

**LA ETICA EN EL PERIODISMO.  
OBSERVACIONES COTIDIANAS.**

*Prof Sergio Prenafeta Jenkin  
Escuela de Periodismo  
Universidad de Chile.*

El Departamento de Prensa de Televisión Nacional de Chile impactó a la audiencia nacional con su entrevista del 22 de septiembre de 1992, a las 21.00 horas. Allí apareció un personaje en la penumbra y en total anonimato, informando sobre los procedimientos que seguía una rama del Ejército de Chile para interceptar llamados telefónicos en la zona central del país. La reacción no se hizo esperar y algunos matutinos alcanzaron a reproducir el texto de la larga entrevista acusatoria.

Hechos como el señalado, cuyos efectos aún perduran, ponen una vez más el trabajo periodístico ante el juicio del público. Otro tanto ocurriría al finalizar el año, cuando en el sector de lo Curro de Santiago, fue ultrajado y muerto en su dormitorio un menor de situación socioeconómica acomodada. El comportamiento de los medios informativos en el caso del asesinato del niño Víctor Zamorano Jones amerita un estudio especial, en el

## Comunicación y Medios

que no entramos en el presente artículo.

Sobre la prensa y los periodistas recaen permanentes juicios condenatorios. Se dice que ellos ejercen el mecanismo de la recompensa y el castigo desde sus espacios y columnas; que son los árbitros de lo justo e injusto que existe en la sociedad; que asumen la pose de ser el ojo incansable del juicio cotidiano y de ya no simplemente moldear la opinión pública sino que de suplantarla (1).

Creo firmemente que la gran masa de periodistas que trabajan activamente hoy en el país son gente de alta honestidad, de iniciativa y oficio a toda prueba, celosos de sus fueros y entusiastas por dar lo mejor con tal que la verdad de los hechos llegue lo más directamente al público. Son, por lo general, gente anónima que no gusta de poner su firma en el trabajo que hacen sólo porque se saben trabajadores de una gran causa cotidiana y universal.

Sin embargo, con esta misma transparencia en el análisis, advertimos que, como en toda agrupación humana, hay en su seno quienes aprovechan de la posición que el medio les concede y con su conducta y su quehacer trasuntan otra imagen del ejercicio periodístico. En ellos vamos a fijar nuestra atención para examinar cómo se está dando esta relación Ética-Periodismo.

1.- La ética es un control interior que el individuo ejerce sobre sí mismo. Su finalidad es el deber

## **La Etica en el Periodismo. Observaciones Cotidianas**

para consigo mismo y para con los demás. Obliga al periodista a comprometerse, a optar reflexivamente entre alternativas. Lo inclina a que busque el bien supremo en el periodismo realizando así su autenticidad como persona y como profesional de la información (2).

2.- En algunos ámbitos se advierte un peligroso doble estándar para examinar los hechos. La llegada al país de la esposa del ex mandatario de la RDA, señora Margot Hoenecker (julio de 1992), desató gran interés en muchos medios por seguirle la pista minuto a minuto, y en tal propósito se llegó a invadir la privacidad de esta persona. Se grabó y transmitió por televisión imágenes suyas en el interior de una habitación, mientras escribía y realizaba actividades domésticas, traspasando así con una cámara ubicada a la distancia la privacidad de su residencia. Ante la reacción de sus familiares, los sindicatos de los canales de televisión señalaron airados que se estaba "conculcando la libertad de informar".

Aquí se advierte un ejemplo claro de jugar al doble estándar. Las personas tienen el derecho a no ser molestados en su intimidad, a tener privacidad. Esto es tan importante y aparece como consecuencia de derechos básicos consagrados como los derechos a la vida y a la libertad.

Creo que la mayoría de los periodistas no son gente despiadada e insensible, pero algunos se conducen como si tuvieran el derecho divino para avasallar al resto del mundo en el nombre del derecho público a saber.

