

El Cerebro de La Sala de Redacción

Una Guía de Trabajo para
Decisiones Periodísticas



El Cerebro de

La Sala de Redacción

**Una Guía de Trabajo para Decisiones
Periodísticas**

The Newsroom Brain
Copyright 1998
Diseñado por Belwether Design, Northfield, IL

Este documento fue desarrollado por:

The Editorial Leadership Initiative
NMC Executive Education Research and Partnerships
Northwestern University
J.L. Kellogs Graduate School of Management
Medill School of Journalism

Sobre NMC

NMC es una sociedad conjunta del Instituto Gerencial de J.L. Kellogs y el Instituto de Periodismo Medill de la Universidad de Northwestern en Evanston, Illinois. Fue creada por la Fundación John S. y Jame L. Knight y es apoyada por las Fundaciones Robert R. McCormick Tribune y por proyectos con compañías noticiosas.

NMC ofrece una serie de programas universitarios y compañías para la educación ejecutiva que maneja fondos para la investigación periodística. Forma también sociedades corporativas con compañías de medios para el entrenamiento, desarrollo e investigación aplicada.

Sobre “The Editorial Leadership Initiative”

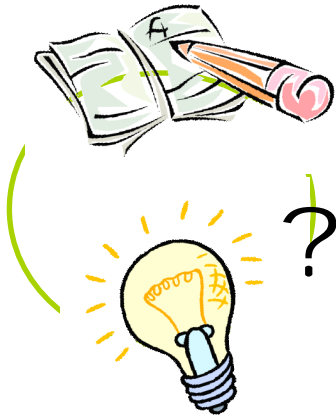
Es un programa para educar a los editores de periódicos sobre los nuevos criterios en el negocio del periodismo. Su misión es elevar el manejo de la escritura y lectura y las habilidades de los editores de más alto rango para que puedan mejorar las estrategias en sus organizaciones mientras preservan y fortalecen los valores del periodismo.



Cómo lo Manejan Los Editores Realmente

Cada día, los editores se ven forzados a hacer elecciones éticas, algunas fáciles, y algunas que necesitan de agallas. En los siguientes casos, algunos editores revelan cómo manejaron situaciones difíciles.

Puede que usted no esté de acuerdo con estas elecciones, pero se les ofrece una ventana a los valores de una sala de redacción y cómo se toman algunas decisiones.



Escenarios

El estadista local	6
Pornografía en el periódico.....	7
Atrapado en medio del fuego cruzado.....	8
Desde el palco privado.....	11
Marchar o no marchar.....	12
Políticos en la página frontal.....	14
Beani Babies.....	18
Sospechoso.....	19
El equipo local.....	21
Un candidato oscuro.....	22
El entrenador de básquetbol.....	24
Violencia doméstica.....	26
El policía de la Guardia Civil.....	29
Apéndice.....	34

The State Chronicle

El estadista local

Investigando una historia, uno de sus reporteros se encuentra con unos documentos que mostraban que un líder de la comunidad fue miembro activo del Ku Klux Klan durante su adolescencia. El hombre, ahora muerto, tuvo una distinguida carrera en el servicio público y como abogado privado –un edificio y un parque-, incluso llevan su nombre. Su familia todavía vive en el pueblo. Esta revelación no es relevante a la historia sobre la cual estaba trabajando su reportero, pero podría hacer de ésta una historia importante por sí misma. ¿Publicaría usted una historia?

- *¿Debe usted escribir una historia sobre una prominente figura local, o salvar a su familia del bochorno?*
- *¿Tiene la comunidad el derecho a saber? ¿Tiene la familia el derecho a ser protegida?*

El hecho de que el individuo fuera una figura pública y visible causa interés público a cualquier revelación sobre su vida. Su importancia es para ser juzgada por los lectores. Pero sus acciones en vida serían ciertamente reevaluadas. Si él fue un luchador ferviente de los derechos civiles, podría haberse convertido aún más en un campeón que superó el odio en su juventud. Si sus acciones parecieron ser motivadas por un odio racial, hay armas ahora para sus críticos. Para una comunidad influida grandemente por este hombre, y que nombrara un parque y un edificio después de su muerte, merece la pena entonces, un debate público.

Podría haber intentos en quitar su nombre del parque y del edificio. De nuevo, esta es una decisión que el público tendrá que tomar. Pero es un debate que bien vale la pena tener. Para el periódico, el detener esta información no le permite al público la opción de determinar su trascendencia. Mantener alejada a una familia del bochorno, no es deber del periódico. Lo es, el guardar un verdadero registro histórico.

Dicho así, existen siempre alcances para cubrir una historia que puede desviar la pura revelación y en cambio puede tener como objetivo una meditación profunda. El periódico puede querer buscar la cooperación de la familia en construir un perfil total del hombre. Puede querer explorar posibles conexiones del Klan con otros líderes de la misma era. Puede querer investigar las actividades del Klan en conjunto en la comunidad.

Historias como ésta pueden ser engañosas, pero hacer más y mejor periodismo puede borrar algunas de las difíciles preguntas que dichas historias exponen.

The Coraltown Herald

Pornografía en el periódico

El asistente del editor fotográfico, ha estado utilizando equipo de la empresa para fotografiar e imprimir pornografía infantil incluso, la de sus propios hijos. La policía ha venido a su sala de redacción a arrestarlo, y la evidencia que un detective le ha presentado es elocuente. Por políticas de la empresa, el editor es suspendido sin pago alguno hasta que su caso termine. En la reunión de la tarde, el editor nacional pregunta si debe designarse a un reportero que escriba sobre el arresto, el cual debía haber sido cubierto. El periódico se encuentra en una posición complicada no sólo porque podría avergonzarse a sí mismo a través de sus propias páginas, sino porque varios miembros de la redacción conocen muy bien al editor arrestado, inclusive detalles íntimos de su vida privada, aunque ninguno supo sobre la pornografía. ¿Qué haría usted?

- *¿Publicaría usted una historia?*
- *¿Le daría carta abierta al reportero que designe para entrevistar a los miembros de la redacción?*
- *¿Podrían los miembros de la redacción, responder con un “sin comentario”, o sería eso hipócrita?*

Los periódicos se han enfrentado a este exacto escenario. Mientras nosotros no podamos conocer las maquinaciones internas de cada sala de redacción, sabemos que la decisión de publicar una historia es fácil. El periódico debe publicar una historia si ésta cumple con los criterios del interés periodístico, como se hace con cualquier otra historia. El enigma real aquí, sería el comportamiento interno de la sala de redacción. De nuevo, la única regla razonable y empírica es comportarse como si se tratara de cualquier otra historia. Eso significa entrevistar a la gente que conoce al editor. Como ciudadanos privados, ellos guardan el derecho a no hablar, tal y como lo hacen los conocidos de cualquier otro sospechoso cuando son abordados por un reportero.

Lo que parece ser una crisis, o al menos una situación muy pegajosa, puede usarse como ejemplo. Quizás el papel pueda unir una historia todavía sensitiva evaluando cómo alguien que viene a ser un pornógrafo infantil –en el supuesto de que sea culpable-, se aprovecha del conocimiento íntimo del periódico.

El periódico debe también abordar el tema de cómo vino a darse que su equipo e instalaciones estuvieran siendo utilizadas de tal forma, y sin el conocimiento de nadie. Esta es una pregunta que un reportero, naturalmente, haría en cualquier otra institución. El periódico debe comportarse de una manera honesta y franca. Cualquier otra respuesta requiere de la credibilidad, imparcialidad e integridad en cuestión. Esta tragedia es una oportunidad para el periódico, de servir como un modelo a otros quienes, sin lugar a dudas, se encontrarán en una situación similar.

THE PRESS

Atrapado en medio del fuego cruzado

Durante meses, las guerras entre pandillas han estado cobrando furor en un complejo de viviendas, y ahora a un jovencito de 15 años le habían disparado y había sido asesinado en medio del fuego cruzado. Uno de sus fotógrafos quien estaba en una escuela cercana para cubrir una historia de primera plana escuchó los disparos, y llegó a la escena antes que la policía. Tomó varias fotografías del jovencito asesinado con la sangre saliendo de su cabeza, antes de que las autoridades lo sacaran de ahí. El editor fotográfico le trae la fotografía para una decisión final: ¿Publicaría usted la fotografía?

- *¿Quiénes son los “implicados” en esta decisión?*
- *¿Qué daño podría hacerse al presentar esta fotografía?, ¿y al no presentarla?*
- *¿Qué diferencia hace la edad de la víctima?*

La pregunta ética más frecuente para los departamentos de fotografía es el uso de fotos que muchos lectores puedan encontrar ofensivas: fotos de gente muerta o familiares apesadumbrados.

Algunas veces, los editores encuentran razones obligatorias para romper sus propias políticas, como fue el caso del fotógrafo en cuestión. Esta fotografía se publicó en el *Daily Press* de Noticias de Newport, Va. Aquí, *Will Corbin*, *director editorial*, explicó su decisión a los lectores. Note el extraño paso que el periódico dio, al consultar con la familia de la víctima.

Reimpreso con autorización del *Daily Press*, Noticias de Newport, Va.

