

Sumario

Los desafíos éticos que plantea la postmodernidad al mundo de la comunicación permiten hacer una lectura desde la Ética, frente al quehacer del comunicador-periodista, para valorar, en el “alma de su profesión, la esencia ética del periodismo que es la búsqueda de la verdad para el servicio de los otros, con independencia y responsabilidad social”

El zumbido y el moscardón

Desafíos éticos de la comunicación contemporánea

Dr. Javier Darío Restrepo

Periodista. Defensor del Lector del Periódico “El Tiempo” de Santa Fe de Bogotá, Colombia.

Ante los periodistas de América Gabriel García Márquez recordó que en periodismo la técnica y la ética son tan indisolubles como el zumbido y el moscardón. En efecto, un buen periodismo es imposible sin ética. Antes que tener calidad como periodista se necesita ser bueno como persona.

Considerada por la modernidad como un asunto individual y religioso, en la postmodernidad la ética se está descubriendo como un asunto público y del más profundo pragmatismo.

A fines del año pasado el *Wall Street Journal* había destacado en una de sus crónicas que “la *General Motors* se toma en serio la ética”. “Sus normas entre las más estrictas del mundo empresarial estadounidense” están contenidas en un documento de 12 páginas que ya ha adoptado el 10% de las principales empresas de Estados Unidos. Casi el 30% de las empresas cuenta con ejecutivos encargados específicamente de los temas de la ética. La más estricta es la *Wall Mart* en donde los suministradores de productos atienden a sus clientes en salones rodeados de vidrio en los que sólo se aprecian carteles que recuerdan que la relación con los clientes es el nuevo secreto del éxito empresarial.

Paul Volcker, expresidente de la *Federal Reserve* de Estados Unidos agregó una razón más al escribir en el *International Herald Tribune* en diciembre de 1989: “el que América se conserve fuerte y el que conservemos nuestro liderazgo va a depender en parte de que seamos capaces de restablecer una elevada sensibilidad ética”.

40

Es una razón menos pragmática que la alegada desde Europa por el teólogo Hans Küng en su proyecto de una *Ética Mundial*, en el que después de desplegar las aterradoras cifras del gasto militar, la mortandad por hambre, el crecimiento de la deuda del tercer mundo y la destrucción de la naturaleza, pregunta: “¿No basta con

estas cifras para convencernos de la necesidad de un talante ético global para subsistir? “Que es la más pragmática de todas las razones.

1. La ética vende

Estaban en esa línea los editores de la revista Pulso de la Universidad de Florida cuando publicaron su crónica sobre el éxito empresarial y periodístico del diario Reforma de Monterrey, en el norte de Méjico, y titularon, provocadores, en la página de portada: La Ética vende, para destacar la reacción de los lectores ante un periódico que se había propuesto incorporar al mismo tiempo la excelencia técnica y la excelencia ética como señales de identificación empresarial. El mismo título, *La Ética vende*, lo utilizó Victoria Camps en su último libro en el capítulo dedicado al lugar de la ética en los medios, en donde explica; “apelar a la ética tiene también una explicación pragmática, de eficacia. El público no se deja engañar durante mucho tiempo. Si es preciso competir, más vale hacerlo para ofrecer un producto, de verdad, mejor. La fidelidad a unos principios y el autocontrol para mantenerlos, otorgan credibilidad, mientras que el sensacionalismo y la marrullería tal vez produzcan unos beneficios económicos inmediatos, pero a la larga desacreditan al medio o lo clasifican como amarillo y poco serio.

En periodismo, como no sucede en las demás profesiones, están indisolublemente unidas la técnica y la ética, que se exigen mutuamente. Anotaba el profesor de la Universidad de Pensilvania Eugene Goodwin, que “todas las operaciones periodísticas pueden alcanzar una mejor calificación si los líderes del negocio de las noticias exigen prácticas éticas depuradas en primer lugar. Y agregaba: “los periodistas más éticos del gremio se descubren detrás de las operaciones periodísticas de calidad, grandes y pequeñas”. Ya había hecho muchas veces el ejercicio de encontrar los factores que operan en productos periodísticos de calidad sin descubrir la separación de ética y técnica, cuando me encontré hablando sobre el tema con Gabriel García Márquez, minutos antes de iniciar un primer taller de ética en su Escuela del Nuevo Periodismo Iberoamericano. Y coincidimos en la relación estrecha de esos dos factores, que Gabriel García Márquez definió con un término que un año después utilizaría en su discurso sobre periodismo ante la SIP- Ética y técnica en periodismo, dijo, son tan indisolubles como el zumbido y el mos-

cardón. Por eso llega uno a la conclusión de que la elevación del nivel de calidad de la producción periodística depende de su componente ético como de lo técnico, razón por la que el provocador titular resulta cierto: la ética vende. Ella es la gran inspiradora de la buena calidad periodística.