## **Comunicación y Medios**

3.- Muchos de nuestros observadores críticos señalan que ya no queda nada sagrado. Que la creencia en la sociedad, en la familia, en el individuo, se ha esfumado para siempre. Me parece que en estos juicios hay mucho de válido y que si existe desajuste -lo que otros califican de caos-, quiere decir que hay que buscar alguna forma de vuelta al orden. Y ese camino pasa necesariamente por la ética en nuestro quehacer profesional.

4.- Lo anterior me lleva a plantear algunas preguntas cruciales que es importante las podamos compartir dentro de este análisis:

-¿Es el periodismo una vocación ética?

-¿Cómo conciliar la ética profesional con la profesión?

-¿Cómo compatibilizar el periodismo-vocación con el periodismo-negocio, el idealismo con la ambición, si la casi totalidad de quienes lo ejercemos somos empleados de quienes nos dirigen?

-¿Qué es lo primero: tener utilidades o cumplir una misión de comunicación social?

-¿Cuál es nuestra misión primera: servir al público o recabar y vender ideas?

Confieso que muchas de estas interrogantes no tienen para mí una respuesta única y válida frente a la realidad en que estamos inmersos.

5.- El periodismo como se ejerce hoy se nos parece más a un negocio de hechos que a un negocio de verdades, y eso sin duda que nos resta credibilidad

## **La Etica en el Periodismo. Observaciones Cotidianas**

pública. Se ha sostenido que el periodismo es una profesión injertada en un negocio, y es útil que así también puedan percibirlo como una de tantas variables nuestros jóvenes alumnos de la carrera. Es bueno que discriminen y adviertan que noticia y verdad no son necesariamente la misma cosa. El penoso suceso protagonizado por el "Condor" Rojas en el estadio Maracanã así lo señala. La noticia allí no fue la verdad y como periodistas actuamos -todos- con ligereza y hasta con frivolidad al anticipar condenas y al fortalecer un patriotismo que permitió vender gran cantidad de diarios y revistas.

6.- La apología indirecta a la violencia crece y no sólo por el material envasado que se ofrece por televisión. La fotografía de un policía de investigaciones saltando en el aire para romper una puerta y entrar a un domicilio en busca de delincuentes, ofrecida por un tabloide de Santiago en su portada (septiembre de 1992), estuvo seleccionada como una de las fotografías que optarían a un premio anual de la especialidad. ¿Premio de qué y para qué?. Hay más. Las transmisiones en directo de los sucesos en que perdieron la vida tres policías y un extremista, mientras los primeros custodiaban de punto fijo el domicilio del intendente de Santiago, crearon un clima de alarma nacional mucho mayor que el relato circunstanciado de los mismo hechos dado a través de la radio. ¿Qué ganó la teleaudiencia con tales mensajes, calcados a los de cualquier cinta de Stallone en Rambo?.

7.- Lo que hoy hacemos a través de los medios tiene la mayor trascendencia e influencia en el

## **Comunicación y Medios**

público. Nosotros tenemos el poder y el privilegio para exponer ideas, el poder para dictar el tono y el estilo culturales, el poder para revelar o esconder lo que desee. Los grandes medios deciden qué es lo que será percibido esta noche y mañana al amanecer por millones de personas, desde qué ángulo, durante cuánto tiempo. Lo que es noticia y no lo publicamos podría lo mismo no existir. El destacado pensador chileno que fue Jorge Millas, nos llamó, no sin cierta razón, “poder irresponsable”

8.- Hay medios que se especializan en exagerar las noticias al usar un lenguaje excitante, sin importarles si se justifica o no. El periodista -que no siempre es el que titula las informaciones de forma extravagante- echa la culpa de estos excesos a la presión con que se trabaja, donde muchas veces no queda tiempo para reordenar el pensamiento y tampoco los archivos personales.

El profesional de la noticia invoca, en todo caso, su derecho a la libertad de información, valor que también enarbolo, como inviolable. Pero en algunos casos tenemos derecho a dudar del uso que se hace de esa libertad cuando se la utiliza para difamar y calumniar, para las confidencias transformadas en noticias y para la deshonestidad, o para el manejo de noticias que se ocultan o se distorsionan y en torno a lo cual hay mil sutilezas de cómo presentar o silenciar los hechos.

