



ENTREVISTA

La cuestión ética en el periodismo actual

Manuel Parés i Maicas

Entrevista concedida a Ana Regina Rêgo¹

Manuel Parés i Maicas, ex Presidente de la IAM-CR - Asociación Internacional de Estudios en Comunicación se destaca en el contexto de la investigación en comunicación como uno de los principales impulsores de los acuerdos de colaboración entre instituciones y investigadores de Europa y América. Recientemente, Parés i Maicas publicó otro libro: *Ética, Deontología i Comunicació* por la Editorial UOC de Barcelona, en que realiza un análisis detallado del tema, dedicando un capítulo a la información periodística, donde habla de los principios de verdad, justicia, libertad y responsabilidad. El libro, publicado en catalán, se presenta como una literatura esencial para aquellos que buscan profundizar el tema. Además de la publicación del libro mencionado, Parés i Maicas tiene una amplia investigación sobre la ética en la comunicación y en el periodismo, y como profesor de la UAB- Universidad Autónoma de Barcelona.

1. Dada su amplia experiencia como docente, pero, principalmente, dada su vivencia como investigador en el campo de los medios y específicamente del periodismo, ¿como ve usted la cuestión de la ética en la construcción del discurso periodístico hoy en día?

MPM - Mi opinión, por lo que respecta a España es profundamente pesimista. Aunque creo que es un fenómeno internacional. Entre las causas que lo explican, citaría la crisis generalizada de valores en todos los campos, la situación actual del capitalismo tan preocupante, si contemplamos la crisis económica que pa-

1 Ana Regina Rêgo é Jornalista pela UFPI. DRT-PI 1897/97. Mestre em Comunicação e Cultura ECO/UFRJ. Doutora em Comunicação Corporativa UMESP/ UAB Barcelona. Consultora. Franqueada Social do Projeto Casa da Criança. Prof. PPGCOM UFPI. Email:

decemos, la dimisión de los intelectuales, la desafección de los ciudadanos por los problemas sociales. La falta del sentido de responsabilidad de los políticos y los dirigentes sociales. El papel del periodista en la información periodística o de actualidad, se centra en los cuatro valores éticos fundamentales de los periodistas, que llaman principios, es decir, el de la verdad, el de la justicia, el de la libertad y el de la responsabilidad. Por otro lado, hay que tener cuenta que los códigos deontológicos de los periodistas o de los medios de comunicación, son el instrumento operativo de la deontología, aunque, en la práctica, pueden surgir problemas importantes en su vigencia, aplicabilidad e interpretación.

2. ¿En qué medida considera que la prensa gratuita que se expandió por Europa y ya llegó a América Latina practica un periodismo ético?

MPM – Es una cuestión difícil de contestar. No soy un experto en este campo, pero pienso que este tipo de periodismo se diferencia poco del convencional. En España es una cuestión poco estudiada..

3. En Brasil es muy común encontrarnos con textos publicitarios o de marketing en medios periodísticos sin la debida identificación de que constituyen discursos de otros campos, es decir, no son identificados como informes publicitarios. En este contexto, ¿como visualiza usted la relación del periodismo con el ámbito de marketing?. Desde su punto de vista, ¿ésto constituye una nueva tendencia de hibridación de los discursos periodísticos, publicitarios y de marketing, o se configura como una actividad carente de ética?

MPM – Efectivamente, la tendencia, lamentablemente, es que figure como información lo que es simplemente marketing, relaciones públicas, y, peor, desinformación o propaganda. La responsabilidad es de los medios, de los anunciantes y, también, de los periodistas. Por otro lado, el concepto propaganda es muy importante en el campo de la comunicación, en especial de la información. Muy a menudo, por desgracia, se llama información lo que propiamente es propaganda. Su relación

ón con la ética a menudo es inexistente. La relación de la ética y la deontología con la propaganda ha sido objeto de numerosas aportaciones, pero tengo la impresión que es una cuestión menos estudiada de lo que es necesario y sería aconsejable, por su clara connotación negativa.. Por ejemplo, la bibliografía publicada en castellano sobre la propaganda es muy limitada y aun menos sobre el tratamiento ético de la misma. En líneas generales puede decirse que el concepto propaganda tiene profundas connotaciones negativas y se han mencionado figuras similares como la mentira, el engaño, la manipulación, la guerra psicológica, el lavado de cerebro y ultimamente ha adquirido mayor fuerza la desinformación en todas sus perspectivas. Es evidente que si se analizan cada uno de estos conceptos, percibimos, según los casos, una gama de intensidades en su perspectiva peyorativa.

4. ¿Cómo ve la participación cada vez mayor de ciudadanos de a pie en la construcción de un discurso de la información en un campo que hasta hace poco tiempo ha estado completamente dominado por los periodistas?

MPM – Creo que los que deben elaborar la información son principalmente los periodistas, de acuerdo con la aplicación estricta de su código deontológico. Me temo –quizás estoy equivocado- que el llamado periodismo ciudadano en la práctica es la voluntad de los ciudadanos de figurar como emisores de la información, y en tal empeño el papel del poder y de los intereses puede ser importante. En primer término debe subrayarse que la información es un servicio público, que es desarrollada a través de los periodistas como profesionales, y a través de los medios de comunicación, que pueden ser públicos y privados. En este segundo caso a menudo agrupados o integrados como grupos multimedia, en los que ejerce un papel muy primordial el objetivo de su rentabilidad, en especial gracias a ser poderosos medios publicitarios. La unidad informativa es la noticia. Debe subrayarse la importancia que han adquirido como emisores los gabinetes de comunicación, substituyendo a menudo a los medios de información y a los propios periodistas, aunque estos sean en general su eje funcional, a menudo en conjunción con los profesionales de las relaciones públicas. El papel de los periodistas en la elaboración de

la información es capital y a menudo están sometidos a condicionantes institucionales, económicos o políticos. Su principio fundamental de actuación es la libertad de información, principio que, desgraciadamente no siempre se cumple realmente. Los códigos deontológicos son los instrumentos de auto regulación de su actividad.

5. Para concluir ¿qué mensaje quiere dejar a los estudiantes de periodismo en Brasil?

MPM – La función fundamental de la Universidad es el ejercicio de pensar, y en ello debemos estar comprometidos los profesores y los estudiantes. Creo que hay una grave crisis en este campo de y el uso de las nuevas tecnologías no constituye precisamente un elemento aleccionador. Pido perdón por mi perspectiva pesimista, desde una dimensión ética. En el trabajo lo reflejo claramente. Creo que los docentes tenemos un importante reto y una responsabilidad. En mi modesta parcela siempre ha sido la ética mi paradigma esencial