2. Una profesión para el otro

Reflexionando sobre el intrigante asunto se llega a una primera explicación y es que la importancia del papel que juega la ética en el periodismo está determinada por la naturaleza de la ética y la del periodismo. En una comparación luminosa, Fernando Savater describía la naturaleza de la Ética, recordando la figura y la aventura de Robinson Crusoe, solitario en su isla, Savater anota que cuando el náufrago se encontró la huella de un pie desnudo en la arena de la playa, comenzaron sus problemas éticos. Antes no existían para un hombre que habitaba solo en la isla. Pero la repentina certidumbre de la presencia de otro en la isla desencadenó sobre Robinson la tempestad interior de sus problemas éticos que, inicialmente, le llegaron en forma de preguntas: ¿qué hacer frente a ese Otro? ¿Rechazarlo? ¿Ignorarlo? ¿Atacarlo? ¿Eliminarlo? O, por el contrario: ¿Acercarse a él? ¿Aceptarlo? ¿Hacerlo su socio? Cualquier actitud de rechazo le implicaría a Robinson deshumanizarse, porque todo rechazo del otro deshumaniza al hombre; todas las actitudes de aceptación y acercamiento al otro determinan un mayor nivel de humanización. Las normas para lograr esa aceptación y acercamiento al Otro -que eso son las normas éticas- enriquecerían la vida de Robinson y lo harían más feliz. La Ética tiene ese objetivo: aportar las normas de una convivencia enriquecedora que hace felices a los seres humanos a través de la aceptación del otro.

42 No hay profesión tan radicalmente marcada por la presencia y aceptación del otro, como el periodismo. El periodista vive en función de él; es a la vez el receptor de su trabajo, el tema permanente de sus informaciones, el objetivo de sus campañas, la fuente de todos sus datos, ocupa su tiempo y su actividad porque el periodista quiere saberlo y comunicarlo todo sobre los problemas, logros, errores, fracasos, dolores, éxitos y sueños del otro. El periodista puede exaltarlo y hacerlo miembro activo de la sociedad al darle

presencia y palabra, o puede anularlo en el silencio, herirlo en su honra y en su fama, engañarlo y hundirlo en la perplejidad, según el uso que haga o no de esos principios rectores de la relación con él que son las normas éticas. Los años y la experiencia larga enseñan que al fin y al cabo lo único importante en la vida del periodista será lo que haya hecho por ese otro. Lo demás será lo de menos.

Esta presencia del Otro en nuestro trabajo es una clave ética que permite hacer una lectura de nuestro quehacer para valorar lo fundamental y lo accesorio, lo bueno y lo malo de nuestra actividad, las victorias y las derrotas, lo que vale la pena y lo irrelevante. Por falta de ese parámetro la vida periodística se puede mover tan solo entre el sin sentido y la insignificancia. Su vigencia, por el contrario, le da orientación al ejercicio profesional, lo llena de por qué y para qué, de retos y de altas metas; es el alma de esa motivación que uno admira en tantos y tantos colegas que no parecen conocer ni el cansancio ni la rutina y que en cada nueva jornada parecen renovados en su entusiasmo. Son los que sin necesidad de muchas formulaciones han descubierto en el alma de su profesión la esencia ética del periodismo que es la búsqueda de la verdad para el servicio de los otros, con independencia y responsabilidad social.

Un meritorio y veterano colega a quien hace años entrevisté sobre cosas del oficio, cuando le pregunté qué le quedaba después de una vida dedicada al periodismo, me respondió con un sombrío pesimismo: nada. Y explicó: mire a los ingenieros, al cabo de los años pueden mostrar puertos, carreteras, edificios, urbanizaciones; los médicos; vidas que salvaron o que preservan; los abogados: causas ganadas, gente en libertad. Y ¿el periodista, qué? De pronto una montaña de papel. No es esa la respuesta que darían esas figuras ejemplares del periodismo que todos miramos como maestros para admirar y aprender.