A fines de 1992 un conflicto laboral que afectó a los médicos de una Isapre en Santiago, nunca

## **La Etica en el Periodismo. Observaciones Cotidianas**

fue informado por un canal de televisión de alta sintonía, en circuntancia que todos los medios contaban las alternativas de ese hecho. Razones: el canal tenía convenio con esa Isapre. ¿Dónde quedó entonces la libertad para informar, sin que a ella la opaquen situaciones personales o grupales ajenas al quehacer profesional de los reporteros?

En las escuelas de periodismo se pormenoriza a los alumnos con varios cursos seguidos de teoría de la comunicación, pero no se hace lo mismo con la enseñanza de una teoría de la responsabilidad social de la prensa, como base para establecer un sistema sólido de ética periodística. A los jóvenes hay que enseñarle que la premisa mayor de la teoría de la responsabilidad social es que la libertad lleva consigo obligaciones, y que los periodistas estamos obligados, estamos conminados minuto a minuto a ser responsables ante el público.

9.- No es la primera vez que digo estas cosas ni siento temor alguno a reiterarlas. Las señalé al presentar uno de los ensayos del sociólogo Patricio Dooner (Periodismo y Política. La prensa de derecha e izquierda 1970-1973. Edit. Andante, Hoy ediciones, 1985), sobre comportamiento de la prensa durante el gobierno de la Unidad Popular, y lo reiteré -con mayor fundamento- en 1981 al integrar y presidir el comité sobre Verdad y Periodismo creado por el Colegio de Periodistas de Chile.

Alguien tiene que decir y repetir una y otra vez estas cosas, aunque cause desagrado en algunos oídos.

## **Comunicación y Medios**

Personalmente me interpretan las palabras del maestro en el evangelio: déjate quemar si quieres alumbrar.

Por esta razón sostengo que subsiste un cierto periodismo que se deleita por lo sórdido, de mal gusto, aletargante e inútil. Es el que cita fuera de contexto y lee entre líneas lo que nunca nadie escribió o dijo. Es el que sanciona al que no piensa y comulga con sus ideas, pero tiene el desparpajo de exigir que respeten las suyas como sagradas y únicas.

Lo que ocurre es que hay una trivialización en marcha, en circunstancias que lo se trivializa- en último término- es el ser humano y su dignidad. En el periodismo que nos llega minuto a minuto desde todo el mundo advertimos que, en general, ya no hay un interés por el ser humano como sujeto de preocupación última sino más bien por los consumidores que pagan tales mensajes.

Lo que está en juego entonces es determinar qué sucede a una cultura cuando se estimula constantemente sus instintos más lóbregos. Lo que ocurre es que esa cultura se corrompe y se convierte en insensible, llegando a veces a justificar el asesinato y la tortura, olvidando con ello su obligación moral.(3)

10.- El Colegio de Periodistas de Chile tiene una Carta de Etica y algunos medios adoptan determinaciones básicas particulares en tal sentido. Sin embargo, no es la norma común. Lo señalo porque los editores se ven siempre con las manos atadas cuando deben

## La Ética en el Periodismo. Observaciones Cotidianas

vigilar que los reporteros no incluyan material preferencial de eventos a los que sirven privadamente como sus relacionadores públicos, tanto en el cuerpo de diarios y revistas o en los espacios informativos de radio y canales de televisión. Hay periodistas que privilegian la información de determinados grupos económicos, políticos o militares, o de empresas privadas, transgrediendo con ello principios fundamentales de ética y obteniendo, de paso, un sobre sueldo.

Las conferencias de prensa en el campo del sector privado han comenzado a perder su propósito. Suelen ser festines en los que no faltan sorteos de suntuarios, los que al anunciarse en la invitación a la conferencia llevan a los salones a un sinnúmero de reporteros, camarógrafos, iluminadores, choferes, etc...; tengan o no que ver con la especialidad o el sector a que corresponde el tema.

