

## Censura v s autorregulación: la frontera es la línea editorial

Apenas caídas las torres de Nueva York analistas de medios de comunicación de diversas latitudes comenzaron a denunciar la presencia tanto de censura como de autocensura para explicar la forma como los medios norteamericanos cubrieron la noticia del atentado y, posteriormente, el trabajo que dichos medios realizaron en el conflicto con Afganistán. Este artículo matiza esa justificación en el contexto del significado práctico de la línea editorial que toda empresa tiene el derecho de darle a sus medios de información.

### Eduardo Arriagada C.

Periodista y profesor de la Escuela de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Chile, MBA por el Instituto de Empresa, Madrid.

[\[earriagada@puc.cl\]](mailto:earriagada@puc.cl)

Las críticas más intensas de los periodistas chilenos a los medios norteamericanos respecto de la forma de cubrir el atentado a las Torres Gemelas se realizaron en los mismos días en que los medios locales cubrían el reconocimiento de los cadáveres de las víctimas del caso policial de Alto Hospicio. El hallazgo de los cuerpos de una decena jóvenes violadas y asesinadas en un barrio popular de la ciudad de Iquique dejó a la luz el caso de un hombre que operó durante dos años en completa impunidad, ayudado por los prejuicios de la policía, las autoridades judiciales, los representantes del gobierno y la prensa. Todos habían asumido que se trataba de niñas que habían abandonado voluntariamente sus hogares.<sup>1</sup>

Si lo que caracterizó a los medios de Estados Unidos había sido la ausencia de las imágenes más dramáticas -como las de los cadáveres en el lugar del atentado-, el noticiario principal del canal de televisión chileno Mega optó, en cambio, por mostrar repetidas veces la misma imagen de las madres con ataque de histeria durante el reconocimiento de los cuerpos de sus hijas, con desmayo incluido. El paralelo sirve para mostrar que parte de lo que no vimos en la cobertura de Nueva York y parte de lo que sí vimos en la cobertura de Alto Hospicio tiene mucho más que ver con las respectivas líneas editoriales de los medios que con la existencia o no de presiones externas.

Generalmente los analistas de la información periodística usan el concepto de «autocensura» para explicar cualquier no publicación o no transmisión informativa. Se piensa que hay autocensura cada vez que un reportero deja fuera un dato por obedecer la línea editorial de su medio o la opinión de un editor. Esta crítica -al asumir la censura como el producto de que un medio defina claramente su política editorial o tenga editores que realicen bien su trabajo- supone una simplificación del trabajo periodístico e ignora que en la vida real ésta es una labor colectiva organizada empresarialmente.

Así como Mega optó por repetir tres veces en un mismo noticiero la toma de una madre con ataque de histeria por simple decisión editorial de un medio sensacionalista, se puede afirmar que en el caso de Nueva York los medios que optaron por no mostrar cadáveres también pueden haberlo hecho como resultado de una opción editorial legítima, una que buscaba justamente evitar aquel sensacionalismo. Según Mónica Codina, profesora de Deontología de la Universidad de Navarra, «la conciencia de que era el ciudadano de la calle el afectado por lo sucedido llevó a elaborar una información que, en líneas generales, huyó del amarillismo. Y los ciudadanos han aplaudido la ausencia de morbo informativo e imágenes escabrosas».<sup>2</sup>

En una línea muy similar, una reciente encuesta realizada por el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) mostró que más del 70 por ciento de los chilenos está convencido de que las transmisiones televisivas mostraron sólo una parte de los hechos que sucedieron ese 11 de septiembre, y ese mismo 70 por ciento calificó como muy comprensible que se censurara gran cantidad de información e imágenes.<sup>3</sup> Al comentar estos resultados, la presidenta del CNTV, Patricia Politzer, subrayó la importancia de esta última cifra. «Apunta en forma drástica a una demanda de información responsable. Las audiencias distinguen claramente entre una información seria -por más cruda que sea- y un tratamiento sensacionalista en

el que se exacerba la violencia y se explota el dolor humano.»<sup>4</sup> Santiago Pavlovic tomó una postura muy consistente con esta actitud del público cuando le preguntaron por qué no había dejado fuera algunas imágenes en el Informe Especial dedicado al 11 de septiembre. «Han llegado imágenes que son realmente perturbadoras: muchos muertos, trozos de piernas, filmaciones bien atroces que no emitimos», explicó el conductor. A su juicio, no transmitir esas imágenes no es censura, sino autorregulación.<sup>5</sup>

