

## **Javier Darío Restrepo** **“La ética vende y las empresas lo están entendiendo”**

**Gustavo GONZÁLEZ RODRÍGUEZ**

A Javier Darío Restrepo se le considera el máximo referente en asuntos de ética periodística en América Latina. En tal condición, dicta regularmente talleres para sus colegas de la región en la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), que tiene como su emblema la frase ya antológica del Premio Nóbel de Literatura Gabriel García Márquez: “La ética no es una condición ocasional, sino que debe acompañar siempre al periodismo como el zumbido al moscardón”.

“El zumbido y el moscardón” es precisamente el título del libro que la FNPI y el Fondo de Cultura Económica publicaron el año 2004, donde el maestro Restrepo rescata las lecciones esenciales que imparte en sus talleres desde 1995, complementado con una selección de preguntas y respuestas acumuladas hasta entonces en el Consultorio Ético que atiende a través de la página web de la FNPI.

“Si alguien ha pensado que el periodismo es un oficio simple y sin riesgo, este libro bastará para desencantarlo. Ha sido escrito con una experiencia de 40 años y con una pasión tan viva que parece haber nacido ayer, o mañana”, escribió Tomás Eloy Martínez en el prólogo de “El zumbido y el moscardón”. En ese mismo texto, el autor de “Santa Evita” recuerda cuando William Faulkner dictaminó en una entrevista que “el novelista debe ser amoral y no vacilar ante nada que le impida completar su obra”. Una sentencia que Truman Capote trasladó al periodismo y que le reportó tanta fama como detractores mientras instalaba la narrativa de no-ficción.

El debate quedó instalado. Para Tomás Eloy Martínez, el postulado de Faulkner “de un fin justificado por cualquier medio quizá sea válido para un novelista atormentado por su imaginación. Pero en el caso del periodista –añade– la ética es exactamente la inversa: ni el mejor de los fines justifica la amoralidad, o inmoralidad, de los medios que se empleen. Así como los escritores no piensan en lector alguno cuando crean, los periodistas están obligados todo el tiempo a servir a su audiencia, evitando el escándalo y los golpes de efecto, y respetándola con noticias genuinas e investigaciones serias”.

Fue Defensor del Lector en los diarios El Tiempo y El Colombiano, imparte lecciones en los postgrados de las universidades de Los Andes y Javeriana, carga una experiencia de 40 años de reportero en prensa escrita y otras tres décadas en la televisión y es autor de nueve libros. Con esa trayectoria, Javier Darío Restrepo no solo encarna ese “deber ser” del periodismo planteado por Tomás Eloy Martínez, sino que lo asume como una suerte de apostolado desde un país, como Colombia, donde la violencia política y social es un contradictorio terreno fértil para que sigan surgiendo allí grandes plumas literarias y periodísticas.

La siguiente entrevista de Restrepo con Comunicación y Medios tuvo lugar en Buenos Aires, durante un encuentro de académicos y periodistas de toda América Latina, de Estados Unidos y Europa, convocados por la ADC (Asociación por los Derechos Civiles) para reflexionar y debatir sobre la censura encubierta, tal vez la mayor amenaza actual contra la libertad de información, que se ejerce sobre todo a través de las carteras publicitarias de los gobiernos y empresas privadas. Otro desafío creciente para la ética periodística.

### **Una “metáfora benévola”**

**–¿Usted se considera un *gurú* de la ética periodística?**

–Me dicen así y es una expresión muy abrumadora. Y admito que lo digan así, porque generalmente entre periodistas utilizamos unas expresiones que todo mundo entiende que son metáforas. A lo largo de mis años, las circunstancias me han obligado a estar estudiando y hablando de este tema siempre. Usted no concibe esta entrevista conmigo hablando de otro tema, de política, o de literatura, sino para hablar de esto. Si me invitan a conferencias es a que hable de ética. Me invitan a talleres, que es tal vez el escenario más privilegiado, y ahí estoy durante dos días hablando con los colegas de este tema. Ellos proponiéndome sus temas; yo, complementándoselos o muchas veces orientando como producto de otras conversaciones anteriores. Pues, claro, como todo mundo me ha visto hablando de este tema, escribiendo sobre este tema y haciendo conferencia sobre el asunto, dirá “sí, este es el señor que habla sobre la ética”, y entonces hay que utilizar una metáfora: “es el gurú”. Pero lo miro como una metáfora. Y una metáfora benévola.