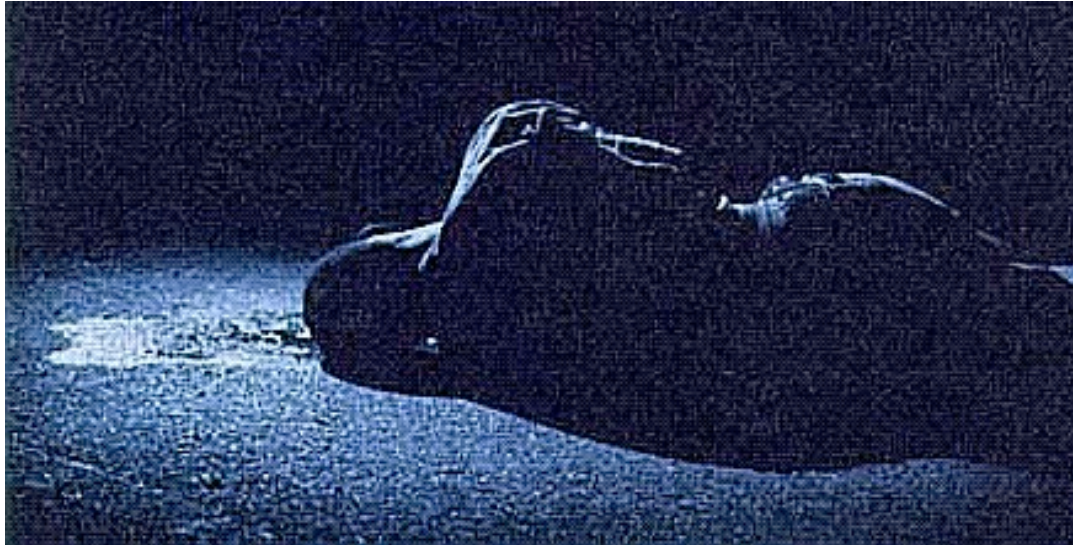
Fecha: Domingo, 8 de agosto de 1993

FOTOGRAFIA DE ADOLESCENTE MUERTO TUVO UN VALOR MAS ALLA DE LA CONMOCION

Por: *Will Corbin, Director Editorial*

En las primeras horas de aquella tarde de viernes cuando *Mike Ahser*, *asistente del director editorial* del *Daily Press*, me mostró la fotografía, mi reacción fue inmediata y final: **¡De ninguna manera!**

El sostenía una fotografía del cuerpo de un adolescente tendido en el pavimento de un estacionamiento. Aunque tenía el tamaño de una postal, era obvio que la fotografía era dramática; y tenía el potencial de perturbar a los lectores en varios niveles: la insensibilidad ante el dolor de una familia, el sensacionalismo, la violencia gráfica en un periódico familiar.



Mike no esperaba que la fotografía fuera publicada en el periódico ni tampoco *Ken Lyons*, el fotógrafo quien la tomó. Nosotros tenemos una política bastante firme en contra de publicar fotografías de cuerpos, particularmente fotografías locales y más aún fotografías de niños.

Mientras más veíamos la fotografía, más perturbadora se volvía ésta; y más perturbadora aún era la probabilidad de que nunca pudiera ser publicada. Aquí estaba una de las fotografías locales más fuertes que habíamos visto en años. Su dramatismo e iluminación relataban una historia trágica que hablaba por sí sola y a gritos, sobre los problemas de los niños que al crecer se pierden fácilmente y de cómo se encuentran con las armas también fácilmente.

De acuerdo a la opinión general, **Jeff Davis** de 15 años, fue un niño excelente, un joven que había resistido la presión de sus compañeros y de las circunstancias, y que se había mantenido en un camino recto y honesto. Ahora él estaba muerto, víctima de una bala disparada por un joven de 16 años, indicó el agente de policía. *“Mi niño perdió su vida por nada”*, le dijo su padre a nuestro reportero.

Hablamos sobre la fotografía del **“Pequeño Jeff”** tendido muerto en la calle, debatiendo por más de una hora si debíamos utilizarla. El frenesí de ambas partes se elevó, pues cada editor tenía su propia opinión.

Al final acordamos: “Esta fotografía haría enojar a nuestros lectores, de tal forma que valía la pena perturbarlos”. Dejaría una impresión perdurable e indeleble de un problema que es un icono en nuestros tiempos. Los atemorizaría y les causaría tal malestar, que los haría pensar y hablar y tal vez, aún actuar.

Y eso sería algo bueno, porque muchos niños están muriendo y no hay suficientes personas que se estén preguntando el por qué. Esto no sucedió en un lugar más, no era el tipo de violencia que la televisión hace creer que existe. La fotografía haría lo

que las palabras no podrían: *hacer que la tragedia del “Pequeño Jeff Davis” no se escapara de nuestros lectores. Entonces, quizás así, él no habría perdido su vida por nada.*

Así es como el argumento se trabajó a nivel público, a nivel periodístico y por nuestra obligación de entregar a nuestros lectores la información que ellos necesitan, aunque ésta les cause dolor. Como periodistas y ciudadanos, queríamos ver esa fotografía en el periódico.

A nivel privado, se hallaba el pesar de la familia de **Jeff Davis Jr.** Como padres y vecinos, sabíamos que no podíamos publicarla si se hubiera sumado a la tribulación de la familia. Antes de que se tomara la decisión final, hablamos con la familia Davis. El editor Jack Davis –quien no es familiar-, fue a la casa del padre de **Jeff** y le dijo a él y a otros familiares acerca de sus planes. Su padre no quiso ver la fotografía, -él quería sólo saber si no mostraba el rostro de su hijo-, pero otros miembros de la familia lo corroboraron. Más tarde ese viernes, mostramos la fotografía a la madre de **Jeff**.

De haber objetado fuertemente la fotografía, no la hubiéramos publicado. Sin embargo, la familia de **Jeff** estuvo de acuerdo con nuestro razonamiento: Si utilizar la fotografía ofrecía alguna esperanza de generar pensamiento o acción, entonces debíamos publicarla.

Publicamos la fotografía en la Página Uno el día 31 de julio, junto a un retrato de la familia del joven Davis. Aparecía en blanco y negro. Una pequeña cantidad de sangre era visible en la fotografía, y sentimos que imprimirla a colores la haría objetable por las razones equivocadas.

Después de que la fotografía apareció, un sinnúmero de lectores nos llamó, tal y como lo esperábamos. Muchos estaban consternados, principalmente por la difícil condición de la familia y objetaron el uso que le dimos a la fotografía. Cuando les explicamos que la familia tomó parte de la decisión, muchas de las objeciones se disolvieron.

De lo que los lectores nos dijeron, la fotografía tuvo un efecto positivo. Una madre dijo que ameritaba una reunión familiar para discutir lo que esta foto representaba. Un maestro de Hampton la utilizó con sus alumnos de la escuela de verano para generar la búsqueda de sí mismos.

Algunos lectores me dijeron que la fotografía todavía les perturba. Pero eso es bueno. Eso era lo que se suponía que tenía que provocar.

THE DAILY TIMES

Desde el palco privado

El equipo deportivo local ha logrado llegar al campeonato mundial, el cual se está llevando a cabo en su comunidad natal. El juego se vendió inmediatamente y los únicos boletos que quedaban se revendían a un precio de \$2,000 por asiento. El dueño del equipo ha invitado a un selecto grupo de editores y reporteros a observar el juego desde su palco privado sin ningún costo. Ya que el dueño está ahí cada año, ofrecía también un número limitado de asientos en graderíos a un costo de \$40.00 al personal del periódico. ¿Qué deberían hacer los editores y reporteros?

- *¿Si los reporteros están cubriendo el evento, aún así, el periódico tiene que pagar?*
- *¿Si el periódico paga o no paga, afectaría su credibilidad?*

Durante La Serie Mundial de 1996, el dueño de los Yankees de New York, George Steinbrenner, invitó a un selecto grupo de editores y reporteros para que observaran los juegos desde su lujoso palco en el estadio Yankee. Muchos de los reporteros invitados rechazaron la oferta de Steinbrenner. Pero muchos de los que rechazaron dicha oferta, no se encontraban arriba comprando boletos de \$40 que se conseguían por \$2,000 con los revendedores de la calle, boletos que no estaban a la disposición del público general.

¿Por qué se dibujó la línea ética donde estaba? Es una pregunta que todavía es acaloradamente debatida, particularmente en secciones de deportes y entretenimiento en donde los boletos y “souvenirs” han sido, por mucho tiempo, uno de los privilegios que a los publicistas les fascina dar a los a periodistas.

Sin embargo, en los últimos 20 años, muchas de las salas de redacción han implementado políticas estrictas sobre los “obsequios”, así como los periodistas han defendido su independencia.

En el caso de Steinbrenner, por ejemplo, las invitaciones para asientos en el palco vinieron en el tiempo en que los Yankees buscaban la aprobación pública para un plan de un billón de dólares para un nuevo estadio. “A los clubes les gusta cuidar de la gente que usted cree que le podría ser útil”, esto lo dijo Rich Levin, director de Relaciones Públicas para la Liga Mayor de Baseball, a la revista **Editor & Publisher**. Los criterios pueden ser fáciles en la toma de decisiones, pero en las situaciones de la vida real, estos son raramente bien definidos.

Marchar o no marchar

Su reportera educativa quiere participar en una marcha proelección. Ella argumenta que porque el aborto no sea parte de su criterio, esto no es un conflicto de interés. Más adelante, ella declara, que no tiene ninguna intención de trabajar alguna vez en temas sociales que aborden el debate del aborto en su periódico. Asimismo declara, que nunca renunció a sus derechos como ciudadana en una democracia, cuando se convirtió en periodista. Pero el periódico ha tenido una política en contra de la participación política que represente un conflicto de interés. ¿Es este un conflicto de interés?

La pregunta sobre participación política ha sido “pegajosa” por mucho tiempo. El editor *del Washington Post*, *Len Downie*, rechazó célebremente el votar para conservar su independencia. Por supuesto, ese acto es sólo significativo si *Downie* vacía su mente de todo pensamiento político; por otra parte, es un acto simbólico sin sentido, que no puede ser interpretado para hacer de él un justo creador de decisiones.