3. Trabajadores de la Verdad

Alguna sensibilidad o conocimiento de los valores muestra otra realidad, la de un profesional que enriquece diariamente la conciencia ciudadana con un valor ético fundamental: la verdad. Todo el ejercicio periodístico es un culto a la verdad. Sus mayores

logros y victorias tienen que ver con el hallazgo y comunicación de la verdad, y sus mayores fracasos tienen relación con sus limitaciones no vencidas para encontrar la verdad. La verdad es el producto que el periodista le ofrece a la sociedad; es el objetivo de todas las tareas. Destaca, alabándola, la verdad de gobernantes, organizaciones y personas y señala, connotándolas como un mal y una debilidad social, las mentiras. No lo hace con un empeño moralista, pero sí para manifestar un hecho social -de fundamento ético- que relaciona con la buena o mala marcha de la sociedad. Más que la hazaña de investigación periodística que significó Watergate, lo que allí se puso en evidencia fue la buena salud de una democracia y de un periodismo para los que resultó intolerable la mentira de un presidente. Es un hecho paradigmático del papel de la prensa en una sociedad: su defensa de la verdad a la que considera como base de la convivencia social. El periodista considera que sin verdad no puede haber sociedad, así como para él es claro que sin verdad su profesión no tiene sentido. Es el valor para el que vive y que le da una explicación a su vida.

4. Constructores del Bien Común

No siempre es fácil verlo, pero algo de reflexión sobre este oficio lleno de apresuramientos, permite descubrir que esta tarea diaria de hablar sobre los problemas que conciernen a todos, forzosamente crea un sentido de vida en común que es la infraestructura de ese valor ético que es la defensa del bien común. Aún si no se lo propone, el periodista resulta ser el vocero del interés común; pero si se lo propone, halla que el periodismo de la más alta calidad ética y técnica es el que sirve a ese bien común. Esto a pesar de lo que significan unos medios comercializados, unos partidos políticos sin sentido de bien común, una corrupción oficial inspirada en el provecho personal, una moral del enriquecimiento fácil y rápido, es decir, un medio ambiente individualista que parece dejar a los servidores del bien común como una especie en vía de extinción. Y a esa especie siente el periodista que debe pertenecer por imperativo de su ejercicio profesional. Cada vez es más claro en las salas de redacción que la información inspirada en los intereses personales de los dueños del medio en favor de un partido o candidato político, son indecencias que le quitan todo aliento y entusiasmo a la tarea periodística y que

se cumplen -cuando se cumplen- en abierta pugna con la conciencia profesional que enseña a imponer el interés público por encima de cualquier otro motivo. El panorama que las noticias muestran, en consecuencia, es el de los asuntos que conciernen a todos. Esto, que es lo común en los medios, inspira otras actitudes de convocatoria, de pedagogía, de estímulo al trabajo común. Frente a una creciente cultura individualista, el medio de comunicación aparece en la contravía con su preocupación por el interés común y como recordatorio permanente de que los hombres no son islas. A eso equivale el interminable relato periodístico de las historias de los otros hombres, de sus esperanzas y sueños o de sus fracasos y errores comunes.

5. Compromisos

Estos dos valores éticos -la verdad y el servicio del bien común- le imponen al periodista unos compromisos como condiciones indispensables para el ejercicio normal de su profesión.

- 5.1. Es el caso de la dependencia, un valor ético con el que el periodista resulta radicalmente comprometido por su dedicación a la verdad. Se es independiente para llegar a la verdad. No es la independencia por sí misma, como tampoco la libertad de prensa es válida por sí misma sino como instrumento al servicio de la verdad. Si el periodismo es una profesión exclusiva de hombres libres, es porque la verdad sólo se le da a quienes la buscan con libertad. Cualquier condicionamiento, externo o interno, se convierte en un obstáculo para el hallazgo y comunicación de la verdad. La historia heroica del periodismo está llena de hombres que pagaron por su libertad el alto precio de su vida; lo que esa historia no cuenta es la lucha diaria de los periodistas contra las presiones que les quieren clausurar sus espacios de libertad. Esa libertad se construye todos los días, porque todos los días se la requiere al servicio de la verdad; esa libertad se tiene que ganar todos los días, porque diariamente la ponen en peligro las presiones y halagos de quienes quieren tener a su servicio periodistas dóciles y con precio. Esa libertad de cada periodista es más importante

y definitiva para la democracia que la misma libertad de prensa. Esta es una lucha y una conquista legal en la que intervienen gobiernos e instituciones, pero que resulta vacía y estéril si no encuentra para su aplicación unos hombres libres.

