCA DE LOS MÉTODOS ILÍCITOS

Analizaremos ahora los resultados de la investigación en lo que se refiere a la utilización por parte de los periodistas de medios de dudosa legitimidad para obtener la información. Entre esos métodos, se ha indagado especialmente acerca del uso de cámaras o de micrófonos ocultos, las grabaciones

subrepticias, el uso de disfraces por parte de los informadores, la ocultación de su condición profesional y la entrada sin permiso en recintos privados. Con independencia de que el recurso a estas estrategias pueda ser sencillamente ilegal, todas ellas poseen en común el factor de que su empleo puede menoscabar el derecho a la privacidad de las personas.

Las entrevistas en profundidad operadas en las cuatro zonas arrojan un resultado muy similar en lo que se refiere a las actitudes que los profesionales del periodismo tienen ante el uso de medios que, en principio, puedan considerarse ilícitos. A diferencia de lo que ocurriría en las encuestas cuantitativas posteriores, en las entrevistas no se citaban de entrada cuáles podían ser estos medios. Pero en las conversaciones casi siempre se mencionaban aquellos que sí fueron objeto explícito de pregunta en las encuestas.

En términos generales, todo parece indicar que existen dos grandes grupos de periodistas por lo que se refiere al grado de aceptación de esos métodos dudosos. Uno mayoritario en el que los entrevistados exponen sus distintos límites en torno a los modos de obtener información y la manera en que resuelven los dilemas éticos ante los que se enfrentan en su trabajo cotidiano. Por otro lado, un grupo menos numeroso en el que los entrevistados niegan que haya algún caso en el que se pueda justificar el uso de medios ilícitos para obtener información. Claramente minoritario, en cambio, es un tercer grupo que no muestra especiales reparos en el uso de ese tipo de métodos.

Comenzamos refiriéndonos al grupo de los más estrictos. Puede estimarse en una horquilla que va del 30% al 50% la amplitud del sector de periodistas que rehúsa de una manera rotunda y categórica el uso de tales métodos. En general, quienes así opinan se muestran maximalistas a la hora de defender su posición y defienden que nunca y bajo ningún concepto el periodismo puede recurrir a esos procedimientos para la obtención de información.

Sin embargo, en las entrevistas en profundidad se presentaron casos en que algunos entrevistados comenzaron en esa posición maximalista al ser preguntados de forma genérica sobre el uso de “medios ilícitos” y posteriormente fueron relativizando poco o mucho su posición cuando la conversación derivó hacia procedimientos concretos. Como se verá enseguida cuando nos refiramos a los resultados de la encuesta, hay métodos dudosos que suscitan más rechazo que otros.

Los periodistas que se adscriben en este asunto a las tesis más maximalistas, se oponen a la idea de que el fin pueda justificar los medios. Consideran que

esos métodos no deben ser usados por importante que sea la razón informativa que invite a adoptarlos, es decir, por relevante que sea el asunto a tratar o a denunciar. Consideran estos profesionales que, a la hora de elaborarse la información, suele contarse con recursos suficientes como para que queden invalidados aquéllos que son dudosos en lo que se refiere a la eticidad.

Algunos de los comunicadores que se muestran más rígidos profundizan un poco más en las razones que les empujan a no aceptar saltarse nunca esa norma periodística. Así, podemos destacar el comentario de un alto directivo de un medio de Madrid que usa la metáfora de una rampa a la hora de referirse a los dilemas éticos que se plantean en este aspecto de la actuación profesional: “Si caes una vez en lo que no es lícito, la siguiente vez ya es mucho más fácil”. Las presiones por la competencia entre distintos medios y la urgencia generalizada en la que se trabaja en el sector constituyen una presión considerable ante la que el comunicador reacciona fundamentalmente a partir de los límites y criterios que él mismo se impone, y que varían también en función del ámbito concreto en el que trabaja.