En este caso, el argumento de la reportera es atractivamente simple. No hay tal conflicto de interés, entonces, ¿cuál es el problema? Bueno, pues sí hay muchos problemas. Primero, los temas de la vida real no se conforman solamente con golpear. Estos dan golpes cortantes. Por ejemplo, temas como el de la educación sexual, clínicas escolares, y preservativos de obsequio, todos se relacionan con el tema del aborto. Tampoco hay forma de prever cómo estos golpes pueden ser reconfigurados en el futuro, quizás ella estará en un equipo de reportaje que incluya los temas del aborto, ya sea que los reporte directamente o no.

Su posición le permite campo abierto a una caracterización política general como liberal, por ejemplo. Eso pondría en la mente de los lectores, o aquellas personas a las que cubre, requerir en su trabajo de otros temas en cuestión.

El 6 de octubre de 1997, la Corte Suprema, sin ningún argumento, rechazó una apelación de Sandra Nelson, quien perdió su trabajo como reportera (fue editora) en el *Times Tribune* en Tacoma, Washington, después de que se rehusara a detener sus actividades políticas fuera de la oficina, incluyendo trabajo a favor de los derechos de los homosexuales. El rechazo sentó un precedente, dando a todos los periódicos en ese estado, la misma autoridad para actuar como lo había hecho el *News Tribune*. Los editores observaron estrechamente el caso como una evaluación del derecho de un periódico a proteger su credibilidad al ejercer control sobre las actividades extracurriculares de sus empleados editoriales.

A muchos periodistas les gusta decir que ellos todavía son ciudadanos y, por consiguiente, exigen actuar en esa ciudadanía. Pero muchas profesiones demandan sacrificios a cambio de privilegios. Un funcionario electo, por ejemplo, renuncia a muchas oportunidades financieras. Un trabajador común puede ser forzado a cumplir con requisitos para vivienda (no se les permite vivir en suburbios). Un

reportero renuncia al derecho del involucramiento político, esto coloca muchas preguntas en las mentes de los lectores sobre la discriminación.

Los críticos de esta postura plantean dos puntos: ¿Y qué tal si los lectores nunca se enteran?; después de todo, ¿reconocería usted a un reportero que dirija una caminata? ¿Y no es más honesto estar limpio de posiciones políticas, para que podamos evaluar mejor su trabajo como reportero?

Sin embargo, a estas objeciones les falta el punto más extenso. En el primer caso, la abrumadora posibilidad de irse con algo no significa que sea aceptable. El periódico debe vigilar constantemente no sólo las cosas que parecen ser desestabilizadoras, sino también las situaciones que pueden crear inestabilidad.

Aunque hay una escuela de pensamiento que cree que la distancia de un periódico con su comunidad es siempre perjudicial, con semejante tema de peso como lo es el aborto, una pequeña distancia puede ser el más seguro curso de acción.

The Coraltown Herald

Políticos en la Página Frontal

La que fuera por mucho tiempo alcalde, se está retirando después de su gestión, y su carrera por alcanzar el éxito es bastante amplia. Un empresario republicano muy reconocido finalmente anuncia su candidatura, lo cual es publicado en la página frontal. Una semana después, un concejal demócrata anuncia su candidatura y usted también publica esa historia en la página frontal. Un par de días después, usted recibe una llamada telefónica de un hombre que dice que él anunciará al día siguiente su intención de postularse como candidato a alcalde, de un tercer partido. Aunque este tercer partido nunca ha ganado una elección, ha conseguido un pequeño y elocuente partidario. Usted tiene un día para decidirse: ¿Publicaría también este anuncio en la página frontal?

- *¿Es necesario publicar al candidato en la página frontal para ser justos?*
- *¿Qué tan diferentes son los candidatos políticos al comercio o a otros grupos de la comunidad?*

En el frente de dicha página, la imparcialidad parecería dictar la colocación de una página principal. Pero, ¿es cada declaración igual? ¿Qué tal si el KKK (Ku Klux Klan) declaraba que estaba postulando por delante un candidato? ¿Qué hay sobre un candidato que bromea corriendo sobre la barra de una cervecería? Por otro lado, ¿quién es la prensa para decidir quién vale la pena? Richard Nixon fue una vez creído políticamente muerto. En una época, Ronald Reagan era apenas tomado en serio. Nadie previó el impacto de Perot en la política presidencial.

Este es uno de los enigmas a los que los editores del periódico se enfrentan. Los periódicos de calidad tienen una solución aceptable: Nunca tomar la posición del editor en el escenario que no esté operando bajo una política previamente establecida. Particularmente, con una campaña de temporada sobre ellos, los buenos editores establecerán un plan de batalla distribuyendo los parámetros y políticas de la cobertura de la temporada política. El manejo de declaraciones será cubierto.

Aquí es cómo un editor maneja el tema, tal y como se publicara su columna de la edición del 30 de octubre de 1993 de **Editor & Publisher**.

Declaraciones de candidatos locales:

La manipulación puede evitarse

Por: Harry Allen

En el artículo "*Controlar los Medios de Comunicación es Vergonzosamente Fácil*" (Editor & Publisher, Febrero 20, p. 56), el profesor de periodismo fotográfico de la Universidad de Kentucky, *Steve Dozier*, describió cómo su experiencia como

candidato político lo condujo a concluir que: “No obstante, otra pieza de nuestra industria necesita ser renovada”.

¿Qué generó tan alarmante y generalizada conclusión acerca de la credulidad de los medios de comunicación?

Dozier se postuló para ocupar un lugar en la directiva de una escuela en Lexington, Ky., el otoño pasado. Cuando declaró su intención de postularse, él sostuvo una conferencia de prensa temprano en una mañana de domingo, esperando tener cobertura televisiva y un buen lugar en la edición del Domingo del *Herald-Leader* de Lexington.

Dozier dijo que él “**se había sacado el premio gordo**” con tres equipos televisivos “que llegaron justo en ese instante” y con los artículos del *Herald-Leader*. “Fue largo, claro y preciso con un titular de cinco columnas, un subtítular y una columna con fotografía”.

El editor nacional del *Herald-Leader*, *John Miller*, dijo que era improbable que su historia hubiera tenido un impacto significativo en la contienda.

“En lo que Dozier falló, fue en no mencionar en su artículo, que lo que él llamó “**su premio gordo**”, con nosotros fue una historia de 10 párrafos en la página seis de la sección de noticias locales”, dijo *Miller*. Y no hubo diferencia entre el lugar y espacio que se les dio a sus cuatro oponentes.

El *Herad-Leader* tiene la política de dar espacios y ubicación similares, tanto como le sea posible, a los anuncios políticos de rutina de los candidatos en una misma contienda.

(Nota: En una carta respondiendo a esta columna, *Dozier* reclama que su anuncio era 40 por ciento más grande que el promedio de los otros artículos, con un titular y una fotografía más grande.

No obstante, *Dozier* hizo surgir un tema importante: Los periódicos, la televisión y las estaciones de radio deben ser consistentes en su cobertura de la política local. Los candidatos que entienden los horarios de la sala de redacción saben que el sábado es un día lento en noticias y que saben que los equipos de noticias en televisión están desesperados por herramientas visuales (slides, gráficas, etc.), no deben tener ventajas sobre los candidatos, quienes son ingenuos sobre las noticias.

Todos los editores, y la mayoría de los profesores de periodismo, saben que los oficiales públicos, practicantes de relaciones públicas y políticos tratan de utilizar a los medios a su conveniencia. Es por eso que muchos editores tratan fuertemente de asegurar una cobertura pareja de la política local.

Por casi diez años, el *Ledger*, con una circulación diaria de 82 mil ejemplares en Lakeland, Fla., se ha negado a publicar artículos sobre declaraciones de gestorías hasta que el candidato abre una cuenta para la campaña y registra dicha cuenta y la tesorería de la campaña con el supervisor de elecciones.

Al tener un reportero que supervise diariamente cuando cualquier candidato haya abierto cuentas, el periódico elimina las declaraciones en la edición del sábado y los problemas con los artículos del domingo. Esta política es el clásico “cometa” sobre el cual los políticos quisieran que voláramos: **“fulano de tal dice que podría postularse”**. (Tal especulación es ideal para la columna política dominical del *Ledger*).

Cuando el *Ledger* publica artículos sobre las declaraciones de los candidatos locales, las directrices aseguran que todos los candidatos obtengan un trato equitativo: los artículos de declaraciones van abajo del pliegue en la página tres de la sección local, todos ellos tienen una fotografía, y todos miden de 8 a 10 pulgadas.

“Antes de esta política, nosotros teníamos anuncios en la página frontal, dentro, con o sin fotografías, algunos titulares de 6 columnas, algunos de una columna”, el editor ejecutivo del *Ledger*, Skip Pérez, dijo: “Fue a capricho de la persona que hace el diseño”. Pérez indicó que la política del *Ledger* es más una directriz, que una regla de hierro.

El dijo también: “Hay tiempos cuando el valor de las noticias reemplaza las directrices”, citando un artículo sobre un antiguo alguacil que decidió buscar una reelección cinco años después de renunciar en la deshonra.

Otros periódicos y estaciones de radio y televisión tienen diferentes enfoques:

- ® El *St. Petersburg Times*, contiene declaraciones de las elecciones locales en sus páginas interiores en secciones metropolitanas y regionales, publicando una fotografía y una propaganda burlesca en la sección frontal.

El editor de *Times*, *Neville Green*, dijo que el periódico no tiene instrucciones por escrito, indicando: “Pero nos aseguramos de que ellas sean distribuidas de manera equitativa”.

- ® El *Tennessean* de Nashville, exige a los candidatos llenar un formulario de declaración de dos páginas que incluye información biográfica y financiera.

“Nosotros publicamos las declaraciones para las competencias locales en las páginas interiores en una caja formateada”, dijo Frank Gibson, editor político y gubernamental del *Tennessean*. Todas las cajas tienen el mismo tipo de información. No hay ningún titular, sólo un logotipo para identificar el artículo”.