5.2. Y así como la consagración a la verdad impone esa conquista y ejercicio de la libertad, la orientación del periodista al bien común exige de él un sentido de responsabilidad social. Este es el otro compromiso ético del periodista que, en cuanto profesional, actúa frente a la sociedad. Tiene en sus manos un instrumento poderoso, el del medio de comunicación, que le da influencia sobre la vida de la sociedad, y debe responder por el uso o abuso que haga de ese poder, es un poder social que asume sin haber sido elegido para eso por la sociedad expuesta a su influencia; razón que hace aún más imperativa esa respuesta sobre el uso de su poder; es un poder que puede darle orientación a la sociedad en un sentido acertado o equivocado, hacia la paz o hacia la guerra, hacia el individualismo o hacia la socialización, hacia los valores o hacia los no valores; no hay maestro tan penetrante y eficaz en la comunicación de valores o antivalores, como el medio de comunicación. El sentido de responsabilidad mantiene la conciencia abierta al poder del medio que se utiliza y a la naturaleza del impacto que se logra, pero, además, es consciente del papel que juega en la vida de la sociedad y de los deberes contraídos con esa sociedad desde el momento en que el periodista ha asumido el manejo de ese bien social que es la información.

6. Un saber práctico

46 A la luz de estos valores es posible aproximarse a los hechos que plantea la práctica diaria de la profesión. Es allí donde se muestra en la práctica la vigencia de estos principios y donde se demuestra la definición de Adela Cortina sobre la ética como un saber práctico.

Es el caso de los medios prioritariamente convertidos en herramientas políticas o de negocios. Una situación es la del medio

que adopta unos mecanismos económicos que le permiten mantener su vigencia como empresa y que genera, como resultado natural de la información que difunde, situaciones políticas; otra, en cambio, es la del medio que subordina todos los valores y objetivos a la prosperidad empresarial y al triunfo de un grupo político. En este caso es evidente que la palabra, abierta a todos, vehículo de unión, instrumento al servicio de la verdad, ha sido secuestrada.

Es tan clara esa naturaleza social de los medios de comunicación, que así la definen las constituciones, así aparece en las leyes y, por supuesto, en los códigos de ética. Los medios de comunicación constituyen empresas que no son, ni pueden ser, como las demás, porque manejan una materia prima que es un bien social: la historia de todos, que eso es la información diaria. Allí se echa mano de las realizaciones, los proyectos, los triunfos, los fracasos, las alegrías, los dolores, los sueños, las pequeñeces y miserias y también las grandezas y riquezas de la sociedad. Manejar ese material para enriquecerse es perverso, utilizarlo como instrumento de una causa política es profanarlo. Visto desde esta perspectiva, el medio de comunicación no puede estar sino al servicio de la sociedad, es la empresa que pasa a ser una concesionaria a la que la sociedad le concede, mediante un mecanismo no formal que el expresidente colombiano Eduardo Santos llamaba el plebiscito diario de la prensa, el privilegio de ser su vocera, cronista e intérprete.

El día en que medios de comunicación y periodistas entienden esto, comprenden, en parte, la naturaleza de los medios, su peculiaridad como empresas pero, sobre todo, la enorme y alta tarea que han asumido.

Porque esa tarea es la de proveer a la sociedad de la verdad de los hechos de cada día; es la de convocar a todos para que participen de los hechos; es la de convertir a toda la sociedad en parte activa de la historia. Aparentemente la tarea del periodista termina cuando, contada su historia, la emite a través de los medios; en la realidad, a ese acto van ligados procesos de los que depende que la sociedad sea más o menos humana. Es el caso de las implicaciones de la información en la paz o en la violencia de la sociedad. Decía Rigoberta Menchú la premio Nobel de paz que “los medios nos hacen sentir valientes”.

Sabía lo que decía tras su lucha por la paz y los derechos de los indígenas en su patria. De esos largos años es su recuerdo de los períodos en que creía luchar sola para salvar todo un país. La prensa le hizo comprender que en su trabajo tenía compañía.

Emilio Crespo, de la agencia EFE, destacó la importancia de ese papel al señalar que “en la cobertura de los conflictos se debe ir, más que nunca, más allá de la noticia”. Es la visión del periodista que intérprete, entre el bosque espeso de los hechos encuentra senderos y rumbos para la sociedad.

Hay otra visión de ese papel: la que le recomienda a la prensa el silencio y la discreción para evitar ser agentes del conflicto. Todos los principios éticos de la profesión parecen darse cita en una circunstancia como esta y servir de guías definitivas para unos profesionales que, sin proponérselo, moldean el alma de la sociedad.