En el otro extremo, constituyen claramente minoría los profesionales que se adscriben a la idea de que cualquier método es aceptable cuando de lo que se trata es de servir a la causa informativa. No llegan a un 10% los profesionales que creen que los métodos en cuestión pueden emplearse sin mayores problemas y siempre que sea necesario. Al avanzar esta cifra estamos ofreciendo la estimación de un promedio y, como veremos, la permisividad varía bastante de acuerdo con el método concreto de que se esté hablando. Para algunos de los medios sobre los que se preguntó, el número de profesionales que los admitía sin matices era ínfimo.

Todavía moviéndonos en términos generales, nos referimos finalmente al grupo mayoritario. Constituyen una horquilla que se sitúa entre el 40% y el 60% y son aquellos que consideran que esos métodos pueden usarse en determinadas circunstancias. Nuevamente aquí esa actitud más permisiva varía en función del método concreto de que se trate, pero, en general, las circunstancias excepcionales se refieren a dos tipos de condiciones que coinciden substancialmente con aquellas que los códigos deontológicos clásicos suelen establecer: que el asunto informativo tenga un claro interés público y que no sea posible abordarlo por métodos convencionales.

Los periodistas que se inscriben en esa actitud que podríamos considerar relativista o situacional reconocen que el uso de medios ilícitos debe ser muy excepcional, pero entienden que las situaciones excepcionales existen y deben

tenerse en cuenta. “No es lo conveniente –manifestaba una persona entrevistada en Euskadi– pero hay veces que, si no utilizas estos medios ilícitos, no llegarías a dar la noticia”. En las entrevistas en profundidad realizadas en las diversas zonas, se enumera una tipología de noticias que puede ser especialmente propicia para el uso de esos métodos: la denuncia de hechos delictivos, o de casos de corrupción política, o de abuso de los poderes públicos. Algún entrevistado apunta que en alguno de esos ámbitos la labor periodística debería realizarse con la complicidad judicial, si bien entonces parece evidente que tal vez podrían usarse métodos de eticidad dudosa pero difícilmente métodos que fueran claramente ilegales y, además, la información tendría entonces una tutela anómala como sería la de un juez.

Esa actitud matizada se manifiesta especialmente a propósito del uso de la cámara oculta. En torno a este tema, un número significativo de entrevistados ha optado por marcar los límites no tanto en el mero hecho de grabar subrepticamente sino más bien refiriéndolos a la difusión posterior de las imágenes o grabaciones obtenidas. Efectivamente, si el objetivo de la cámara es realizar algún tipo de denuncia social que pueda ser de interés público, algunos entrevistados no ven mayor problema y defienden incluso el uso de esa técnica. Si, por el contrario, el objetivo de la cámara oculta es tan sólo obtener imágenes morbosas que violan la intimidad de la persona grabada, en este caso el consenso es sensiblemente menor.

En las entrevistas mantenidas se ha podido observar también que un número significativo de profesionales tienden a eludir su propia responsabilidad ética, al menos en este asunto de los métodos ilícitos, para derivarla hacia sus superiores jerárquicos. Esta actitud tiene algunas veces unos tintes claramente críticos. Hay periodistas que confiesan que han de esforzarse para adecuarse al medio en el que trabajan, y los hay también que manifiestan que si no pueden aguantar las maneras de proceder en medios a los que no se sienten afines o donde se les imponen modos de proceder que no les parecen correctos, han tenido que (o tendrán que) cambiar de empresa o sector.

6. LOS DATOS DE LAS ENCUESTAS: ANÁLISIS UNIVARIABLE

Como hemos avanzado, los resultados de la encuesta cuantitativa confirman plenamente las impresiones generales extraídas de las entrevistas en profundidad. Pero al mismo tiempo permiten hilar bastante más fino a la hora de ver

cuáles son las actitudes respecto a cada método en concreto y, también, saber cómo operan algunas de las variables independientes (sociodemográficas y profesionales) tomadas en cuenta en el cuestionario.

Si se tuviera que establecer una prelación de los métodos por los que se preguntó, las respuestas que van en el sentido de que nunca debería usarse un determinado método arrojan la siguiente ordenación (yendo de menos tolerado a más tolerable).