El periodista Paulo Ramírez informó (20-9-1992, pág. D6 El Mercurio) que *“al final de cada conferencia de prensa, particularmente del sector económico, se entrega un regalo”*, y agrego que *“a cada rato llegan invitaciones para realizar los más extravagantes e inútiles viajes, muchos de los cuales tienen como único objetivo el intentar que los medios, en algún momento y circunstancia, se sientan obligados a devolver la mano”*.

11.- Algunas veces sucede que algunos reporteros, hombres y mujeres, se involucran con sus fuentes, no ya en el plano de razonable amistad sino que

## Comunicación y Medios

en la intimidad como una forma de obtener informaciones. Me resulta ingrato entrar en detalles sobre este asunto, sobre todo cuando cualquiera podría exigirnos ejemplos, identidades y antecedentes que la prudencia indica mejor callar. Lo que nunca queda claro en este tipo de relación es quién utiliza a quién, si el reportero a su fuente o viceversa.

Un viejo periodista estadounidense, Jay McMullen (4), del *Chicago Daily News*, contó: *“Yo siempre me acosté con las empleadas del Gobierno, al contrario de lo que creen todos los snobs que los reportajes se obtienen en las conferencias de prensa. Les puedo asegurar que había mañanas que me bastaba con volverme en la cama para obtener mi primicia del material para el Tribune. Aquél que no se acueste con una mujer para obtener un reportaje no es leal a su periódico”*.

Esta muestra “magistral” de reporteo que confiesa McMullen empequeñece la imagen del periodista, distorsiona su misión y avala aquéllo de que el fin justifica los medios.

En un plano similar, durante el gobierno anterior fue notorio el hecho que algunos periodistas disfrutaron de la amistad de miembros de las Fuerzas Armadas y de Orden, a los que confidenciaban sobre intimidades, creencias, inclinaciones y costumbres de algunos colegas, denunciándolos al estilo más burdo en pago de la consideración y estima de sus interlocutores. Fue el

## **La Etica en el Periodismo. Observaciones Cotidianas**

peaje que se pagaba por el deseo de ser estimados y respetados por quienes integraron el cerrado círculo del poder.

No hay duda que con lo dicho se plantea en muchos ámbitos una crisis de la ética individual, de la ética profesional y hasta de la solidaridad.

12.- Otro aspecto que está hoy en crisis es el silenciamiento de las fuentes. Crece el número de informantes anónimos, lo que se reporta como “fuentes generalmente bien informadas”, “personas que solicitan se guarde su identidad”, “fuentes autorizadas”, “ejecutivos cercanos a...”, etc. El anonimato de la fuente sirve muchas veces para contar infidencias y rumores que, como bien se sabe, no constituyen noticia. El tema es de interés examinarlo porque una vez que se entra en el campo de las fuentes anónimas se debe nadar en un lodazal o caminar sobre arenas movedizas de donde resulta muy difícil salir.

Fue famosa la denuncia hecha a través de El Mercurio de Santiago -muchos antes del gobierno militar- por un anónimo Coronel N.N., como también fue ardorosa la defensa que el matutino hizo de la validez de esa fuente que tanto el público como el Colegio de Periodista, entonces con un activo Comité de Ética, no lograron identificar.

El tema de la fuente anónima lleva a pensar con justificación que el periodista puede inventar la información y pasar así por ciertas sus propias aprensiones.

## Comunicación y Medios

El abuso de este tipo de fuentes ciegas es otra causa que favorece la pérdida de credibilidad en nuestro trabajo antes los ojos del público. Aunque no se lo perciba como un hecho manifiesto y visible, me parece que se está desarrollando una suerte de mística por este método y a veces no recurrir a él lo transforma a uno en "demodé", en antiguo.