### **Cuando calidad es evitar el sensacionalismo**

No es lo mismo trabajar con lo cercano que con informaciones de países remotos. En el caso del atentado a las Torres Gemelas, la cadena internacional CNN asumió la perspectiva de un medio local. Actuando como medio provinciano, su comportamiento fue profundamente respetuoso de su audiencia inmediata. Cualquier atisbo de sensacionalismo podía haber provocado un polvorín de pasiones vengativas dentro de Estados Unidos. Hay que tener presente que, aunque en esos días los periodistas hablaban de que los cadáveres se habían convertidos en polvo, la situación real era bastante más dantesca: se habían convertido en pedazos de cuerpos ensangrentados, totalmente empolvados.

En un seminario de la Sociedad Interamericana de la Prensa (SIP), Bob Woodward recordó una escena de la película *All the President's Men* -basada en su experiencia en el caso Watergate- en que el mismo Woodward y su compañero de reportaje, Carl Bernstein, explicaban al director del *Washington Post*, Ben Bradlee, lo que había sucedido. Lo de Watergate no era un crimen aislado, sino que había mucha gente involucrada en actividades ilegales y abusivas del poder, incluyendo al Presidente Nixon, le decían. La respuesta del director del diario en la película era: «Váyanse a casa, tomen una ducha y regresen temprano a la oficina porque tenemos que desenredar esta historia». Luego se volteaba hacia ellos para decirles: «No tenemos nada que perder, excepto la libertad de prensa, la libertad de palabra y el futuro del país».<sup>6</sup>

Ante la SIP, Woodward ironizó respecto a la versión hollywoodense de aquella experiencia. Él no recordaba a Bradlee diciendo eso, sino mandándolos a descansar. Luego, en vez de hacer un discurso sobre la libertad de prensa, les había dicho algo más pedestre pero que según el periodista merece estar escrito en mármol en todas las redacciones: «Entonces veremos qué demonios hacemos». Para Woodward esa frase alude al momento crucial de un medio informativo, cuando define cómo enfrentar una crisis. Es entonces cuando los medios de comunicación se juegan su destino. En el caso Watergate, el *Washington Post* entero, toda la empresa, decidió asumir los riesgos que implicaba enfrentarse al sistema. De un modo similar, en el caso del 11 de septiembre, muchos medios tomaron la opción por no mostrar. Su línea editorial dictaba privilegiar «el derecho a la paz por sobre el derecho a la información».<sup>7</sup>

### **«Tu encárgate de las imágenes, yo de la guerra»**

Para entender la decisión norteamericana de omitir ciertas imágenes hay que saber que el mismo concepto de periodismo sensacionalista en Estados Unidos se define justamente por provocar un excesivo sentimiento nacionalista.

El comienzo de la aplicación del término «sensacionalismo» a la prensa se remonta a los que sus contemporáneos llamaron Nuevo Periodismo. Esta tendencia se desarrolló a partir de la forma de trabajar del *New York World* de Joseph Pulitzer, un diario muy determinante en el origen mismo de la profesión periodística. Pulitzer entendió que para llegar a las masas no bastaba con la tradición de la prensa de un centavo de fijarse en lo local, especialmente el crimen, los escándalos y la vida de la alta sociedad. Había que preocuparse también de del modo en que se trataban esos temas. Las innovaciones de Pulitzer entonces tuvieron menos que ver con el contenido que con el estilo: en el *World* se elevó la medida de cuán extravagantemente podía ser presentada una noticia.

El sensacionalismo, en sus inicios, implicaba la autopropaganda del medio, es decir resaltar casi exageradamente si se tenía una noticia que los otros no. Ya James Gordon Bennett, dueño del *New York Herald*, había hecho un aporte fundamental para el origen del periodismo al mostrar que incluso la publicidad podía ser atractiva para los lectores y permitiendo así que el periodismo captara los recursos para desarrollarse. Pulitzer, por su parte, descubrió que todo -

incluidas las noticias- tenía que ser publicitado por las empresas informativas, lo que le dio al periodismo la clave para llegar realmente a las masas.