**–Una metáfora benévola que responde a una campaña de toda una vida en pro de la ética periodística. ¿Ha tenido éxito en esa campaña?**

–Yo establezco un referente. Hace más de 30 años, en Colombia se organizó un grupo de conferencistas, que iba por las principales ciudades, congregando a los periodistas para hacerles unos cursos. Yo iba entre ese grupo, con el tema de la ética, y el tema de la ética ocupaba un cuarto o quinto lugar. Todos los otros temas: de técnica, cómo hacer información económica, información política, cómo redactar, éstos eran prioritarios. En este momento, la ética prácticamente es un tema único, que convoca, los otros como que se le subordinan.

En eso tuvo mucha visión García Márquez. Después del primer taller de ética que hicimos en la FNPI, conversando con Jaime Abello, el director ejecutivo, decía: “yo creo que vamos a tener que poner un componente ético para todos los talleres que se hagan en la Fundación, porque se reclaman. Es decir, estos temas tienen su columna vertebral en lo ético”.

Hay otra observación que tengo y que me sirve de base para responder su pregunta. Es el Consultorio Ético que tengo en la página web de la Fundación. Ya van más de 640 respuestas y siguen llegando preguntas. Y cuando el periodista se pregunta y se plantea dilemas éticos es porque se le está formando una sensibilidad ética.

Y un tercer aspecto. Sigo con mucho interés todos los debates en los medios, bien sean columnas de opinión en la prensa, en la radio o en televisión, y cada vez es más frecuente en esos debates el tema ético, que coincide mucho con un despertar que ha habido en el mundo. Hay circunstancias que son muy elocuentes de lo que es la inquietud de la humanidad en este momento, como lo que sucedió con Enron y todas esas compañías que colapsaron. Fue evidente para la gente que ese colapso se había debido a una quiebra ética antes que a cualquier otra causa. Y dentro de la filosofía de las empresas, ya entra a ser parte como un presupuesto indispensable el valor ético, en cuanto el valor ético vende.

Parece brutal decirlo de esa manera, pero sin embargo respalda un argumento que daba Adela Cortina y después lo repitió Fernando Savater en unas conferencias a empresarios en Bogotá. Y es esto: la clientela fiel para un negocio es aquella que encuentra credibilidad en la empresa. Si hay credibilidad el cliente se mantiene fiel. Y la credibilidad es un valor ético. Es la razón por la que se llega a la conclusión de que la ética vende y las empresas lo están entendiendo así.

**–Para decirlo de manera figurada, con la célebre cita de García Márquez, entonces el zumbido se está imponiendo, el moscardón está respondiendo.**

–Sí, creo que en el periodismo es cada vez más evidente. Por ejemplo, la gran preocupación acerca de si los gobiernos dan o no publicidad es porque hay una crisis económica en los medios, y los medios están descubriendo lo mismo que descubrieron

los empresarios. Con mucha mayor razón en los medios, el producto que nosotros entregamos a los consumidores, es un producto que es ante todo hecho de credibilidad. La gente oye tu noticiero, o lee tu periódico, porque quiere creer en alguien. Si la gente no estuviera predispuesta a creer en eso, no compraría el periódico y eso ya es un requerimiento ético y los medios lo están entendiendo. La prueba es que las empresas periodísticas más fuertes en este momento, son empresas que han entendido la necesidad de formularse sus concepciones éticas y confrontarlas con lo que son los valores éticos esenciales. Una empresa se consolida cuando tiene valores.

**–¿Cuáles son esos valores éticos esenciales?**

–Compromiso con la verdad es lo esencial para un periodista, y apoyando ese compromiso con la verdad, la responsabilidad para con la sociedad es sobre todo la independencia.

**Cuarto poder: una vía equivocada**

**–La responsabilidad con la sociedad se vincula a este compromiso con la verdad. Pero en esta responsabilidad con la sociedad hay otros valores incorporados que también tienen que ver con la ética, como, por ejemplo, la no discriminación, la apuesta al pluralismo. ¿Los medios están respondiendo en esta segunda instancia?**

–Se está abriendo la conciencia de los medios a eso, y no se está abriendo por la vía de la reflexión sino por la vía de los hechos. Los hechos convencen a los medios de que el medio que más llega a la sociedad no es el que ejerce el periodismo como un poder sino como un servicio. Cada vez hay más desconfianza de todos los poderes, y obviamente si el medio se cree aquella ficción de que es el cuarto poder, entra por una vía equivocada. La prueba es que los medios que se comprometen en todo con una causa política, pierden credibilidad de inmediato; lo mismo que le pasa al periodista. Periodista que se ve metido en una causa política, es un periodista que inmediatamente pierde credibilidad y la gente sabe que está al servicio de un nombre, de un partido, pero que no está al servicio de todos.