Frente a ello, que se explota mucho, por ejemplo, en el ejercicio del periodismo de tribunales al anticiparse peligrosamente a los procedimientos que la justicia tiene para llevar adelante su cometido, importa reiterar que los lectores, auditores y telespectadores tienen que estar suficientemente informados sobre el origen de la noticia para así entenderla lo más claramente posible.

Donald Graham, director (1981) de *The Washington Post*, indica que "*si no se le puede decir al lector exactamente quién lo dijo, se le debe informar por lo menos sobre el tipo de persona que fue para que los lectores puedan comprender, en lo posible, los motivos de la fuente para permanecer en incognita*".

El manejo que hizo de su anónimo entrevistado el periodista Santiago Pavlovic U, en el programa especial de Televisión Nacional de Chile, al que hice mención al comenzar este artículo, se ajusta totalmente a lo señalado por Graham. En todo momento el público que vio la denuncia supo que el que estaba hablando era un funcionario civil del Ejército, técnico en el área de las telecomunicaciones. Se individualizó, incluso, su lugar de

## La Etica en el Periodismo. Observaciones Cotidianas

trabajo y con el correr de los días se supo que antes de sacar sus declaraciones a través de TVN, los ejecutivos de la estación habían puesto a disposición del juez instructor del proceso mayor el tenor de la confesión del personaje en cuestión.

A propósito de *The Washington Post*, recordemos que el periodismo de los Estados Unidos -y por qué no el periodismo mundial- sufrió un golpe severo cuando en 1981 ese diario se vio obligado a devolver el Premio Pulitzer por el artículo más destacado del año, escrito por la joven reportera Janet Cooke. Era la historia de Jimmie, un niño de ocho años adicto a la heroína y que sólo vivía para obtenerla. Como se sabe, el tal Jimmie no existía. Fue un invento de la reportera. Lo que se produjo fue una violenta caída de la credibilidad pública respecto del trabajo de los periodistas, cualquiera fuese su rango, especialidad o edad, en tanto el uso de fuentes anónimas quedó al descubierto.

Alguien, aparte del periodista que la usa, debe saber en el medio periodístico la identidad de la fuente, para ponerse a salvo de situaciones incómodas. Hoy existe consenso respecto a que las fuentes secretas son producto de un reportaje flojo y perezoso, y por lo tanto su uso debe ser minimizado.

13.- Otro asunto grave en nuestro trabajo profesional es el de permitir el regalo, la dádiva y todo aquello que pueda ser motivo de soborno encubierto. El ejercicio periodístico está hecho en todas partes con una

## Comunicación y Medios

serie de ventajas que favorecen al reportero pero también al aupiciador: viajes, estadas liberadas en buenos hoteles, compras a precio rebajado, descuentos, préstamos de vehículos a prueba, "atenciones de la casa", agasajos, regalos personales, etc., todo lo cual compromete y aparece como un vulgar pago de peaje para la libertad informativa.

Luego de terminar un viaje de trabajo al que fue invitado con todo los gastos por cuenta de una empresa, un colega me señaló que uno tendría que ser muy mal agradecido y caradura al ventilar en público los problemas que allí vio luego de las atenciones recibidas.

En la desaparecida revista Ercilla que dirigió Julio Lanzarotti, había absoluta prohibición para que los reporteros recibieran entradas liberadas a espectáculos. La revista pagaba su derecho a estar presente en los espectáculos, y los comentarios y críticas que de éstos hacían sus periodistas tuvieron siempre el peso y el respeto de ser opiniones objetivas e independientes.

Pero el tema amerita aún más análisis. Cada año las redacciones de los distintos medios reciben paquetes navideños de parte de empresas y personas. Su aceptación debería examinarse detenidamente. Es cierto que un ramo de flores es una atención para con una periodista, y una invitación a almorzar ahorra tiempo a entrevistado y reportero y no quita independencia a este último para contar lo que le parece útil, interesante y justo. No obstante, por ese mismo camino se puede llegar más

## **La Etica en el Periodismo. Observaciones Cotidianas**

tarde a la adquisición de un vehículo “a precio de concesionario”, o a aceptar, fuera de cualquier concurso, pasajes y estada gratuita en lugares remotos del mundo.

