
CAPÍTULO 49

“Informar con responsabilidad. La deontología como pilar básico de la calidad periodística”

Palau Sampio, Dolors (Universidad de Valencia).

dolors.palau@uv.es

Resumen.

Los códigos deontológicos de la profesión periodística centran su atención en las primeras etapas del proceso de producción informativa, pero apenas hacen referencia a la escritura. Esta comunicación parte de una lectura crítica del carácter prescriptivo de los libros de estilo –como guardián de la objetividad– y sus fundamentos epistemológicos, para incidir en la responsabilidad y competencia del periodista en el uso del lenguaje, el instrumento que tiene para dar cuenta de la realidad. Todo ello con el objetivo de garantizar una información de calidad.

Palabras clave: código deontológico, calidad, responsabilidad, estilos periodísticos, libro de estilo.

Abstract: The journalistic codes of ethics centre their attention on the first stages of the informative production process, but scarcely refer to the writing. This paper begins with a critical revision of the prescriptive character of the books of style -as watchman of the objectivity- and his epistemological basis, in order to insist on the responsibility and competence of the journalist in the use of the language, the instrument that has in order to explain the reality. All with the aim to guarantee a quality's information.

Keywords: code of ethics, quality, media's responsibility, journalistic styles, stylebook.

1. Introducción.

La ética y los principios deontológicos constituyen un elemento fundamental a la hora de valorar la calidad de las producciones periodísticas. ¿Acaso se puede hablar de ella, de ética periodística, sin tener en cuenta, sin valorar todas las fases que implica la producción de la noticia, del reportaje, de la crónica, desde la propia obtención de la información a su escritura? A menudo el punto de atención se ha centrado en la primera parte del proceso, en la relación y el trato con las fuentes, en la negociación y selección de los elementos noticiables. Demasiadas veces, en cambio, se olvida todo aquello que tiene que ver con la escritura, como si la palabra, la materia prima del relato informativo –junto con la imagen–, fuese una pieza más.

Esta comunicación incide en que la mera aplicación de recetas de redacción periodística –repartidas en manuales y libros de estilo– no garantiza de suyo una información responsable, al tiempo que reivindica la necesidad de unos periodistas que

combinen la competencia profesional con la ética a la hora de elaborar sus relatos informativos, conscientes de que la forma y el contenido, el *cómo* y el *qué* se cuenta, son indisolubles.

2. Calidad y ética

La palabra *deontología* deriva del griego *deon*, que significa “lo que es necesario hacer, el deber”. La Real Academia Española define este término como “*ciencia o tratado de los deberes*”. Se trata de una ética de los deberes prácticos, de aquello que es conveniente, una ética aplicada, mediante la cual se autorregulan de forma colectiva –en aquellos aspectos polémicos que no lo están jurídicamente– los miembros de profesiones que tienen un grado de responsabilidad social elevado. En el caso del periodismo, la deontología representa la asunción del deber que implica un derecho como el de la libertad de información. Los primeros códigos proceden de la segunda década del pasado siglo, aunque a España no llegaron hasta hace casi veinte años, cuando el Col·legi de Periodistes de Catalunya (1992) y la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (1993) los incorporaron.

El cumplimiento de estos *deberes prácticos* constituye, sin duda, un elemento esencial a la hora de valorar la calidad, un concepto que, por otra parte, se muestra un tanto etéreo y resbaladizo a la hora de aplicarlo al campo periodístico, ya que plantea el reto de medir intangibles. Sin embargo, también es cierto que su expresión no pasa inadvertida a los lectores, como demuestran algunos estudios^{xiii}. Y que esta calidad no está asociada necesariamente a la cantidad de medios. La explosión de sitios web de los últimos años no ha contribuido precisamente, como constata la mayor parte de los analistas, a despejar el camino hacia la excelencia, a elevar los estándares de calidad periodística. Así lo expresa J. Abramson:

In the Age of Too Much Information, it seems absurd to argue that the supply of quality news is running low, but it is. The most expensive forms of news-gathering, especially international coverage and investigative reporting are suffering deep cuts in many of the country’s newsrooms –which are themselves dwindling in number (2010: p. 39).

En las propuestas de medición de la calidad periodística que se han realizado en los últimos años subsisten elementos comunes, de cuya presencia o ausencia depende el resultado: investigación, precisión, información exclusiva, contraste, calidad narrativa, proximidad y también valores éticos^{xiii}. En cualquier caso, como sostienen Alessandri *et alii*, impulsores de la fórmula Valor Agregado Periodístico (VAP), “*es el resultado de los indicadores obtenidos mediante la observación y la evaluación de la presencia de variables atribuidas a dos momentos del proceso informativo: el de selección y el de creación*” (2001: p. 119). Por tanto, se trata de un término complejo en el que confluyen las distintas fases del proceso de producción.