- ® En la *WINK-TV* en Fort Myers, Fla., el gerente de la estación, *Mel Martin*, dijo que su sección de noticias es “bastante dura” con los candidatos que intentan sacar provecho de los medios de comunicación.

“Nosotros normalmente podemos darnos cuenta de ese tipo de manipulación”, indicó.

WINK no cubrirá una conferencia de noticias a menos que el candidato le diga a la estación anticipadamente de qué se trata. Y no cubre conferencias de noticias políticas el día previo a una elección, cuando los candidatos tienen la tendencia de hacer alegaciones de último minuto.

- ® En el *Free Press* de Detroit, en donde *Dozier* trabajó hasta 1995, el editor ejecutivo, *Heath Meriwether*, dijo historias sobre competencias para oficinas debajo del nivel de la Alcaldía a las que no se les da mucha importancia.

“Pero en todos las artículos de declaraciones intentamos dar a cada uno de los candidatos, igualdad de espacios”. “Esa es una regla que está en pie..., es parte del conocimiento de una ley común de nuestros editores”.

Charles Burke, un profesor asociado de Telecomunicación de la Universidad de Florida, no se muestra optimista acerca de la habilidad de los medios de comunicación en evitar ser manipulados.

“Es la era de las relaciones públicas, y me temo que ellos van en ascendencia debido a nuestra pasividad”, indicó.

Martin expresó un punto de vista similar, pero hizo notar que no todos los periodistas son pasivos.

“Pienso que los medios de comunicación son manipulados porque somos tontos”, dijo. “Pero muchos de nosotros no lo somos, y hay maneras de prevenirlo.”

Políticos y lectores, especialmente aquellos del lado perdedor, nunca estarán contentos con nuestra cobertura de campaña, pero las políticas y procedimientos con sentido común y procedimientos mejorarán nuestro periodismo y les darán menos para criticar. (*Allen*, un profesor asociado de periodismo en la Universidad Occidental de Kentucky, es un antiguo editor nacional del *Ledger*, Lakeland, Fla.)

Mercury News

Beani Babies

Un artículo sobre la “Beaniemanía” afirma que sólo una tienda en su mercado tiene este juguete: Fun Mart. La primera cosa que hace el gerente de Toy Palace (Palacio del Juguete), es llamar furioso por la mañana.

Su tienda vende Beanie Babies también, y él quiere un artículo similar sobre su tienda. Usted le dice que le volverá a llamar, pero él lo llama dos horas después gritando. Fun Mart es como una casa de locos llena de compradores de Beani Babies, y a causa de la pérdida de ventas, Toy Palace está ahora exigiendo una disculpa pública y gratuita. En realidad, la escena es tan caótica que agentes extras de la policía son llamados para manejar el tráfico y a la multitud. Usted sabe que su reportero lo arruinó y que escribir un segundo artículo sobre la escena de la “muchedumbre” en Fun Mart, tendría un efecto complicado. ¿Qué hace usted?



- *¿Tiene el periódico una responsabilidad hacia Toy Palace, si el error fue sin intención?*
- *¿Empeoraría la situación, el seguir escribiendo sobre dicha historia?*

Esta es una de esas situaciones en las que los editores pasan la noche en vela, preocupados por la situación. A pesar de sus mejores esfuerzos, esta clase de descuidos resultan de números equivocados de teléfono, horas incorrectas o datos faltantes. Un grupo de editores reunidos durante una conferencia de la Asociación Americana de Editores de Periódicos (ASNE), plantean este escenario y podrían recordar innumerables ejemplos en sus propios periódicos. Ellos acuerdan que el mejor acercamiento sería tratar de corregir esta información equívoca pro activamente.

Los editores estaban tan preocupados sobre el daño que dicha información podría causar a sus lectores, así como a potenciales anunciantes. Los editores decidieron hacer un artículo en la escena de la “multitud”, admitir el rol del periódico en el artículo y efectuar una corrección. Publicaría también una lista completa de las tiendas que venden Beani Babies. Sugirieron también, que si el periódico tenía un mediador, sería bueno para hacer una buena columna.

THE ENTERPRISE PRESS

Sospechoso

Después de una larga investigación, el departamento local de policía, finalmente ha arrestado a alguien por un particular y atroz doble asesinato en este callado suburbio. La historia ha sido noticia de primera plana tanto local como nacional. El sospechoso es un hombre de la región, de 25 años y cuya familia todavía vive en el área. En una aburrida tarde de viernes, su reportero de policía le dice, sorpresivamente, que tiene una gran revelación para la historia.

A través de una de sus fuentes en las cortes juveniles, el reportero supo que mientras el sospechoso todavía estaba en la escuela secundaria, había sido arrestado repetidamente por incidentes violentos. En determinado momento, fue enviado a una institución mental para someterse a tratamiento y estar bajo medicación. La política de su periódico es no publicar los nombres y detalles de delincuentes juveniles, y el sospechoso no tiene un récord criminal ahora que es un adulto. El Pastor del sospechoso le ruega que no publique el artículo, diciendo que teme que esto induzca al hombre al suicidio. Su reportero trabajó muy duro para llevarle a usted esta historia y le dice que el USA Today no va muy lejos en su investigación. ¿Cuánto de esta nueva información debe usted publicar?

- *El sospechoso es ahora un adulto. ¿Significa entonces, que a pesar de esto, nosotros no podemos hablar de su historial juvenil?*
- *¿Cuál es la gran responsabilidad: la privacidad del hombre, o el derecho del público a saber?*

Existen varios componentes en este escenario. Primero, la mayoría de los periódicos tienen una política en contra de publicar los nombres de sospechosos, a menos que realmente se les formulen cargos. Esto es, porque cualquiera puede ser sospechoso de cualquier crimen. Los investigadores policíacos pueden, como una técnica para limpiar al sospechoso, cuestionar a aquéllos que creen que tienen conocimiento de un crimen, pero que no son el sospechoso principal. Algunos sospechosos podrían ser traídos por errores de identidad. Una gran cantidad de afro americanos pueden atestiguar sobre la experiencia de ser detenidos en el camino sin causa alguna; los hombres “árabes” que “encajan en el perfil” de terroristas son detenidos equivocadamente en los aeropuertos.

No es ético, calumniar a cualquiera considerado meramente un “sospechoso”, de quien la policía tiene poca e inadecuada evidencia para formularle cargos. Muchos reporteros han tenido que respetar un plazo hasta altas horas de la noche, para hacer una llamada y preguntar si un sospechoso ha sido acusado ya. Si es así, el reportero puede mencionar el nombre en el artículo. Si no, el artículo es anulado o debe referirse meramente a un sospechoso que está siendo interrogado.

Por supuesto, el artículo del afiche para el debate sobre indicar nombres es el caso de Richard Jewel, quien una vez, se pretendió fuera el “colocador de bombas” en el Parque Olímpico de Atlanta. Ahora, sabemos que Jewel es inocente y ganando atractivos contratos de agencias noticiosas que deshonraban su figura.

Sin embargo, Jewel fue apenas el primero. Considere el caso de Edward Humphrey, un joven problemático de 18 años, quien fue una vez el seguro sospechoso de los deplorables asesinatos en Gainesville de cinco estudiantes de la Universidad de Florida. Después de un torbellino de artículos acusadores hechos por grandes fuentes noticiosas, él fue liberado de toda sospecha por las autoridades.

Es importante recordar que una razón para mencionar nombres, una vez que a un sospechoso se le formulen cargos, no es sólo porque nosotros podamos, o que un oficial haya pasado el umbral. Es también, para proteger a un sospechoso que ha ingresado al sistema criminal de justicia. El proceso en América está hecho para ser abierto a prevenir cargos y arrestos misteriosos así como juicios secretos que históricamente han castigado a los enemigos políticos u otras personas de alguna manera perseguidas.

THE PRESS

El equipo local

El uso de sobrenombres nativo americanos: Los Pieles Rojas de Washington, los Bravos de Atlanta, Los Seminolas del Estado de Florida, es considerado por algunos, como ofensivo y hasta racista. Un debate se origina en la comunidad acerca de cambiar a la mascota de su escuela, la cual utiliza un sobrenombre nativo americano. Las Organizaciones Nativo americanas se encuentran de un lado, y muchos fanáticos del otro. La sección de deportes ha tratado de permanecer neutral ante este debate, pero se está haciendo imposible ignorar el tema por más tiempo. La principal organización nativo americana de su pueblo viene hacia usted y le pide que no siga utilizando más estos sobrenombres en sus coberturas deportivas, ya que usted está perpetuando mitos perjudiciales sobre una cultura y sobre la gente. Ellos amenazan con organizar una protesta frente a su edificio si usted continúa. ¿Qué haría usted?

- *¿Debe tomar partido el periódico en este debate público?*
- *Si el grupo nativo americano local organiza una protesta, ¿cómo debería responder usted? ¿Cómo debería cubrirlo?*

Este escenario provocó una lluvia de preguntas entre los editores con los que hablamos. ¿Debería el periódico tomar parte en un debate público? ¿Es el periódico culpable de perpetuar estereotipos? ¿Sería el periódico inexacto en no informar cuales son los nombres formales de los equipos deportivos? ¿Qué hay sobre las normas de la comunidad? El grupo también luchó en cómo tomaría y explicaría esta decisión. ¿Dónde están los precedentes a seguir? ¿Están en riesgo los principios periodísticos? ¿Es un tema de servicio público?

En una reciente reunión de altos editores de periódicos, *Sherrie Miller*, del *Star Tribune* de Minneapolis, detalló un proceso similar al que su periódico utilizó para lidiar con este mismo tema. Primero, ellos sostendrían una reunión de editores e invitarían a los grupos nativo americanos. Los editores enviarían un memo al personal y cubrirían, como un artículo, su decisión de desechar el uso de sobrenombres. El periódico, después de todo, indicó *Miller*, toma muchas decisiones diseñadas para no ofender: reteniendo fotos grotescas o prohibiendo cierto tipo de lenguaje.