- Disfrazarse o simular una identidad profesional diferente.
- Entrar sin autorización en un recinto privado.
- No informar a una fuente de que se la está grabando.
- Usar la cámara oculta.
- Emplear un micrófono oculto.
- No identificarse como periodista.

Debe significarse, sin embargo, que esta distribución varía si la elaboramos tomando como punto de referencia las respuestas que van en el sentido de considerar que el método puede usarse siempre sin mayores problemas. Desde esta perspectiva, el método más tolerado es también la ocultación de la identidad profesional (“no decir que se es periodista”), pero le sigue la entrada sin autorización en recintos privados. Es decir, que esta posibilidad es la que suscita, en términos generales, actitudes más opuestas o, dicho de otra manera, la que se presta a menos matices.

TABLA I

Empleo de métodos de obtención de la información por el periodista²

| | No debe usarse absolutamente nunca | Puede usarse en circunstancias excepcionales | Puede usarse sin mayores problemas |
|--|------------------------------------|--|------------------------------------|
| Cámara oculta | Eus 43% | Eus 51% | Eus 6% |
| | Cat 40% | Cat 58% | Cat 2% |
| | Mad 57% | Mad 41% | Mad 2% |
| | And 49% | And 48% | And 3% |
| Conjunto | 47,25% 44,75% | 49,50% 52,75% | 3,25% 2,5% |
| Micrófono oculto | Eus 40% | Eus 54% | Eus 6% |
| | Cat 36% | Cat 61% | Cat 3% |
| | Mad 55% | Mad 44% | Mad 1% |
| | And 45% | And 51% | And 4% |
| Conjunto | 44% 41,25% | 52,50% 55,75% | 3,50% 3% |
| No avisar de que se está grabando | Eus 41% | Eus 54% | Eus 5% |
| | Cat 45% | Cat 52% | Cat 3% |
| | Mad 57% | Mad 41% | Mad 2% |
| | And 48% | And 46% | And 6% |
| Conjunto | 47,75% 47,5% | 48,25% 49,25% | 4% 4% |
| Disfrazarse o identificarse como de otra profesión | Eus 53% | Eus 41% | Eus 5% |
| | Cat 45% | Cat 47% | Cat 8% |
| | Mad 60% | Mad 37% | Mad 3% |
| | And 55% | And 36% | And 9% |
| Conjunto | 53,25% 50% | 40,25% 43% | 6,25% 7% |
| No decir que se es periodista | Eus 30% | Eus 59% | Eus 9% |
| | Cat 26% | Cat 57% | Cat 17% |
| | Mad 38% | Mad 52% | Mad 10% |
| | And 29% | And 54% | And 17% |
| Conjunto | 30,75% 29% | 55,5% 56% | 13,25% 14% |
| Entrar sin autorización en ámbitos privados | Eus 47% | Eus 45% | Eus 8% |
| | Cat 52% | Cat 42% | Cat 6% |
| | Mad 56% | Mad 36% | Mad 7% |
| | And 55% | And 35% | And 10% |
| Conjunto | 52,5% 52,75% | 39,5% 40,25% | 7,75% 6,75% |

² Los porcentajes que se dan como conjuntos obedecen a dos fórmulas de cálculo diferentes. El primero, a la izquierda de las celdas, es la media de los cuatro porcentajes correspondientes a las diversas zonas. El segundo, a la derecha y en cursiva, es una media ponderada de acuerdo con el tamaño de las respectivas muestras (número de personas encuestadas en cada zona). Una tercera posibilidad, la de hacer la ponderación según el tamaño de los respectivos universos (número de periodistas en cada zona), ha sido desestimada porque ese dato no puede ser conocido. Hay que hacer constar que esas medias que se dan no resultan satisfac-

La tabla nos ayuda a cuantificar el grado de aceptación y de rechazo de cada uno de los métodos propuestos explícitamente en la encuesta. Como puede observarse, existe un método que suscita una indulgencia mucho mayor que cualquier otro: la ocultación de identidad. Sólo lo rechazan de forma clara entre un 26% (Cataluña) y un 38% (Madrid). Y en cambio llega a alcanzar el 17% el número de profesionales que utilizaría este método sin mayores dificultades.