7. Ética alrededor de la palabra

Alrededor de estos principios éticos se han desarrollado todos los códigos de ética periodística en el mundo.

Si la ética de los médicos está construida alrededor de esa viga central que es la vida, y la de los jueces alrededor de la justicia y la de los maestros alrededor de la educación, la de los periodistas se construye en torno a la verdad y a su instrumento, la palabra.

Así como el tribunal, la cátedra, el acto médico o los instrumentos de medición determinan actitudes y conductas de los distintos profesionales que los utilizan como sus instrumentos básicos, a los periodistas nos impone un talante y una manera de ser nuestro instrumento que es la palabra. Ella tiene una naturaleza y a ella están ligados unos efectos que, querámoslo o no, nos determinan.

La palabra está hecha en función del Otro. Decirla es reconocer que existe Otro, es un acto que nos introduce en el mundo del otro para poner allí algo en común: un pensamiento, un hecho, un sentimiento, un descubrimiento, un sueño o una queja. En ese sentido la palabra tiene una naturaleza de puente que une dos orillas, es la

ruptura de la soledad individual en busca de ese continente desconocido que son los otros. Es el punto de partida de la sociabilidad del ser humano, que es tanto como decir que es el origen de su enriquecimiento como persona.

Este acceso al otro y el enriquecimiento consiguiente se acentúan cuando la palabra es instrumento para comunicar la verdad de cada uno. Así como empobrece, confunde y aísla la palabra utilizada como instrumento de la mentira y el engaño, la palabra verdad, que es la que responde a su naturaleza, enriquece y hace fuertes a los seres humanos, esa palabra utilizada así tiene toda su fuerza original para crear y para unir. Los que culturalmente nos alimentamos de la tradición que recoge la Biblia, entendemos muy bien lo que significa el poder creador de la palabra, porque desde siempre relacionamos el "Dios dijo", con un acto creador. Dijo Dios, háganse la luz, sepárense las tinieblas, háganse las aguas, los astros, los animales, el hombre. Y todo fue hecho.

Pero aún si se prescinde de esa expresión, el poder creador de la palabra nos sale al encuentro en el mundo creado por los poetas, en esa realidad a veces mágica que resulta de las palabras de nuestros novelistas y escritores, o de la palabra peculiar de pintores y escultores, de artistas de la danza o del teatro o del canto o de la música. Cada uno de ellos certifica el poder creador de la palabra.

Pero más cercano aún a nuestro menester, es el poder creador de la palabra del periodista, no un simple transcriptor, sino cada vez de realidades. Si son diferentes nuestros relatos de los mismos hechos, si los receptores de información prefieren unos y desechan otros es porque sienten que es mejor y más creíble la creación de realidades que hacen sus periodistas favoritos. Es una acción que logra aproximación a los hechos pero que a la vez convoca, invita a la participación y hace del hombre común un potencial sujeto de historia.

Todo eso hace la palabra y por eso siempre ha sido ella, ese sonido que se escucha un segundo y después desaparece, ese aire ingravido con alma de sonido o de sentido que parece morir al mismo tiempo que nace, eso que se lleva el viento y que apenas si se asienta en la memoria de tan frágil y efímero que es, ése es el fundamento de la democracia.

Sorprende hasta la confusión comprobar que ni las leyes, ni las armas, ni el dinero, no los altares hacen la democracia. Que la democracia está sostenida sobre esas leves alas del aire que son las palabras. Los griegos supieron que habían encontrado la democracia cuando en el ágora se reunieron autoridades y ciudadanos para hablar libremente y en pie de igualdad. Por sobre sus títulos, cargos y poderes, los igualó la palabra. Como equilibrio de todos los poderes actuó la palabra. Ese día supieron que el acceso universal a la palabra, era la democracia y presintieron que cualquier secuestro o monopolio de la palabra sería la no-democracia.

Un instrumento de esas características es que el periodista maneja. La naturaleza de este instrumento le impone su perfil a cuantos lo manejan.

8. El perfil del periodista

Y es probablemente ésta, una de las razones del amplio consenso universal alrededor de los valores éticos esenciales de la profesión con los que se configura el perfil ético de los periodistas.

Un código profesional no es otra cosa que el trazo que se hace de esas características propias de un profesional. Al identificar al periodista por su compromiso con la verdad y el bien común, que le generan un talante de independencia y de responsabilidad social, me he limitado a transcribir el consenso universal que expresan los códigos de ética de los periodistas en el mundo. No es, pues, un perfil trazado de modo caprichoso o arbitrario, es un procedimiento, al revés, de lo que supone el pensamiento ético de Kant: que cada uno de tus actos se pueda proclamar como una ley universal. En este caso se buscó la ley universal como guía de cada uno de nuestros actos.