Hay consenso de que en el New York World primero y en su imitador y verdugo, el New York Journal de William Randolph Hearst, se dan por primera vez las técnicas del periodismo moderno: discernir los temas que atraen el interés y la atención del público, usar ilustraciones, titulares, un estilo redaccional de última hora directamente conectada al telégrafo, la técnica de la entrevista, las secciones femeninas, los cómics, el uso del color en los suplementos dominicales, etc.<sup>8</sup>

El mismo término de «prensa amarilla» se lo dieron sus contemporáneos al World y el Journal a propósito del personaje de una tira cómica que traían ambos diarios. En la guerra entre Hearst y Pulitzer, el primero levantó del dominical del World al dibujante Outcault, quien entonces hacía una tira cómica llamada The Yellow Kid. Desde entonces la tira se empezó a publicar en el Journal, pero por un problema de derechos pendientes el World también la siguió llevando en su edición dominical. Esta disputa hizo que se llamara a estos dos diarios primero como la prensa del chico amarillo y, luego, como prensa amarilla.

Es tan clara la relación que existe entre sensacionalismo y nacionalismo que cuando el Journal de Hearst empezó a estudiar cómo levantar la circulación, una de sus primeras medidas fue apelar a la nación. Los historiales muestran que el diario aprovechó e incentivó el creciente chauvinismo norteamericano. De hecho su lema era «Un diario americano para el pueblo americano» y los editoriales se llenaron de palabras como nacionalismo, patriotismo, etc. En ese contexto, Hearst empezó su campaña por una Cuba Libre contra el reino de España.

Los biógrafos de Pulitzer reconocen que la presión de Hearst nubló la visión al otrora principal dueño de diarios y, en el intento por seguirle el ritmo al Journal, empezó a violar sus propios criterios periodísticos. Pronto asumió también la campaña por Cuba y mandó periodistas a la isla. En un momento, sólo el Journal tenía 35 periodistas en la isla. De hecho, los números fueron en aumento y la gran novedad de esta guerra fue la presencia de corresponsales: hubo 680 trabajando en Cuba.<sup>9</sup>

Uno de los corresponsales, el dibujante Frederic Remington se hizo famoso por la respuesta que recibió de parte de Hearst al siguiente telegrama: «Todo está tranquilo. No hay problemas aquí. No va a haber una guerra. Quiero retornar». El telegrama que le mandó Hearst de vuelta fue así de contundente: «Por favor quédese ahí. Usted encárguese de las imágenes y yo me encargaré de la guerra».<sup>10</sup>

Es así como a principios de siglo, cuando la prensa se estaba configurando como el negocio de la comunicación de masas que es hoy, algunos diarios de Nueva York fomentaron y luego explotaron el conflicto con Cuba para masificarse. En esos años, y tomando como antítesis dicha prensa sensacionalista, se desarrolló también la escuela de diarios informativa. La práctica periodística en ellos se caracterizó por alejarse del sensacionalismo que entonces se identificó con el exacerbamiento del nacionalismo, con la búsqueda -por parte de los diarios- de provocar un conflicto usando a los lectores. Ello explica, en parte, que el patriotismo se haya convertido en casi un sinónimo de prensa sensacionalista en EE.UU. y que genere tal rechazo entre los medios más prestigiosos de ese país.

### **Se puede ser neutral en una guerra**

Una vez que empezó a desarrollarse la respuesta de los Estados Unidos en Afganistán, como consecuencia del atentado a las Torres Gemelas, volvieron a surgir las críticas por supuesta censura o autocensura. Esta vez, se apoyaban, además, en la comparación con el trabajo que realizaban los medios europeos en el mismo conflicto. De hecho, aparecieron evidencias claras de la existencia de controles por parte del gobierno norteamericano y incluso los presidentes de las asociaciones de editores y dueños de diarios pidieron que el gobierno de definiera con claridad su respaldo a una cobertura abierta e independiente.<sup>11</sup> Ciertamente, apenas comenzada la guerra, los medios norteamericanos comenzaron a trabajar con un grado de libertad menor que la de otros países menos involucrados como los europeos. Por ejemplo, la

prensa europea no aceptó la recomendación de Washington de no transmitir en directo los mensajes de Bin Laden, una medida que un columnista de The Guardian calificó como un nuevo mccarthysmo de EE.UU.<sup>12</sup>

Es evidente que en un contexto bélico, la capacidad de control que tiene el gobierno de un país relacionado directamente con el conflicto es relativamente alta, pero incluso en este caso donde la censura está presente se deben considerar los matices que marca el peso de la línea editorial de los medios involucrados. El presidente del grupo Tribune, Jack Fuller, dice que todos los diarios, desde el nacional más cosmopolita hasta el más pequeño semanario rural -y yo me atrevería a decir todos los medios de comunicación en su aspecto informativo- son «provincianos». Para tener éxito un periódico debe reflejar a un público específico... debe compartir con sus lectores una sensibilidad y un conjunto de intereses, gustos y valores.<sup>13</sup>