Miller resumió diciendo, que el tema clave es si los sobrenombres eran considerados ofensivos por las normas de la comunidad. *Milton Coleman*, editor delegado del *Washington Post*, dijo que la decisión podría ser diferente en su periódico o en otros, donde la susceptibilidad regional no era la misma que en Minneapolis. De esa manera, la decisión no era tomada por criterio propio del periódico sobre los sobrenombres, pero sí en la base de servir a una comunidad agraviada.

Un Candidato Oscuro

Veinticuatro horas antes de una tensa elección, el lodo escurre. Un miembro del Campamento George Jones, lleva un paquete confidencial a uno de sus reporteros. Contiene los hallazgos de una investigación a una dependencia estatal de bienestar infantil, con alegaciones de que Thomas Smith, quien ocupa un cargo político, abusó de su hija, seis años atrás. Las alegaciones no resultaron en cargos, pero la información en el paquete parece indicar que podría haber más de esa historia. Dice también, que la esposa de Smith había archivado documentación que indicaba que estuvo en la quiebra diez años atrás, cuando su compañía de mascotas estaba en problemas. Aunque a la compañía, le está yendo bien ahora, parece que podría haber recibido un particular y generoso beneficio durante la reorganización de dicha compañía, de un banquero local prominente y políticamente activo. ¿Publicaría usted una historia?, y de hacerlo, ¿de qué tipo sería? ¿Qué consideraría usted al tomar la decisión?

¿Qué partes de este escenario valen la pena como noticia y cuáles vale la pena perseguir? ¿Cuál es el propósito de un tradicional “apagón o suspensión” de las reglas en relación a publicar información controversial el día previo a una elección? ¿Cómo le hace frente el periódico, a su obligación básica de hacer justicia, mientras que al mismo tiempo debe servir bien al público?

Un grupo de altos editores decidió perseguir ambas historias tanto como pudieran, y solamente publicar un artículo si éste era 100 por ciento completo.

De cualquier forma, ellos no creían que tendrían un artículo a tiempo. Igualmente, debían verificar detalladamente los datos de la persona que les dio el archivo y reunirse el día de las elecciones no sería su meta principal. Si ellos encontraban información incriminatoria y de probarse que las alegaciones eran verdaderas, el candidato podía perder su cargo aún después de la elección.

Aquí, la última pieza de los criterios era ser fiel a la historia, a pesar del tiempo. El medir el tiempo, era totalmente secundario. La competencia era un factor fuerte. Pero el medir el tiempo jugaba un papel, a pesar de reclamar normas de reportear, no difería entre historias. Era claro que los editores estaban demandando que esta historia fuera completada fuera de la rutina, antes de ser publicada. Los editores observarían una tradicional “suspensión” o un período de “no cobertura” justo antes de una elección con esta historia así como con todas las noticias sobre la elección.

Algunas personas quieren saber por qué el periódico publicaría la historia de un candidato político que estuvo en quiebra hace cerca de una década, y publica las cuentas de otro oficial electo con problemas financieros y fracasó en informar sobre un préstamo personal privado como lo requiere la ley. Esta es una pregunta justa.

La respuesta es que el público tiene el derecho de saber acerca de las personas que elige para crear las reglas, decidir los temas y manejar los fondos públicos.

Esto no presupone que el público realmente quiera saber estos y otros hechos sobre oficiales. Una mayoría podría ni siquiera emitir sonido alguno al respecto, pero aún así, ellos todavía tienen el derecho a saber, y un periódico está moralmente obligado a reportar la información sobre cualquier cosa que los lectores consideren que vale la pena.

Cada lector(a) aplicará su interpretación particular a las noticias. Algunas personas serán completamente comprensivas con el candidato cuya pasada quiebra es publicada, mientras que otros analizarán las circunstancias y llegarán a alguna conclusión sobre cómo el candidato lo manejó. Aún otros, podrían entretenerse con las dudas acerca de la agudeza financiera del candidato.

THE DAILY TIMES

El entrenador de básquetbol

Un maestro de ciencias en secundaria fue suspendido mientras se esperaban los resultados de una investigación sobre cargos de que repetidamente le había hecho propuestas sexuales a un estudiante. Los estudiantes y el personal de la escuela, saben ya de las alegaciones y de la suspensión. ¿Deberían saberlo también sus lectores?

Ahora considere esto: el maestro es también el entrenador de básquetbol y su caso no puede ser resuelto antes del juego de la próxima semana contra el rival del otro lado del pueblo. Los reporteros deportivos sienten que valdría la pena perseguir el ángulo del equipo que no tiene entrenador en este juego clave.

Ahora, ¿qué haría usted? ¿Publicaría noticias sobre la suspensión? ¿Mencionaría el nombre?

- *El público, ¿tiene derecho a saber?*
- *¿Es un maestro de escuela una figura pública?, o ¿debe tratarse de diferente manera que a un político, por ejemplo?*
- *¿Puede usted cubrir la historia sobre la suspensión, sin mencionar nombres? ¿Puede cubrir usted el juego de básquetbol sin mencionar la ausencia del entrenador?*

El Oregonian enfrentó un escenario similar. El maestro de gimnasia de una escuela primaria para varones, fue acusado por varias niñas, de haberlas tocado inapropiadamente. Mientras la policía investigaba, el maestro se ausentó de sus labores, pero con goce de sueldo. ¿Debería mencionarse su nombre en el periódico? La investigación encontró que las niñas habían inventado todo. Se publicó una nota aclaratoria sobre el maestro, mencionando su nombre. ¿Debía entonces mencionarse su nombre?

De acuerdo a las noticias de la *APME (Associated Press Managing Editors)* sobre el caso, los editores decidieron que el nombre no era necesario en la historia. Ellos consideraron que el hecho de que pudieran mencionar su nombre, no invalidaba el daño que él enfrentaría si se mencionaba, aún cuando ya se había aclarado la situación.

Los editores se dieron cuenta después, que el periódico había tomado la misma decisión en un caso similar, tres años antes: Un caso de falsa acusación de alto perfil, el cual haríamos bien en recordar, y que involucraba al receptor de los Cowboys de Dallas, Michal Irvin.

Irvin fue acusado de apuntar con un arma en la cabeza de una mujer, mientras otro jugador la violaba. Las alegaciones fueron tratadas como verdaderas por la mayor parte de los distribuidores de los medios. *Newsweek* publicó una historia aún después de que había encontrado, al menos, un testigo creíble quien le ofreció a Irvin una coartada.

Como muchas otras historias, la pieza fue acomodada de tal forma, que sugería que si aunque las alegaciones no fueran verdad, la cultura futbolística en la cual ocurrió, hacía esto creíble, una falta por parte de los jugadores de los Cowboys y en el manejo. Más tarde se encontró que las alegaciones eran falsas y la mujer fue demandada.

Mercury News

Violencia Doméstica

Su reportero policíaco lleva una bitácora diaria de los crímenes y llamadas a la policía. Cuando se formulan cargos, el nombre de un sospechoso es publicado (excepto en casos de violencia doméstica). Siempre ha sido así en el periódico.

Una explicación es que usted nunca puede decir quién es el verdadero agresor, explica un experimentado editor. Alguien más plantea, que la violencia doméstica es un crimen privado, no un asunto del público. En ocasiones, los registros de la bitácora que son particularmente interesantes, son utilizados como la base para grandes historias. Algunos casos de violencia doméstica, esos que involucran a figuras públicas, heridas graves, un número inusual de respuestas de la policía, situaciones potenciales de rehenes, etc., también merecen la pena que sean cubiertos.

Si sigue por este camino, ¿mencionaría usted nombres? El público tiene derecho a saber?Cuál es su política?

- *¿Está protegiendo el servicio público la identidad de aquellos involucrados en violencia doméstica?, o de algún modo, ¿perdona la práctica?*
- *¿Importa la severidad del crimen o no deberían cubrirse los casos como una cuestión de políticas? ¿Cómo lo decidiría usted?*

Algunos editores huyen de las historias de violencia doméstica porque dichas historias son del tipo: **el dice/ella dice**. Otros publican historias sobre el tema, pero no historias sobre incidentes particulares y ciertamente no mencionan los verdaderos nombres. Otros todavía dicen que un crimen es un crimen, y si a un sospechoso se le formulan cargos, no se hará excepción alguna basados en el tipo de crimen.

Más allá de esos temas, existe una división en que si publicar noticias sobre dichos incidentes enardecerían o avergonzarían a los abusadores.

Aquí, lo que un editor considera:

La editora administrativa del Presstime, Nancy Davis, estudió la cobertura de la violencia doméstica en los periódicos y publicó recientemente este resumen en su revista:

A pesar de los temas privados y de la división de opiniones concernientes a la práctica, más editores de periódicos estadounidenses deberían considerar el

publicar artículos de rutina sobre violencia doméstica, ya sea que mencionen o no a los involucrados. Para reflejar de manera precisa a sus comunidades, cada editor necesita establecer una política que mantenga esos crímenes en el ojo público, tal y como lo ha hecho *The Caledonian Record* in St. Johnsbury, Vt.

Eso resume mis conclusiones, basada en un estudio de tres años sobre la audaz política del *Caledonian Record* de reportar sobre más actos de violencia domestica que son descubiertos por la policía o de los cuales escucharon en las cortes en su área de circulación (Presstime, Marzo 1995, p. 44).

Aproximadamente cada edición de los 11 mil 308 diarios que circulan vespertinamente, recuentan un incidente trágico diariamente e incluyen los nombres de las víctimas adultas y de los agresores.