En contraste con este rasgo, resulta curioso observar que –como ya hemos avanzado– el método que alcanza mayores cotas de rechazo es el de disfrazarse o identificarse como de otra profesión. Si esto llama la atención es porque, al fin y al cabo, este método podríamos afirmar que es primo hermano del anterior. Finalmente los dos tienden a evitar que la fuente identifique como periodista a quien le formula preguntas o a quien está viendo actuar. Obviamente la diferencia estriba en la existencia o no de engaño manifiesto y hay que suponer pues que este matiz se tiene muy en cuenta por causa de la moral imperante.

Respecto a otros métodos, la gradación de las respuestas es relativamente suave y, por otra parte, no es uniforme en las diversas zonas. A propósito de la distribución geográfica, hay un dato que a primera vista llama la atención pero que debe ser matizado inmediatamente. Nos referimos a la aparente mayor permisividad de los periodistas catalanes. En la mayoría de los ítems son los que en menor proporción se oponen al uso de cada método y, en cambio, alcanzan porcentajes relativamente altos en la columna de la máxima permisividad. El matiz viene dado por el hecho de que la muestra de personas que respondieron a la encuesta contenía en Cataluña un número mayor de periodistas jóvenes. Y, como veremos enseguida, la variable edad aparece como una de las más claramente determinantes en la toma de posiciones en este asunto.

7. LOS DATOS DE LAS ENCUESTAS: ANÁLISIS BIVARIABLE

El tratamiento de los datos obtenidos en las diversas zonas permite realizar múltiples cruces de respuestas. Especialmente interesante resulta la combinación de las respuestas sobre comportamientos éticos con las diversas variables sociodemográficas incluidas en la encuesta. Entre otras se inquiría sobre sexo, edad, lugar de trabajo, nivel de ingresos, categoría profesional, tipo de medio,

torias desde un punto de vista metodológico y que aquí se reflejan a efectos meramente orientativos, de forma que su representatividad debe limitarse únicamente al conjunto de encuestas de las cuatro zonas.

ámbito temático de especialización, características de la empresa en cuanto a titularidad y a tamaño, orientación política, etc.

De todas las variables independientes tenidas en cuenta, la que resulta más determinante a los efectos que aquí nos ocupan –la actitud respecto al uso de medios posiblemente ilícitos– es la edad. Esto se puede constatar especialmente en la encuesta realizada en Cataluña, que es la que tiene una muestra más fiable por su tamaño (número de respuestas recibidas) pero también por la distribución de las franjas de edad, ya que la lista de personas a quienes se invitó a participar era demográficamente más amplia. En esta zona, este dato pudo ya entreverse en las entrevistas en profundidad. Entre los entrevistados que mantenían que nunca es justificable el uso de medios ilícitos para obtener una información los que correspondían a franjas de edad avanzada eran mayoría en más de dos tercios (7 de los 10 que así opinaban) frente a los tres restantes que pertenecían a franjas intermedias. En cambio, entre los 19 que optaban por admitir excepciones, menos de la tercera parte (6 de los 19) pertenecía a la franja de edad avanzada. Más aún, eran los más jóvenes quienes más justificaban el uso de medios ilícitos simplemente por la relevancia de la información obtenida. En la encuesta cuantitativa esta tendencia se confirma plenamente y de una manera altamente significativa. En Madrid, en cambio, se produce el mismo fenómeno para alguna de las conductas concretas por las que se interrogaba (especialmente la entrada en recintos privados) pero no en otras; en el caso de alguna de ellas (micrófono y cámara ocultos) incluso se invierte la tendencia.