En esa línea, Dan Rather, director y conductor del noticiario CBS Evening News, dijo que ante el posible conflicto de intereses que tendría un periodista que reporta un conflicto donde están a punto de hacerle una emboscada a los soldados de su país, la respuesta es: «Aunque me gustaría ser, y en mis mejores días creo que soy un periodista íntegro, soy estadounidense. Si esas dos cosas entran en conflicto, mi lealtad hacia mi país prevalecería sobre la primera [la obligación profesional de informar].»<sup>14</sup>

Según Fuller, en una situación límite el público no permite neutralidad a la empresa informativa. La guerra es justamente el caso extremo que muestra la verdadera naturaleza de las organizaciones que reportan las noticias: «Hay vidas en juego, o hasta la supervivencia de la comunidad, y en tales circunstancias ninguna institución puede ser neutral y al mismo tiempo mantener la relación íntima con la comunidad que se requiere para hacer su trabajo»<sup>15</sup>. Al fin y al cabo, los medios son instituciones nacionalistas, deben organizarse alrededor de un conjunto coherente de intereses -uno de los cuales es geográfico- para crear un público, y esto define las decisiones básicas sobre lo que se debe reportar y cómo hacerlo.

Walter Isaacson, presidente de CNN, demostró estar de acuerdo al establecer un reglamento para la cobertura del conflicto en Afganistán. «Exigía que las informaciones no se centraran en las víctimas civiles y que se reiterara la contextualización, que informara que los talibanes estaban albergando a los terroristas que mataron a más de cinco mil inocentes en Nueva York y Washington».<sup>16</sup>

Desde un punto de vista informativo, esto no significa no hacer preguntas incómodas respecto del conflicto. Es claro que la lealtad a la verdad siempre debe ser lo primero para los periodistas, incluso si los expone a hostilidades. De hecho, se da una tensión importante en los diarios: por un lado si no se refleja a la comunidad no se tendrá éxito, lo que lo obliga a apoyar la causa de los lectores en los conflictos bélicos iniciados. Pero, por otra parte, un diario que no pone en tela de juicio los valores e ideas preconcebidas de su comunidad también perderá el respeto de ésta por dejar de lado la honestidad y el liderazgo que se espera del medio. Según Fuller la única forma que tiene un diario para criticar una guerra -el caso más extremo al que se puede llegar en este punto- es sobre la base explícita de los efectos negativos que la guerra tendrá sobre los intereses de la comunidad.<sup>17</sup>

### **La verdadera censura**

Creo que el acto más básico del ejercicio de la libertad de expresión de un país se realiza en la propia definición de la línea editorial de cada uno de sus medios. No existe censura ni autocensura cuando un canal decide no transmitir una película o considera innecesario asistir a una conferencia de prensa de cualquier fuente. La distinción entre autorregulación y autocensura en esta profesión está justamente en la línea editorial: los buenos diarios de todo el mundo discriminan profesionalmente, de entre innumerables informaciones disponibles, qué es noticia y qué no es noticia. Cada medio entonces define qué es lo que va a publicar de acuerdo con un criterio propio.

Es definición de diccionario que «noticia» es aquella información respecto de hechos recientes relevantes reportados por los medios de comunicación. Los medios eligen qué eventos recientes son capaces de reportar, ya sea por razones de

tiempo o espacio de publicación. Esto implica que una innumerable cantidad de información, incluso siendo relevante, queda necesariamente fuera. Para entender el alcance de este proceso, es necesario asumir que la elaboración de una edición de un medio informativo, un diario o un noticiero, es necesariamente resultado de un proceso colectivo y burocratizado. Dueño, editor y periodista, entre otros profesionales, trabajan en conjunto por un objetivo común. El caso Watergate en Estados Unidos -lugar común para definir el rol de la prensa respecto del poder- es un ejemplo claro. Si bien los periodistas del Washington Post Carl Bernstein y Bob Woodward jugaron el rol protagónico, el proceso no se entiende al margen del papel que tuvieron Ben Bradlee y Katherine Graham, director y dueña del diario en que trabajaban. El lector de un diario, como el telespectador y el auditor de un noticiero, necesita que se establezcan prioridades en la información que recibe. En periodismo, eso se llama edición y de ahí viene el concepto de línea editorial. Ésta se funda en criterios compartidos dentro de la comunidad de una empresa informativa, pero que -en tanto entidad jerárquica- no se definen democráticamente, sino por los principales ejecutivos del medio.<sup>18</sup>