William E. Cote, profesor asociado de periodismo de la Universidad Estatal de Michigan en East Lansing, y antiguo coordinador del Programa escolar “*Víctimas y los Medios de Comunicación*” no conoce ningún otro periódico estadounidense que siga tal procedimiento.

Esta práctica editorial hizo posible el medir algunos efectos de publicar nombres, a través de conducir una encuesta por correo y hablar con las víctimas, agresores y los profesionales que trabajan con ellos, y de comparar el volumen de órdenes de restricción emitidas antes y después de que los periódicos reportaran estos casos.

Entendiendo las fuerzas en el trabajo, estas podrían ayudar a los periodistas a formular juicios noticiosos responsables que involucran dichas historias personales y a expandir recursos para cubrir la violencia doméstica. Aquí algunas de las conclusiones:

- ® Los defensores de la víctima identifican la publicidad como uno de varios impedimentos para que las víctimas busquen ayuda. Muchas víctimas y agresores evitan obtener ayuda porque no quieren que nadie sepa sobre el problema, algunos quieren continuar con relaciones abusivas.
- ® Hasta hoy, ningún practicante o víctima podría apuntar a un incidente en donde la publicación directa de los nombres de las víctimas o de los agresores causara más violencia física, aunque muchos insisten que el potencial de daño existe.
- ® Después de cuatro años de publicar nombres y de recuentos noticiosos detallados, los efectos a largo plazo permanecen oscuros, especialmente en relación a la pregunta de que si publicar nombres hace que las víctimas duden en presentar cargos y perseguir una demanda.

Algunos otros hallazgos de la investigación:

- ® Las historias del Caledonian Record no aparecen escritas con el fin de simplemente conmocionar o motivar.
- ® Aunque los teóricos reconocen el papel que los medios juegan en el dominio social, la evidencia no apoya la idea de que los reporteros de los medios pudieran disminuir directamente el abuso. Como un elemento disuasivo, el efecto de 'avergonzar' a los agresores no ha sido estudiado, pero al menos un psicólogo dice que la vergüenza sería improbable para mejorar este comportamiento.
- ® La idea de que tal cobertura inste al comportamiento "imitativo", ha sido sopesada por los criminólogos, con resultados inconclusos.
- ® Publicar nombres claramente, fomenta el miedo de las víctimas a represalias físicas o verbales por parte de los agresores, les crea vergüenza pública a ellos y a sus hijos, y puede afectar la manera en que ellos desempeñan sus trabajos o conducen sus negocios.

Para un editor, que considera publicar el nombre de una víctima, tal sufrimiento debe ser sopesado ante el derecho del público a saber, por lo que puede darse entonces, la libertad de una Primera Enmienda y una enseñanza cuando los periodistas, consistente y repetidamente, colocan dichos crímenes en paridad con otros igualmente violentos, crímenes que típicamente llevan más tinta.

The Coraltown Herald

El policía de la Guardia Civil

Otro oficial, en cumplimiento de la ley, es asesinado en una tarde de domingo mientras respondía a una llamada de violencia doméstica, en un área plagada por la actividad ilegal de drogas. Un fotógrafo de noticias llega a la escena y toma fotografías del cuerpo del oficial asesinado, tirado en el suelo. Sus reporteros investigan la historia y encuentran que el sospechoso presuntamente, tenía un rifle M-1 y había abusado de su esposa repetidamente. La familia del policía vive en el área y es muy probable que vea la fotografía. ¿Publicarían la fotografía? ¿Por qué o por qué no?

- *¿Qué es lo que la fotografía añade o no añade al relatar la historia?*
- *¿El hecho de que esto ocurriera en un área de alto crimen, afecta el tratamiento que debe dársele?*
- *Cambiaría las cosas, el que la víctima no hubiera sido un jefe de policía?*

Aunque esta fotografía no contiene sangre, la víctima era un comisario de la policía, asesinado en la línea del deber, una situación difícil sin ninguna explicación por parte de los medios.

Cuando el Riverside Press-Enterprise de Riverside, Calif. publicó la fotografía, enfrentaron una tormenta de fuego de ofensas del público. Aquí se explica cómo la editora y publicista, Marcia McQuern, explicó su decisión de publicar la fotografía:

¿Por qué la foto del comisario y por qué las protestas?

Marcia McQuern

Ene. 12, 1997



Este periódico perturbó a muchos de ustedes el lunes pasado, publicando una fotografía en la que podía verse a un comisario de la policía tirado en el suelo, boca arriba, y con los brazos extendidos. Supimos que la decisión de mostrarles el trágico resultado de poner a los agentes de la policía de nuestra sociedad en peligro, sería perturbador. Lo fue para nosotros.

Esperábamos que la visión de aquel joven hombre tirado ahí, perdido de su familia y amigos, les trajera a casa de manera poderosa, la tragedia del asesinato de dos comisarios que fueron emboscados, cuando respondían a la súplica de una mujer asustada que pedía protección. Las palabras de nuestro reportero les hablaron de esto a través de historias escritas detalladamente y de forma sensible, pero sabíamos que las palabras no tienen el impacto instantáneo de las fotografías, las palabras por naturaleza, son más remotas.

Así que, esperábamos que la fotografía de la escena de muerte, aunque sin ser sangrienta y tomada desde alguna distancia, invocaría en ustedes, así como lo hizo en nosotros, el horror de la magnitud del crimen y la pérdida. Esperábamos también, que los movería, así como a nosotros nos movió, a sentir más compasión por la familia del hombre asesinado, más aprecio a su sacrificio, y más respeto por sus colegas, quienes todavía realizan este peligroso trabajo.

Cruzaba también por nuestras mentes, que esto les mostraría que la violencia doméstica es un peligroso y serio problema, no sólo para aquellos abusados sino que también podrían enfocar su atención en el problema que representa que poderosas armas militares, estén en manos de personas con tendencias a la violencia y a actos criminales.

En otras palabras, supimos que era una excelente fotografía noticiosa que relataría una historia importante, y que se esperaba, ayudaría a nuestra comunidad a entender el impacto de dicha historia.

Evidentemente para muchos de ustedes, la fotografía trajo a sus hogares una tragedia demasiado dolorosa.

Algunos, sobre todo en la periferia de la comunidad que ejecuta la ley, objetaron la publicación de la fotografía, debido a su propia reacción a ésta. La fotografía golpeó muy de cerca los hogares.

Pocos, si es que alguno de nosotros, gustamos de que se nos recuerde nuestra propia mortalidad o la de nuestros seres queridos, o queremos tener que justificar el llamado de nuestras profesiones ante nuestras preocupadas familias. No queremos tampoco vivir en la vulnerabilidad de aquellos quienes nos protegen de los depredadores de la sociedad.

Otros objetaron a lo que vieron, como la invasión a la privacidad de la muerte del comisario a través de la fotografía y creían que, de algún modo, fuimos irrespetuosos

hacia ellos al publicarla. Quizás una violación a una aversión cultural tácita al mostrar la imagen de una persona, sobre todo su rostro en el punto de la muerte.

Pero la mayoría de quienes protestaron, especialmente aquellos en cumplimiento de la ley, lo hicieron en nombre de los que le sobrevivieron al hombre asesinado en la foto, especialmente sus hijos. Eso fue un punto poderoso, señalado por el jefe de policía de nuestro condado, en dos llamadas telefónicas a mi casa el sábado pasado por la noche, pidiendo que no publicáramos la fotografía.

Puesto que yo había aprobado su publicación, basada en una descripción oral de su contenido, su petición me impulso a ver la fotografía por mi misma. Desde un principio, había entendido que sólo porque tuviéramos una fotografía dramática de un evento noticioso y tuviéramos el derecho a publicarla, no significaba que debiéramos hacerlo.

A pesar de haber admirado el desempeño en su cargo, mi obligación no era hacia el comisario ni a sus agentes, aun cuando también apreciaba la difícil labor de éstos, ni tampoco hacia la familia del fallecido, aun cuando también sentía pena por ellos. La obligación de un periódico es hacia aquellos que lo leen, y cuentan con tener una cobertura precisa y completa sobre lo que ocurre en su mundo. El periódico no puede hacer bien su trabajo, mientras trate de evitar ofender la susceptibilidad exagerada de algunos y el deseo de otros en permanecer inconscientes al desagrado.

La fotografía y la disputa eran la verdad de los eventos del pasado domingo por la mañana. No era una bonita fotografía, ni tampoco era la realidad de lo que pasó.

Al ver la fotografía, supe inmediatamente que no la publicaría. También supe, como lo hice cuando escuché por primera vez acerca de ella, que algunos de nuestros lectores reaccionarían negativamente ante la decisión. Algunos lo hacen siempre que publicamos fotografías fuertes de tragedias. Por consiguiente, supe también de inmediato que publicar la fotografía iría en contra de nuestros intereses financieros,

Para el lunes pasado, la aplastante mayoría de nuestros periódicos se había vendido ya a los suscriptores. Y la mayoría que compra un periódico en un anaquel, compra el mismo todo el tiempo. Así que supe, que no venderíamos más periódicos a causa de la fotografía.

De hecho, supe por experiencia, que perderíamos algunos suscriptores y anunciantes que buscan salidas a sus necesidades. Supe además, que nuestros competidores noticiosos, lo reportarían y algunos hasta se deleitarían fomentando las ofensas públicas a nuestras acciones.

Pero nosotros no consideramos nuestros intereses comerciales al hacer juicios noticiosos. Si lo hiciéramos, los lectores no confiarían ni deberían confiar en nosotros.

Después de que la fotografía apareció, el editor general y yo, que a fin de cuentas éramos los únicos responsables de su publicación, estábamos preparados para explicar nuestra decisión y aceptar las críticas. Francamente, estábamos sorprendidos tanto por la intensidad como por el volumen de reacciones negativas.