Porque es distinto aceptar el fresco pan amasado que nos ofrece la campesina a la que visitamos, producto de su cultura solidaria con el forastero, a pedirle directamente al gerente de una compañía que vende computadores, que se manifieste con un aparato para el hijo que estudia ingeniería, a propósito de estar el periodista encargado de cubrir ese tipo de informaciones en su medio. El ejemplo es real. A la campesina le agradeceré siempre su exquisita y sincera atención, y hasta reproduciré con afecto ese instante de nuestro encuentro. Al empresario habrá que, de alguna forma, “devolverle la mano “ desde la sección correspondiente para beneficio de su compañía.

A veces un médico sin mayores méritos académicos o en la investigación, es elevado a la categoría de pro hombre de la medicina por el solo hecho de ser el pediatra de la hija de la periodista. Se lo entrevista y se le lleva clientela a su consulta al ponerlo de moda a través de artículos en revista o programas en televisión.

La tradición del “agarra lo que puedes”, de la coima disfrazada, del “pasar lo bien que no habrá otra oportunidad igual”, ha sido otra razón más para empequeñecer la dimensión social de nuestra profesión. No excluyo que los periodistas tienen bajos ingresos y que eso les lleve muchas veces a aceptar estas atenciones tentadoras,

## **Comunicación y Medios**

pero el límite de la prudencia deberá colocarlo nuestra propia conciencia y autoestima. La línea demarcatoria para no ser decorteses pero al mismo tiempo no deberle nada a nadie tenemos que ponerla nosotros mismos.

En tiempos donde el turismo tiene cada vez más organización y auge, y cuando revistas que otrora tuvieron gran prestigio por la calidad de su reporte, ahora se han pasado definitivamente al servicio de la publicidad turística, entonces tenemos que mirar con ojos más penetrantes ese rubro. De allí salen permanentes invitaciones, viajes, seminarios promocionales, etc., llamados a provocar la llegada al medio de publicidad previo informe de las bondades vacacionales de distintos puntos del mundo.

14.- En los últimos años ha proliferado también la premiación de los periodistas por la forma como éstos han atendido las informaciones municipales, empresariales, societarias, industriales, etc. Se ha llegado al exceso de señalar en las bases de los concursos que los aportes que se evaluarán para otorgar el premio son los escritos, publicados o editados dentro de un plazo calendario determinado, generalmente el año en curso. Esto lleva a muchos periodistas a afanarse por escribir sobre el tema con el fin de cumplir con tal requisito. El trabajo acumulado en años no cuenta, ni menos si el periodista dedicó su tiempo al trabajo en medios escritos o radiales, los que la imagen televisiva termina por aplastar. Basta que un joven reportero aparezca en cámara algunos meses para transformarse en estrella, en tanto el reportero

## **La Ética en el Periodismo. Observaciones Cotidianas**

que hizo toda su carrera en diarios, revistas o medios radiales, permanece en el anonimato o cuando más se le considera su trabajo en círculos bastantes familiares y retringidos.

Pertenecer a alguno de los grandes consorcios editores del país respalda cualquiera postulación a premio en Chile. Salvo el Premio Nacional de Periodismo, todos los otros conllevan algunos de estos vicios. No imagino a colegas de regiones, que trabajen en diarios pequeños con gran entrega, llegar a ser acreedores al premio concedido por una empresa embotelladora capitalina. Razones: no es negocio concedido por una empresa "invertir" y fijarse en un medio - no en un periodista- que tiene tan poco respaldo de circulación y de llegada al público consumidor. Viste más acercarse a los que tienen más respaldo. Con ellos se juega a ganador.

15.- La publicidad es un personaje siempre bien atendido por los medios de comunicación y la dependencia financiera de los medios respecto a la publicidad puede llegar a afectar la calidad del periodismo, especialmente en las empresas menos solventes.