Muchos olvidan que el mismo medio, como organización, debe tener libertad de expresión, independientemente de que la tengan sus periodistas. En nuestro sistema occidental de prensa, los diarios tienen dueños y se guían por líneas editoriales. Como explica el profesor de la Universidad de Carolina del Norte y experto en ética periodística Philip Meyer, la independencia de los periodistas respecto de la parte empresarial del diario no se originó como una concesión de un dueño de mentalidad abierta, sino más bien como una estrategia inteligente que fue fundamental en hacer del diario un buen negocio.<sup>19</sup> En la medida en que los empresarios de prensa descubrieron que lo que los avisadores realmente compran es la credibilidad del diario y que el trabajo de las redacciones es producir esta credibilidad, la independencia editorial de los periodistas se convirtió en la fórmula para mejorar la rentabilidad del negocio de la prensa. En la tradición periodística moderna, sin embargo, no existe la ausencia total de injerencia por parte del dueño: con diversos estilos éste sigue dándole una línea determinada a su medio e, incluso, los lectores esperan que ello se haga con claridad. Es importante cuidarse de trivializar el concepto de «censura», una de las mayores amenazas que tiene el periodismo contemporáneo. Periodísticamente, por censura se entiende una situación excepcional cuya existencia se reduce a las situaciones relacionadas con presiones externas a las organizaciones informativas y, por lo mismo, autocensura son las prácticas realizadas dentro de un medio como reacción a dichas presiones externas. Lo que define entonces la existencia de censura o de autocensura es que exista dicha presión externa, pero ni siquiera la misma existencia de presión externa es suficiente para que hablemos periodísticamente de un ambiente de censura. En la práctica, el entorno natural de los medios es la existencia de innumerables presiones de diversos tipos. Justamente son las presiones lo que define al periodismo. Cuando el ex presidente de Televisión Nacional, Jorge Navarrete, dejó su cargo aseguró que los medios que no reciben presiones son los medios irrelevantes. Para él, la calidad de los medios se juega precisamente en cómo se enfrentan dichas presiones. Y se podría hablar de censura y de autocensura cuando el medio es incapaz de resistirlas. Que esto llegue a suceder depende tanto de la fuerza relativa del agente que presiona como del medio que la recibe. En términos tan simples como iluminadores, Arthur Ochs, fundador de The New York Times, dijo que su diario sólo tendría éxito «si se conduce libre de todo control e influencia de cualquier persona, excepto de aquellos que están completamente dedicados a su publicación».<sup>20</sup>

#### Notas

1. «Alto Hospicio, el costo de la discriminación». Reportaje publicado en La Tercera.cl y recuperado de [www.latercera.cl](http://www.latercera.cl) el 3 de septiembre de 2002.
2. Comunicado de prensa del lanzamiento del libro *De la ética desprotegida*, de Mónica Codina (Ed.) (2001), España.
3. Discurso inaugural de la presidenta del CNTV, Patricia Politzer, en el seminario internacional *Televisión y violencia*, 21 de agosto de 2002.
4. Ibid.

5. «Los chilenos aceptan la censura televisiva», publicado en El Mercurio, el 1º de septiembre de 2002.
6. Hora de Cierre, número 39, enero 2002, Miami, pag. 21.
7. Entrevista a Ana Luisa Jouanne, profesora de deontología periodística de la Escuela de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Chile, 28 de agosto de 2002.
8. Ben Procter, William Randolph Hearst, The Early Years, Oxford University Press, USA, 1998; Asociación de Periodistas Europeos, Aquella guerra nuestra con Estados Unidos, España, 1998, y Manuel Leguineche, Yo pondré la guerra, El País-Aguilar, España, 1998.
9. Ibid.
10. Ibid. p. 103.
11. «Cómo la prensa occidental ha enfrentado la guerra», Diario La Tercera, 22 de octubre de 2001.
12. Ibid.
13. Jack Fuller, News Values, The University Chicago Press, Chicago, 1996 p. 59
14. Ibid. pp. 89-90.
15. Ibid. pp.78.
16. «Cómo la prensa occidental ha enfrentado la guerra», Diario La Tercera, 22 de octubre de 2001.
17. Fuller, op. cit. p.83.
18. Ibid., p. 59.
19. Rosen, Jay, Getting the connection right , The Twentieth Century Fund, New York, 1996, p .19
20. Shepard, Richard, The Paper's papers, Times Books, New York, 1996, p. 60