**–¿Eso quiere decir que el periodista tiene que ser neutral? ¿Usted cree en la neutralidad?**

–Creo en la neutralidad en cuanto la distancia que se toma. Es la distancia que permite mirar al uno y al otro para servicio de todos. En ese sentido, la neutralidad; no aquella neutralidad que es una cómoda posición en una tribuna en donde el periodista no se unta, no se contamina de realidad. Esa no es la neutralidad ideal para el periodista. La neutralidad ideal es aquella que utiliza como un sistema de conocimiento para un mejor servicio, porque el fin y el cabo del periodista es transmitir conocimiento.

**–Es decir, el periodista tiene pleno derecho a tener su posición frente al mundo, una concepción ideológica o doctrinaria, incluso una militancia partidista, pero debe saber establecer la distancia cuando trabaja profesionalmente. ¿Esta sería la fórmula?**

–El periodista está en las dos posiciones. Una posición suya, personal, que es justamente la opción política, religiosa, social, o deportiva también, que él toma. Pero cuando está en plan de servicio a la sociedad, él sabe que tiene que entregar algo de sí. Si atendemos a Ryszard Kapuscinski no es entregar algo; hay que entregarlo todo. Esa es la posición muy radical, de la cual él mismo es ejemplo. Y parte de esa entrega es justamente que aquello que yo pienso, que yo creo, es para mí. Pero cuando estoy en plan de servirle a la sociedad, busco elementos que le sirvan a todos y prácticamente renuncio, como renuncia uno a sus afectos o a sus desafectos cuando tiene hacer una

información. Si el personaje de la información te cae bien o te cae mal, eso es secundario. Es el personaje de la información y como tal lo tengo que dar.

**–Coincido plenamente con lo que usted dijo, acerca de que el periodista no debe creerse esto de que la prensa es el cuarto poder. ¿Si no es eso, qué es?**

–Sí. No creo en lo del cuarto poder. En primer lugar porque la prensa no puede considerarse poder. El poder corrompe.

**–¿Es un contra-poder, como dicen algunos?**

–Es una de las formas. Le oí eso al defensor del lector de El País de Madrid: el periodismo es el contra-poder. No me gusta el contra, porque tiene un elemento negativo. No. El periodismo, el periodista es alguien que está distante del poder para ayudar a poner ese poder al servicio de la gente. En mi concepción debe ser eso. Y, desde luego, mantenerse prevenido frente del poder. Y es que el poder hace dos transformaciones en las personas. Hay una transformación en el ego de las personas y hay otras transformaciones que limitan sus capacidades, sus conocimientos. El poderoso sólo conoce una parte de los hechos, la que consolida su poder. Pero desconoce la otra. Y a eso se deben todas las arbitrariedades, todas las limitaciones del poderoso, que además de su ego, tiene limitado el conocimiento.

**–¿Usted diría que la ética tiene una base moral?**

–Es que hay una diferencia más teórica que real entre ética y moral. Hay una expresión que aclara mucho cuando se dice “hay una sola ética y muchas morales”. Por qué, porque la moral es la aplicación concreta de lo ético. La razón de que se diga que hay una sola ética es porque la ética es la obediencia de la naturaleza. Y la naturaleza es igual para todos. Y no obstante ser igual para todos, tiene que estarse descubriendo constantemente. Un acto ético, precisamente, es un acto de conocimiento, de nuevo conocimiento de la naturaleza humana. Y puesto que los seres humanos somos tan diversos –y estamos condicionados por tantos ambientes, por tantas circunstancias diferentes– por eso hay distintas aplicaciones de lo ético y por eso se habla una sola ética y distintas morales.