Resulta interesante también comprobar hasta qué punto influye el tipo de medio en que el periodista presta sus servicios. En este punto hay que admitir que el análisis de los resultados registrados en las diversas áreas geográficas resulta desconcertante, por cuanto son claramente diferentes e incluso opuestos. Si seguimos nuevamente el hilo de la encuesta de Cataluña, vemos que los profesionales de la televisión, incluso al margen de su edad, abanderan las posiciones más inflexibles a la hora de tolerar los diferentes métodos atípicos de obtención de noticias. Esto se ve reflejado especialmente, lo cual resulta muy digno de ser tenido en cuenta, en la interpelación acerca del uso de cámaras ocultas. Por el contrario, en el ámbito de las agencias de noticias se encuentran las actitudes más laxas y permisivas, con neta diferencia sobre el resto. En cambio, en Madrid los periodistas de la televisión no se muestran tan intransigentes como los de otros medios a la hora de considerar el posible uso de la cámara oculta. Dos tercios de ellos se muestran dispuestos a emplearla en casos excepcionales. Por lo que se refiere a Euskadi, quienes trabajan en los diarios

y la radio parecen ser más estrictos respecto a las vías a través de las cuales lograr la noticia, frente a una mayor permisividad manifestada en las revistas, la televisión e Internet.

En este contexto de cruces de variables, merece una mención especial un resultado emanado no de la encuesta sino de la serie de entrevistas en profundidad realizadas en Madrid. Se refiere a la consideración que formulan acerca de la cámara oculta los comunicadores que trabajan en la denominada *prensa rosa*. Se apreció que son bastante más permisivos que el resto de periodistas respecto al uso de este método que el resto de profesionales, más celosos éstos con el respeto por la intimidad de las personas. Además, es también importante prestar atención al tipo de argumentos que se esgrimían en cada caso. Entre los comunicadores que se dedican a la prensa del corazón, los límites se marcan principalmente en función de la legalidad o ilegalidad de la acción consumada; entre el resto de comunicadores, los principios éticos no quedan definidos de forma tan recurrente por el marco legal existente. En términos generales, la *prensa rosa* representa el ámbito periodístico en el que los límites éticos son percibidos como menos estrictos, lo que se explica en parte por las fuertes presiones que tienen los comunicadores para obtener la información. Por otro lado, la propia naturaleza de los temas tratados, es utilizada como excusa o justificación por parte de los comunicadores de ese ámbito a la hora de violar el derecho a la intimidad de las personas sobre las que informan. El hecho de que sean los propios famosos los que ponen su vida privada al alcance del público a cambio de dinero abre una dinámica y un tipo de relación que no se puede encontrar en cualquier otro ámbito del periodismo.

8. CONCLUSIONES

A tenor de los datos arrojados en las diversas zonas donde se han realizado los estudios demoscópicos descritos, se pueden resaltar como más relevantes las siguientes consideraciones:

1. El uso de métodos que puedan ser considerados ilegales o, cuando menos, ilícitos para obtener la información es un aspecto de la ética periodística que está muy presente en el debate profesional. Se aprecian numerosas alusiones a la materia en los documentos con contenido deontológico que existen en España, y los periodistas lo tienen muy presente cuando son interpelados acerca de la calidad de su trabajo.

2. Parece claro que a este respecto los profesionales están repartidos en dos grandes grupos que adoptan posiciones nítidamente diferenciadas: una, pragmática, que incluye sobre todo el sector más joven y el de edades intermedias (y donde a menor edad se advierte un pragmatismo con menos complejos); y otra esencialista o basada en una ética de la convicción de la práctica periodística, que se defiende sobre todo desde las edades más avanzadas, pero que incluye también edades intermedias y que se va debilitando a medida que el periodista pertenece a grupos de edades más jóvenes.