La metodología es sencilla: a partir del estudio de 69 códigos de ética de todo el mundo (7 de entidades internacionales, 21 de América, 11 de Asia, 23 de Europa, 5 de África, y 2 de Oceanía) se buscaron las líneas de coincidencia que dieron por resultado unos porcentajes mayores para cada una de las características predominantes. Un ejercicio parecido hizo UNESCO con 48 códigos,

cuyo consenso sirvió para la redacción del código de ética periodística presentado por esa organización. En uno y en otro caso el resultado ha sido el mismo, o sea, el encuentro con la imagen ética que los periodistas del mundo tienen de sí mismos.

9. Una realidad inmodificable

Este es, pues, señores, el periodista: un profesional de la verdad y servidor del bien común, independiente y responsable de cada una de sus palabras. Es un ideal elevado, en momentos tocado de utopía, pero al mismo tiempo una imagen tomada de la realidad de miles de periodistas de nuestro tiempo. La circunstancia de que este perfil haya sido tomado de las coincidencias encontradas en códigos de ética periodística vigentes en los cinco continentes le da a esta visión de nuestra profesión el carácter de realidad universal. Así como universalmente la palabra médico se asocia con la salud, no importa la legión de médicos que conspiran contra la salud por su avaricia, su impreparación o su corrupción. Lo mismo sucede con los jueces a quienes se asocia con la justicia a pesar de los incontables casos de jueces venales y corruptos que hay en el mundo. Son realidades que están ahí, en la conciencia de la sociedad humana y que ninguna corrupción individual o colectiva puede cambiar.

Entre periodistas también hay corrupción, pero eso no ha cambiado ni cambiará esa realidad que muestran los códigos. Entre periodistas se ha debatido siempre que los principios éticos o son irrealizables, o subjetivos o caprichosamente aplicables, o frases retóricas, o fijaciones de unos cantos irreductibles idealistas. Todo eso se ha discutido en el pasado, ocupa polémicas en el presente y será tema de reflexión en el futuro. Pero la realidad estará ahí inmodificable. Siempre que se diga, periodista, se tendrá que pensar en un profesional de las verdades cotidianas. A él acudirán personas y grupos sociales para que busque y diga la verdad de lo que sucede, a él lo leerán o escucharán poblaciones enteras que buscan la verdad y cuando todos los poderes mientan, porque la mentira es una clave del poder, a las gentes siempre les quedará la alternativa del periodista, como único profesional independiente y capaz de buscar y difundir la verdad. De eso puede uno estar tan seguro como de esas otras realidades que nada ni nadie pueden modificar:

que las madres están hechas para amar a los hijos, que los maestros están hechos para enseñar, los médicos para curar, los jueces para hacer justicia. Son realidades que no cambian las madres que no aman, no los maestros que no enseñan, ni los médicos que matan, ni los jueces injustos. Tan cierto como que dos y dos son cuatro, tan inevitable como los atardeceres y los amaneceres, es que al periodista se le mire y se le respete como a profesional de la verdad y esto, a pesar de las mentiras que se publican, de los jefes de redacción torpes, de los dueños de periódicos corruptos, y de estos los periodistas que deshonoran la profesión. Nada de eso cambia esta realidad descrita en los códigos de todo el mundo. Contra eso ni ustedes ni yo podemos hacer nada. O aceptamos que eso es un periodista y ese será nuestro ideal profesional, nuestra meta y nuestro programa de vida para todos los días; o rechazamos esa imagen y tomamos nota de que esta ni ha sido ni puede ser nuestra profesión. Lo demás es tratar de sacarle el bulto a una realidad inmodificable.

Estoy seguro de no haber escrito nada nuevo. Este perfil que aquí he descrito coincide con lo que los periodistas son o quieren ser. Ya había sido intuido y admirado en los grandes de nuestra profesión en el pasado y en el presente de nuestro periodismo. Más aún, todos hemos sentido alguna vez que ser periodista, así, es el único camino que se nos abre para hacer de esta profesión un motivo de orgullo y de satisfacción porque nos incorpora a la más bella profesión del mundo, aunque muchas veces tengamos que admitir que es la más difícil de todas.

Dirección del Autor:

E-mail: javdar@eltiempo.com.co