**“Estar metido en la mierda sin contaminarse”**

**–El periodismo no es cuarto poder, no es un contra-poder, pero está permanentemente expuesto a la influencia de los poderes. En Chile, por ejemplo, se habla de los poderes fácticos, aquellos que sin estar legitimados son tal vez los poderes reales: poderes empresariales, religiosos, etcétera. ¿Cómo se manifiesta esta situación en países donde la polaridad y la intensidad de los conflictos es mayor; como por ejemplo en Colombia?**

–Es uno de los retos más difíciles para el periodista y lo expresaba alguien en palabras gruesas: “Estar metido en la mierda, sin contaminarse de ella”. Y es lo que le toca al periodista. Y cuando uno examina eso, es cuando se da cuenta que ésta no es una profesión cualquiera. Ni la gente de esta profesión puede ser cualquier tipo de persona. Se necesita una personalidad muy vigorosa y sobre todo muy apegada a unos principios y a unos valores. Y es el referente que a uno le sirve para entender el fenómeno de tanto periodismo mediocre. Porque siente que se cree que es una profesión fácil. Las mismas universidades no se han dado cuenta de lo exigente que es esta profesión, porque como están empeñadas en otros asuntos, entonces se imaginan que esta es una profesión fácil porque no tiene matemáticas. Es el pensamiento más común.

Pero aparte de eso, toda la exigencia de tipo ético que tiene la profesión es la que muy pocas profesiones tienen. Esto sí lo tiene y es creciente esa exigencia. El periodista que sirve plenamente a la sociedad a través de la información, en primer lugar es un hombre del espíritu, porque al fin y al cabo nosotros tratamos con materiales del

espíritu. La palabra es un material espiritual, el razonamiento, el análisis, el conocimiento mismo de los hechos. ¿Una noticia qué es? Es la abstracción de un hecho, convertido en un material espiritual. ¿Qué es una frase, qué es un párrafo, qué es una narración? Esa consideración muy pocas veces se hace, pero cuando uno se la hace, entiende, primero, porque es una profesión de tan alta dignidad y, luego, tan exigente.

**–¿A quién corresponde en rigor la vigilancia, la supervisión del ejercicio de la ética en los medios?**

–A cada persona. Porque la ética tiene estudio singular. No puede ser impuesta desde fuera. Es una decisión personal e intransferible. Uno es ético porque le da la gana. Y fíjese que al utilizar esa expresión estoy participando un descubrimiento que me impactó cuando lo encontré. Hacía reportería de radio, estábamos preparando una programación especial para semana santa y el director del noticiero supo que en un pueblito cercano a Bogotá estaban reunidos unos teólogos. Entonces se le ocurrió una idea muy brillante. Me dice “váyase y entreviste a esos teólogos, pregúnteles usted por qué creen en Dios”. Claro, me dieron toda suerte de respuestas, pero la que me impactó fue la de un teólogo bogotano, que dijo “¿por qué creo en Dios? porque me da la gana”. Creí que era una especie de broma, y le pedí explicación. Me dijo: “Mira, cuando a uno algo le da la gana es porque entra en la vía de lo irracional, Dios no puede ser el resultado de una racionalización. Si yo creo en Dios es simplemente por la misma razón por la que amo a alguien, los verdaderos amores, los de enamorados, hombre-mujer, o actualmente hombre-hombre, etcétera, verdaderos amores, son el resultado de la decisión de la voluntad”.

Ya después, estudiando el tema, me encuentro con Hanna Arendt. Ella a su vez cita a san Agustín, cuando dice, la voluntad está antes que el conocimiento y echa por la borda todo lo del siglo de las luces. Sabemos que el siglo de las luces fue el siglo de la arrogancia intelectual de la humanidad, de sentir que por el conocimiento el ser humano era el rey de la creación. El conocimiento es apenas un elemento para la decisión de la voluntad, pero primero es la voluntad. Y vuelvo a esto: yo quiero esta profesión porque me da la gana; yo quiero a mi mujer porque me da la gana; yo amo a Dios o conozco a Dios o admito la existencia de Él porque me da la gana.

**–En ese sentido. ¿Es lícito, es conveniente, la existencia de organismos institucionalizados que actúan como tribunales éticos, por ejemplo de los colegios de periodistas o de las federaciones de medios?**

–A mi juicio es una equivocación, y esa discusión la dimos en el Círculo de Periodistas de Bogotá. Yo participé en la redacción del Código de Ética y tuve que trabajar para que la asamblea aprobara el código y encontré que uno de los principales obstáculos que tenían para la aprobación del código, era porque pensaban que aceptar el código era aceptar un tribunal. La ética no se impone desde afuera, lo que debe existir, y es lo que creamos allí, es una Comisión de Ética que estudie casos y al estudiar casos se dé cuenta de si el Código de Ética está ajustado o no a la realidad.