3. Así pues, las nuevas generaciones de periodistas parecen tender a relativizar el uso de medios ilícitos en función de su utilidad (social o, en algunos casos, netamente productiva desde el punto de vista informativo). El factor edad condiciona pues muy claramente las posiciones de mayor o menor flexibilidad respecto a la eticidad de las diferentes acciones en proporción directa. Es decir, a mayor edad más estrictas son las posiciones y se juzgan como más inadmisibles los diferentes métodos propuestos. Por el contrario, las generaciones jóvenes son, con diferencia, las que mayor tolerancia muestran respecto a las acciones sometidas a juicio. El hecho de que las generaciones de edades intermedias ocupen precisamente una posición intermedia también de manera sistemática cierra el círculo y nos permite concluir que cuanto más joven es el reportero se muestra una mayor connivencia con los métodos ilícitos a los que pueda recurrirse a la hora de obtener una noticia.

4. Debería verse, de todas maneras, si nos encontramos ante un efecto edad o ante un efecto generación. En el primer caso, esto supondría que, a medida que uno envejece y adquiere experiencia, incrementa su sentido ético y su rechazo ante acciones de legitimidad dudosa. Si nos decantamos por la segunda interpretación, no se trataría tanto de una cuestión de edad, sino que más bien nos encontraríamos ante una ruptura generacional en toda regla, donde las bases éticas de las generaciones más antiguas serían bastante más inflexibles e irían quedando arrinconadas progresivamente en favor de percepciones éticas más difusas. Con los planteamientos del presente trabajo y los datos obtenidos resulta imposible establecer cuál de esas dos hipótesis es la correcta. Ahora bien, teniendo en cuenta la magnitud de las diferencias y los matices arrojados por las entrevistas en profundidad, parece más plausible la segunda interpretación.

5. Generalmente entre los fines de la *prensa rosa* no está presente el objetivo de denuncia social o función pública que rige en otros muchos ámbitos del periodismo. En consecuencia, los límites no vienen marcados tanto por la ética como por la legalidad, además de que son medios en los que su carácter empresarial se muestra de forma más desnuda y sin tapujos.

BIBLIOGRAFÍA

(Nota: en la presente comunicación, que describe un trabajo eminentemente empírico y de carácter demoscópico se han eludido las citas bibliográficas. Sin embargo, se recogen a continuación algunas referencias que pueden resultar útiles a quienes deseen acceder a documentación suplementaria sobre la materia).

- J. BLACK, B. STEELE, R. BARNEY, «Deception», en *Doing Ethics in Journalism: A Handbook with Case Studies* (3ª ed.), Allyn and Bacon, Boston 1997.
- S. BOK, *Lying: Moral Choice in Public and Private Life*, Vintage Books, Nueva York 1982.
- W.G. BOVEE, «The End can Justify the Means, but Rarely», en *Journal of Media Ethics*, 6:3, 1991, pp.135-145.
- C.G. CHRISTIANS, M. FACKLER, K.B. ROTZOLL, K. MCLEE, *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning* (6ª ed.), Longman, Nueva York 2001.
- L. DAY, «Truth and Honesty in Media Communications», en *Ethics in Media Communications*, Wadsworth/Thomson Learning, Belmont 2003.
- F. DEEVER, «On Defining Truth», en *Journal of Media Ethics*, 5:3, 1990, pp.186-177.
- D. ELLIOT, C. CULVER, «Defining and Analyzing Journalistic Deception», en *Journal of Media Ethics*, 7:2, 1992, pp. 69-84.
- T. GOLDSTEIN, *The News at Any Cost. How Journalists Compromise their Ethics to Shape the News*, Simon and Shuster, Nueva York 1986.
- J. JACKSON, «Honesty in Investigative Journalism», en A. BELSEY, R. CHADWICK, *Ethical Issues in Journalism and the Media*, Routledge, Londres 1992.
- E. LAMBETH, *Committed Journalism: an Ethic for the Profesión* (2ª ed.), Indiana State University Press, Bloomington 1991.
- S.T. LEE, «Predicting Tolerante of Journalistic Deception», en *Journal of Media Ethics*, 20:1, 2005, pp. 22-42.
- L. WILKINS, R. COLEMAN, *How Journalists Reason about Ethics*, Lawrence Earlbaum Associates, Mahwah (NJ) / Londres 2005.