Algunas de estas reacciones, vinieron del gremio de comisarios y sus homólogos, y algunos vinieron de ciudadanos estupefactos por las muertes, y quienes a parte de solidarizarse con los comisarios, estaban molestos con nosotros. Sin embargo, muchos de estas eran independientes a estas influencias.

Entendemos y respetamos los motivos de aquellos quienes no están de acuerdo con nuestra decisión. Algunos de ellos trabajan con nosotros en el periódico. Es imposible, sin embargo, respetar las opiniones de aquellos quienes aparentemente creen que seremos persuadidos por su punto de vista, en hacer insultos personales, decir obscenidades, lanzar amenazas y acosar a las personas que claramente no tuvieron ninguna participación en la decisión de publicar la fotografía.

Aún así, muchos de los que nos llamaron o escribieron, no fueron obscenos o amenazantes. Ellos fueron sinceros en su creencia, de que habíamos tomado una mala decisión y querían expresar su protesta con el mejor espíritu de un diálogo democrático, con la esperanza de que adoptaríamos su punto de vista para futuras decisiones.

Particularmente, entendemos y apreciamos el deseo expresado por muchos de proteger a los sobrevivientes del comisario. Si tan sólo el no imprimir la fotografía trajera de vuelta a estos esposos, padres y amigos, pero ocultar esta realidad tampoco lo haría. Tampoco disminuiría el dolor de estas familias, aunque algunas honestamente lo creen así y talvez, para ahora, los sobrevivientes hayan sido convencidos de esto.

Sabemos por experiencia que no podemos predecir con exactitud, cómo va a reaccionar un sobreviviente a la publicación de la fotografía de un fallecido. La gente reacciona de diferente manera. Mientras algunos, en verdad, están molestos por la fotografía, algunos se muestran de inmediato agradecidos de que hayamos conmemorado a su ser querido. Algunos, dijeron después que agradecían que la fotografía se hubiera tomado para que todo el mundo comprendiera lo que le había ocurrido, y otros, jamás nos dijeron que pensaron al respecto.

Nuestra sociedad tiene dificultad para lidiar con la muerte. Se inventan eufemismos, “difunto” y “falleció”, para evitar aún la palabra, y desafortunadamente, en medio de la confusión de imágenes que nos bombardean diariamente, la línea entre la violencia ficticia y la real, frecuentemente se torna borrosa.

Enfrentamos un momento difícil al tratar de entender cómo la imagen en la fotografía, podía quedar plasmada en la memoria de la comunidad. Muestra a un héroe que

murió acudiendo al rescate de un ciudadano, haciendo lo que él amaba hacer en servicio de todos nosotros.

La aparente desaprobación universal de la autoridad es particularmente desconcertante dados los motivos que tuvimos para publicar la fotografía. Hemos de confesar, que también estamos desconcertados sobre la escasez de indignación expresada en las fuentes reales del dolor, con esto queremos decir, que la ofensa a la comunidad fue hecha por un francotirador, y no por un fotógrafo o editor.

Virtualmente, nadie nos expresó enojo por el crimen en sí. Nadie parece estar perturbado de que un hombre violento y arrestado varias veces, presuntamente tuviera un rifle M-1 destinado a asesinar humanos. Nadie muestra estar preocupado de que nada hubiera ocurrido cuando los vecinos sospechaban de una actividad ilegal de drogas en el área. Tampoco nadie parece preocuparse sobre una mujer sufriendo por la violencia doméstica.

Nadie más quedó helado, al saber que la esposa del sospechoso dijera después, que a pesar de temer por su vida, hubiera preferido no haber llamado al policía para que la ayudara. Nadie parecía preocuparse por la falta de respeto a la policía, una situación bastante diferente, a la que existía hace 40 años la cual se ha incrementado en un desprecio "anti-policía" comúnmente demostrado por gran parte de la población.

Existe alguna idea sobre este mar de cambios en los valores de la sociedad, que han llevado a la policía a un nivel de riesgo al enfrentarse día a día con sus responsabilidades de rutina en medio de una población de clase baja y que está armada.

Tal vez, al menos, parte de la explicación para esta reacción masiva y negativa a nuestra fotografía, es que muchos se sienten desamparados y frustrados de cara a dichos problemas.

Otra parte de la explicación podría ser la ira por las fotografías de otros tiempos y que a muchos nos les gustaba lo que hacíamos, la historia que ellos consideraron que deberíamos haber cubierto y que no cubrimos, o la editorial con la que estuvieron en desacuerdo, o la publicidad negativa engendrada por la persecución y golpiza de los comisarios a los inmigrantes ilegales.

Sé que muchos de ustedes se ofendieron, y en verdad, lo lamentamos.



Apéndice

Sociedad de Periodistas Profesionales Código de Ética

Introducción

Los miembros de la Sociedad de Periodistas Profesionales creen en que el esclarecimiento público es el precursor de la justicia y la base de la democracia. El deber del periodista es fomentar ambos a través de la búsqueda de la verdad y proporcionando un justo y completo recuento de los eventos y temas.

Los periodistas de todos los medios de comunicación y de otras especialidades, que son conscientes, se esfuerzan por servir minuciosa y honestamente al público. La integridad profesional es la piedra angular de su credibilidad. Los miembros de la Sociedad comparten la dedicación hacia una conducta ética y adoptan este código para declarar sus principios y normas de práctica.

Buscar La Verdad y Comunicarla

Los Periodistas deben ser honestos, justos y valientes al recabar, comunicar e interpretar la información.

Los Periodistas deben:

- Examinar la veracidad de la información desde todas las fuentes y ejercitar este cuidado para evitar errores accidentales. Nunca debe permitirse la distorsión deliberada.
- Buscar diligentemente los temas de las noticias para darles la oportunidad de responder a alegaciones sobre malas acciones.
- Identificar a las fuentes siempre que sea factible hacerlo. El público tiene derecho a tanta información como sea posible a través de fuentes fiables.

- Cuestionar siempre los motivos de las fuentes antes de prometerles el anonimato. Adarar las condiciones ligadas a cualquier promesa hecha a cambio de información. Deben mantener las promesas.
- Cerciorarse de que los titulares, noticias en tono de broma y material promocional, fotografías, video, audio, gráficos, sondeos y citas no den una falsa impresión. Estos no deben simplificar o realzar demasiado incidentes fuera de contexto.
- Nunca distorsionar el contenido de las fotografías o videos noticiosos. Se permite dar realce a la imagen para tener claridad técnica. Etiquete los montajes e ilustraciones fotográficas.
- Evitar representaciones engañosas o eventos noticiosos escenificados. Si es necesario montar una representación para relatar una historia, se debe etiquetar.
- Evitar la clandestinidad u otros métodos furtivos para obtener información, excepto cuando los métodos abiertos tradicionales no vayan a rendirle información vital al público. El uso de dichos métodos debe ser explicado como parte de la historia.
- Nunca cometer plagio.
- Relatar audazmente la historia de la diversidad y magnitud de la experiencia humana, aún cuando sea impopular hacerlo.
- Examinar sus propios valores culturales y evitar imponerlos sobre otros.
- Evitar estereotipar por raza, género, edad, religión, origen, geografía, orientación sexual, incapacidad, apariencia física o nivel social.
- Apoyar el intercambio abierto de opiniones, aun aquellas que encuentren repulsivas.
- Dar voz a aquellos que no la tienen, las fuentes oficiales y extraoficiales de información pueden ser igualmente válidas.
- Distinguir entre abogar y reportar. El análisis y los comentarios deben ser etiquetados y no distorsionar los hechos o el contexto.
- Distinguir noticias de publicidad y evitar palabras híbridas que empañen las líneas entre ambos.
- Reconocer una obligación especial para asegurar que los asuntos del público sea manejados abiertamente y que los archivos del gobierno estén también abiertos a la inspección.

Minimizar el Daño

Los Periodistas éticos tratan a las fuentes, individuos y colegas como seres humanos que merecen respeto.

Los Periodistas deben:

- Mostrar compasión hacia aquellos que puedan verse afectados negativamente por la cobertura de las noticias. Deben usar una sensibilidad especial al tratar con niños e individuos y fuentes sin experiencia.
- Ser sensibles cuando busquen entrevistas o utilicen fotografías de aquellos que han sido afectados por la tragedia o el pesar.
- Reconocer que el recabar y divulgar información puede causar daño o incomodidad. La búsqueda de noticias no es una licencia para la arrogancia.
- Reconocer que las personas privadas gozan de mayor derecho a tener el control de su propia información, que los oficiales públicos y otros que buscan poder, influencia o atención. Sólo una necesidad pública predominante puede justificar la intromisión en la privacidad de alguien.
- Mostrar buen gusto y evitar explotar la curiosidad escandalosa.
- Ser cautos al identificar a sospechosos juveniles o víctimas de crímenes sexuales.
- Ser juiciosos al nombrar a sospechosos delictivos antes de la formulación de los cargos.
- Mantener la ecuanimidad entre el derecho de un sospechoso a tener un juicio justo, y el derecho del público a estar informado.

Actuar Independientemente

Los Periodistas deben estar libres de la obligación hacia cualquier interés que no sea el derecho del público a saber.

Los Periodistas deben:

- Evitar conflictos de interés, reales o percibidos.
- Permanecer libre de asociaciones y actividades que puedan comprometer su integridad o dañar su credibilidad.

- Rehusar regalos, favores, gratificaciones, viajes gratis y trato especial, y abstenerse de empleos secundarios, involucramiento político, servicios en oficinas públicas y organizaciones de la comunidad, si éstas comprometen la integridad periodística.
- Revelar conflictos inevitables
- Vigilar y ser valientes al mantener su opinión ante aquellos responsables del poder.
- Negarse a un trato favorable de parte de los anunciantes y de intereses especiales; y resistir su presión para influenciar la cobertura de noticias.
- Ser cautelosos con las fuentes que ofrecen información a cambio de favores o dinero; y no poner un precio a las noticias.