Los códigos de ética deben responder a las realidades. Los de hace cincuenta años respondían a las realidades de entonces, los de hoy tienen que responder a otros tipos de realidades y ese es el papel de esa comisión. Lo otro no es el papel, porque la ética no es susceptible de convertirse en un tribunal. Los preceptos éticos siempre son convicciones de estudio que están orientando, que hacen el mismo papel de la brújula. Si entonces, estás como despistado, no sabes por dónde es la cosa, la brújula te dice el norte es éste, no dice otra cosa. El norte es éste y no hay más. Los códigos exactamente dicen lo mismo: el norte es éste, los valores son éstos. Usted dirá si los sigue o no los sigue, que es la misma actitud mental en que se pone uno frente a una brújula, uno decide si sigue eso o si sigue sus propios palpitos o sus propios caprichos.

**–Pero pongámonos en el caso, como ocurre e menudo, de periodistas que violan permanentemente los preceptos éticos y su situación es detectada por este tipo de comisiones. ¿Ese periodista merece seguir ejerciendo la profesión? ¿Quién le puede impedir seguir siendo periodista? ¿Quién lo sanciona?**

–Ahí es donde aparece otro aspecto muy interesante, la relación entre ética y ley. Debiera predominar la ética, y si todo mundo fuera ético no se necesitarían las leyes. Las leyes se necesitan cuando alguien no quiere ser ético y está perjudicando el bien de la sociedad. En el caso que planteas, la sanción ya no es por ética sino por una ley. La ley que se da a sí misma la agremiación periodística, en defensa, primero, del buen nombre de la profesión, pero a través de esa defensa del buen nombre de la profesión está la defensa del interés social. La sociedad necesita periodistas a los que le pueda creer y estas personas anti-éticas están atentando contra eso. Entonces allí, puesto que no es suficiente la ética, hay que aplicar la ley.

**–La ley de la propia organización, periodística.**

–De la propia institución, claro.

**–Desde la perspectiva de la sociedad ¿cómo observa usted organizaciones al estilo de la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social de Perú, que dirige Rosa María Alfaro, y que representan emprendimientos de la sociedad civil para establecer observatorios de los medios? ¿A su juicio, este es un elemento que fortalece la ética?**

–Sí. La fortalece en el sentido de que hace a la gente más consciente de su poder frente a los medios y a su vez les está dando elementos para actuar como personas frente a los medios. Y es muy importante lo de la Veeduría en este sentido. Una de las urgencias sociales es convertir a los receptores de información, en receptores activos, receptores críticos. Es el mismo fenómeno que se da frente al analfabetismo. Un analfabeto es alguien privado de una herramienta esencial para desempeñarse en la sociedad y para ser más libre. Frente a los medios hay un analfabetismo. Quien es incapaz de reaccionar como persona frente a los medios está sometido, pasivamente sometido, y por consiguiente es manipulable. Su libertad se reduce a cero y su dignidad también.

Entonces hay toda una motivación ética fundamental en ese sentido. Cuando se trata de convertir a los receptores de información en personas que tienen una capacidad de tomar decisiones y de hacer un ejercicio crítico frente a los medios.

Este sí que es un tema hermoso: la alfabetización en los medios. En ese sentido se está trabando en Perú, donde tenemos a Rosa María Alfaro, que ha trabajado en eso. Y en Chile está Fuenzalida...

**–Sí, Valerio Fuenzalida...**

–Que también ha trabajado en este sentido. Eso va muy lento. Uno desearía que eso fuera mucho más rápido y que se incorporaran, por ejemplo, a los pénsums escolares, de enseñanza media, de universidad, y que incluso fuera objeto de la difusión masiva a través de los medios, de una educación enérgica, de una alfabetización enérgica. **Y de identificación de los medios, también, por** todos estos problemas que uno ve que existen en relación con los medios, con el mal uso de los medios. Esa perversión que introducen los medios, particularmente, en la fiebre de consumo. ¿Qué hacemos frente a eso? Las leyes del Estado no sirven para nada. Son inaplicables o son de una aplicación muy transitoria. Lo que realmente cambiaría las cosas, particularmente frente a las dictaduras de los medios, es cambiarles el disco duro a la gente a través de la alfabetización de los medios.