Durantes ocho años dirigí una revista de divulgación científica ahora extinta. Era tal su apremio económico que sus ejecutivos exigían al director la producción de artículos o reportajes sobre temas como el colesterol, para justificar las bondades de una margarina que se presentaba en la publicidad como carente de tal

## Comunicación y Medios

compuesto. La exigencia no quedaba allí. El aviso debía ser colocado enfrente a la página de comienzo del artículo, para que quedase muy clara la asociación entre el problema y el producto llamado a solucionarlo. Los ejemplos en tal sentido se repitieron muchas veces ante el disgusto de quien tenía a su cargo el contenido de la revista. Lo único que salvé de mi campaña fue que la revista no aceptara avisos de marcas de cigarrillos o de bebidas alcohólicas, toda vez que en nuestra páginas hacíamos ardientes campañas contando el daño que provocan la adicción a estas drogas en la salud humana.

El tamaño de un diario o de una revista lo determina, desgraciadamente, no tanto el número de lectores como la cantidad de publicidad, no el número de noticias sino el de avisos. Se acostumbra hoy a editar páginas dentro del sector economía donde la publicidad se disfraza de noticia y se le entrega un contrabando al lector. El epígrafe de "Solicitada" para material de este tipo y el cambio de tipografía, cada vez es más escaso y más bien queda relegado para temas políticos o confrontacionales en los que el medio quiere conservar prudente distancia. La promoción de productos farmacéuticos que recién salen al mercado suele acompañarse con latas notas que ponderan bondades (que al periodista no le constan) con neto carácter comercial.

16.- Al concluir, valga señalar que enfrentamos los problemas que aquí se han descrito pero, lo más peligroso, nos hemos acostumbrado a aceptarlos como parte de nuestra actividad profesional. "Así fue

## **La Etica en el Periodismo. Observaciones Cotidianas**

antes, así es ahora, por qué tendríamos que cambiar”, parece ser el razonamiento en boga. El colegio de Periodistas debe rescatar definitivamente la vigilancia de su Comisión de Etica, con plenos poderes. Debe ser un organismo nuevo e independiente de cualquiera elección y que evalúe e informe permanentemente acerca de la conducta de los medios de comunicación social del país. Deberá examinar asimismo los casos que le sean presentados por el Colegio para juzgar actuaciones individuales de los miembros de la Orden y actuar en consecuencia. Está muy deteriorada la imagen pública del periodista como para aceptar las cosas tal como están. Hay que rescatar la credibilidad, el derecho a decir la verdad y no a tergiversarla, silenciarla o distorsionarla. Desde las escuelas de periodismo tenemos la obligación de fortalecer la entrega de los principios y confrontarlos con los sucesos cotidianos que nos traen los medios de comunicación. Así robusteceremos las vocaciones, potenciaremos, los talentos y ayudaremos a formar amantes de la verdad al servicio de la gente pero también de una profesión tantas veces vilipendiada, halagada y despreciada que reclama sacrificios, tenacidad y sobre todo amor. Porque como escribiera nuestro maestro y amigo Alfredo Pacheco B., “hay que enamorarse del periodismo. Y es curioso, pero ese amor enamorado no le oculta sus defectos y sus peligros” (5). ■

### REFERENCIAS

- 1.- Robert Schmuhl. *Las Responsabilidades del Periodismo*. Ediciones Mitre, Buenos Aires, 1985.
- 2.- John C. Merrill. Etica y Periodismo. En: *La Prensa y la Etica*. Selección de John C. Merrill y Ralph D. Barney. Eudeba, 1981
- 3.- W.H.Ferry. La "Mascomm" como Gurú. En: *La Prensa y la Etica*, op. cit.
- 4.- H. Eugene Goodwin. *A la búsqueda de una ética en el periodismo*. Grupo Editor Latinoamericano, Buenos Aires. pág. 129, 1990
- 5.- Alfredo Pacheco Barrera. Columna diaria en El Sur de Concepción: "*Que sea Periodista*". 11-7-1980.