Ser responsables

Los Periodistas son responsables de sus lectores, oyentes, espectadores y otros.

Los Periodistas deben:

- Aclarar y explicar la cobertura de las noticias e invitar al público a que dialoguen sobre la conducta periodística.
- Alentar al público a que exponga sus quejas hacia los medios noticiosos.
- Admitir errores y corregirlos rápidamente.
- Exponer las prácticas no éticas del periodismo y de los medios noticiosos.
- Regirse a las mismas normas a las que los otros están sujetos.

El primer Código de Ética Sigma Delta Chi's fue prestado por la Sociedad Americana de Editores de Periódicos en 1926. En 1973, Sigma Delta Chi redactó su propio código, y fue revisado en 1984 y 1987. La versión actual del Código de la Sociedad de Periodistas Profesionales fue adoptado en septiembre de 1996.

Código de Ética APME (Associated Press Managing Editors)

Revisado y Adoptado en 1995

Estos principios son un modelo por el cual los miembros del personal editorial y reporteros pueden medir su desempeño. Estos han sido desarrollados en la creencia de que los periódicos y la gente que los produce deben adherirse a sus más altas normas de ética y conducta profesional.

El derecho del público a saber sobre asuntos de importancia es primordial. El periódico tiene una especial responsabilidad al actuar como un perro guardián de los intereses legítimos del público.

Ninguna declaración de principios puede formular decisiones gobernando cada situación. Se requiere de sentido común y buen juicio para aplicar principios éticos a las realidades de los periódicos. A medida que la tecnología evoluciona, estos principios pueden ayudar a guiar a los editores a asegurar la credibilidad de las noticias y de la información que proporcionan. Los periódicos individuales son alentados a ampliar estos procedimientos de manera más específica a sus propias situaciones.

Responsabilidad

- Un buen periódico es justo, preciso, honesto, responsable, independiente y decente. La verdad es su principal guía.
- Evita prácticas que pondrían en conflicto la habilidad de informar y presentar noticias de manera justa, precisa e imparcial.
- El periódico debe servir de crítica constructiva a todos los segmentos de la sociedad. Debe reflejar razonablemente, en cobertura y personal, sus diversos distritos electorales. Debe exponer enérgicamente el crimen, la duplicidad o mal uso del poder público o privado.
- Editorialmente, debe apoyar las reformas que se necesitan y la innovación en el interés público. Las fuentes noticiosas deben ser divulgadas a menos que haya una razón clara para no hacerlo. Cuando sea necesario proteger la confidencialidad de una fuente, debe explicarse el motivo.
- El periódico debe apoyar el derecho a la libre expresión y libertad de la prensa y debe asimismo respetar el derecho individual a la privacidad. El periódico debe pelear enérgicamente por el acceso público a las noticias gubernamentales a través de las reuniones abiertas y archivos.

Precisión

- El periódico debe protegerse de las equivocaciones, descuidos, prejuicios o distorsión a través del énfasis, omisión o manipulación tecnológica.
- Debe reconocer errores sustanciales y corregirlos rápida y claramente.

Integridad

- El periódico debe esforzarse por dar un tratamiento imparcial a los problemas y un manejo desapasionado de los asuntos polémicos. Debe proporcionar un foro para el intercambio de comentarios y críticas, especialmente, cuando dicho comentario es opuesto a sus posiciones editoriales. Deben etiquetarse claramente los editoriales y expresiones de opinión personal de los reporteros y editores. La publicidad debe ser diferenciada de las noticias.
- El periódico debe informar las noticias sin tomar en cuenta sus propios intereses y siendo consciente de la necesidad de divulgar conflictos potenciales. No debe dar un tratamiento noticioso favorable a anunciantes o a grupos con intereses específicos.
- Los asuntos respecto a sí misma o a su personal, debe informarlos con el mismo vigor y candor como la harían otras instituciones o individuos. Cualquier relación con la comunidad, negocios o intereses personales no debe causar que el periódico distorsione o desvirtúe los hechos
- El periódico debe hacer tratos honestos con los lectores y los creadores de la noticia. Debe mantener sus promesas.
- El periódico no debe plagiar palabras o imágenes.

Independencia

- El periódico y su personal deben estar libres de obligaciones hacia las fuentes noticiosas y creadores de noticias. Incluso la apariencia de obligación o conflicto de interés debe evitarse.
- Los periódicos no deben aceptar nada de valor de las fuentes noticiosas noticias u otros, fuera de la profesión. No deben aceptarse regalos, viajes gratis o a un menor costo, entretenimiento, productos y hospedaje.

- Los gastos que conlleve el reportar noticias, deben ser pagados por el periódico. Deben evitarse favores especiales y el tratamiento especial para los miembros de la prensa.
- Se exhorta a los periodistas a involucrarse en sus comunidades hasta el punto de que dichas actividades no generen conflictos de interés.
- Debe evitarse el Involucramiento político, demostraciones y causas sociales que ocasionarían un conflicto de interés, o la aparición del mismo.
- Debe evitarse que el personal trabaje para gente o instituciones a las que se les da cobertura.
- Deben evitarse las inversiones financieras de miembros del personal u otros fuera de los intereses del negocio, que podrían dar la impresión de un conflicto de interés.
- No deben escribirse o editarse historias con el propósito fundamental de ganar premios y reconocimientos. Deben evitarse concursos que auto sirvan al periodismo y premios que reflejen una imagen desfavorable del periódico o de la profesión.

La deontología profesional

El único problema con el deber, es cumplirlo”, decía el filósofo Alain. Pero antes de cumplir con el deber, es preciso resolver un problema previo: saber que el deber existe y saber cuál es. El es el objeto de la deontología. Etimológicamente es “la ciencia del deber”.

La deontología profesional reagrupa el conjunto de los deberes reconocidos por y para una profesión. La Cámara sindical francesa publicó en 1983 un código de deontología aplicado a los agentes de cambio, hoy “sociedades de bolsa”. Cada profesión puede definir y hacer respetar reglas deontológicas. Son las normas propias de un medio profesional. El 19 de marzo de 1974, la Comisión francesa de Operaciones en bolsa (COB) propone, a la consideración de los intermediarios financieros que actúan en Bolsa, “que, en caso de duda, el intermediario, a la hora de decidirse por un comportamiento conveniente en una situación concreta, debe preguntarse si es capaz de justificar en público la resolución que trata de adoptar”. “En público”, es decir, en su medio profesional, garante colectivo del buen nombre de la profesión.

Con la deontología, la profesión busca resolver los dos principales problemas que se plantean a todo grupo social:

1. **La armonía interna:** que el comportamiento individual de cada uno no haga estallar la cohesión del grupo.
2. **El reconocimiento por los demás:** que la profesión sea tenida como socialmente útil.

Todo código deontológico, sea médico, financiero o cualquier otro, se estructura según estos dos polos: la confraternidad (que responde a la necesidad de armonía interna) y el respeto al cliente (que constituye la utilidad social reconocida). Estos dos polos se conjugan en lo que a menudo se denomina “dignidad profesional”.

La apreciación de la dignidad profesional evoluciona con las mentalidades y según las sociedades. Para convencerse de ello basta con releer la *Carta de los deberes del periodista*, en la versión de 1939. En nuestros días, la utilización con fines particulares de las relaciones y de las influencias del periodista, no suscitan ya el mismo escrúpulo. La firma por periodistas de publicidad comercial no provoca ya la misma reprobación. En cuanto al periodismo de investigación, ciertos diarios nos han habituado a ello.

Esta evolución de las sensibilidades morales se inscribe en la lógica de la deontología profesional. Los códigos que las reflejan evolucionan con las técnicas y las mentalidades. En el caso del periodismo, esta evolución está implícitamente prevista en la mención: “jurisdicción de sus colegas”, la única jurisdicción reconocida por el auténtico periodista. Este texto descubre bastante claramente los dos polos de la deontología: la confraternidad (salvaguarda de las ventajas adquiridas por los colegas, respecto de la propiedad intelectual) y el reconocimiento social significado por el respeto al cliente, el rigor de la información y la identificación de las fuentes. La “dignidad” aparece con la preocupación de responder a valores no utilitarios, con el rechazo a utilizar medios desleales, la independencia y la libertad de la prensa.

El Código del Periodista

- ➔ *Un periodista, digno de este nombre, se hace responsable de todos sus escritos, incluso los que no firma.*
- ➔ *Considera como las más graves faltas profesionales la calumnia, la acusación sin pruebas, la alteración de los documentos, la deformación de los hechos, la mentira.*
- ➔ *No reconoce sino la jurisdicción de sus colegas, soberana en materia de honor profesional.*

- ➔ *No acepta sino misiones compatibles con la dignidad profesional, se prohíbe a sí mismo atribuirse una dignidad o título imaginarios, el usar medios desleales para obtener una información o sorprender la buena fe de alguno.*

- ➔ *No admite comisiones ni retribuciones pecuniarias por parte de un servicio público o de una empresa privada a los que su profesión de periodista, sus influencias y sus relaciones les pueden ser útiles.*

- ➔ *No firma con su nombre artículos de reclamo comercial o financiero.*

- ➔ *No comete plagio, cita a los colegas de quienes reproduce un texto cualquiera.*

- ➔ *Guarda el secreto profesional; no usa la libertad de prensa con una intención interesada, reivindica la libertad de publicar honestamente sus informaciones.*

- ➔ *Considera como primeras reglas el escrupuloso cumplimiento de la ley y la preocupación por la justicia. No confunde función con la del policía.*

Deberes del periodista
Julio 1918, revisada en 1939.