De estas etapas, los códigos deontológicos hacen referencia básicamente a las primeras, es decir, a las que implican la búsqueda y selección, pero apenas contemplan alguna reflexión en torno al proceso de escritura y las responsabilidades que

implica. Y si lo hacen, es para esbozar unas pinceladas generales, como la obligación de diferenciar claramente opinión e información^{xiii}.

El código deontológico de la FAPE recoge en su tercer apartado una serie de principios de actuación que van desde el deber que contrastar las fuentes y dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos al de rectificar con rapidez y diligencia si se advierte que el material difundido es “*falso, engañoso o deformado*”. Añade que, a la hora de desempeñar sus obligaciones profesionales, deberá “*utilizar métodos dignos para obtener la información*”, así como respetar el derecho a no proporcionar información, ni a responder a las preguntas que se les formulen –“*sin perjuicio del deber profesional de atender el derecho de los ciudadanos a la información*”. Al respeto al *off the record* y el secreto profesional se suma la incompatibilidad de ejercer tareas periodísticas y publicitarias, así como la prohibición de aceptar retribuciones o gratificaciones “*por promover, orientar, influir o haber publicado informaciones u opiniones*” o de utilizar en beneficio propio informaciones privilegiadas conocidas por el ejercicio profesional.

Las referencias a la última etapa del proceso, en el caso de la prensa escrita, se recogen, en cambio, en los libros de estilo, el instrumento que tienen los medios para unificar los criterios de presentación, para homogeneizarla, especialmente en aquellas áreas que no están reguladas por la gramática o reclaman una respuesta tipográfica. Sin embargo, bajo esta premisa, los medios han ido más allá de la ortografía, la utilización de mayúsculas y minúsculas o la puntuación.

3. Libro de estilo y funciones implícitas

La agencia de noticias Associated Press redactó las normas del primer libro de estilo en 1953, con el objetivo de unificar los criterios de escritura a seguir por centenares de corresponsales repartidos por todo el mundo, una filosofía que después han ido incorporando el resto de agencias y, posteriormente, periódicos y medios audiovisuales. Con ello codificaba la redacción de unos teletipos que tenían que llegar con urgencia a los medios, con una presentación que difuminara al máximo la intervención, la mediación interpretativa del periodista.

Fernández Beaumont sostiene que los libros de estilo representan un intento de “*control objetivado de la propia subjetividad*” cuando, a partir de los años 60, los diarios de referencia asumen la imposibilidad de reproducir la realidad de forma literal y unívoca, lo que representa “*el fin del dogma de la objetividad como soporte capital de la conducta periodística*”. Ese control requiere poner en marcha una serie de mecanismos no solo para seleccionar los hechos que se convertirán en noticia sino también para darles el tratamiento formal adecuado (1987: p. 16).

En su intento por “*desubjetivizar*” la información, los diarios de prestigio o de élite optan por un instrumento como el libro de estilo, que permite: “por una parte, una afirmación de lo propio, de la propia personalidad del diario y, por la otra, un deseo de objetividad, y la afirmación de la imparcialidad marcando previamente unas normas comunes del juego lingüístico y hasta ideológico” (1987: p. 26). Según Fernández Beaumont, representan para los diarios de referencia “*instrumentos de seriedad y rigor*

que le otorgan una respetabilidad pública, que es el soporte más visible de su credibilidad colectiva” (1987: p. 28).

Muñoz-Torres llama la atención sobre la denominación *libro de estilo* y destaca que el énfasis en el aspecto modal puede responder a una cautela ante posibles reproches sobre los criterios que rigen la actividad informativa. De hecho, le parece revelador que estos libros, más allá de lo que dé a entender el título genérico, no son un simple “*tratado de preceptiva gramatical o un recetario estilístico*”:

Aunque es cierto que estos textos están elaborados casi siempre desde una perspectiva prioritariamente lingüística (corrección sintáctica y léxica) y estilística (preferencias del medio en cuanto al modo de escribir), no lo es menos que tratan también cuestiones de fondo relativas a los planteamientos generales de la construcción de los textos, a los procedimientos y recursos que deben seguirse en ella y a principios y criterios –más o menos definidos– de comportamiento profesional (2000: pp. 279-280).

Los manuales desarrollan, señala Fernández Beaumont, diversas funciones específicas “*en algunos casos explícitas, es decir, pretendidas y expresadas por el propio medio o por quienes redactaron los libros de estilo, y en otras ocasiones, funciones implícitas, que tienen pleno desarrollo por más que no hayan sido declaradas*” (1987: p. 195). Entre las primeras figuran las lingüísticas o profesionales, destinadas a la fijación de normas en áreas del lenguaje que plantean controversia o vinculadas a la consolidación de una ética profesional. Más problemáticas, en cambio, resultan las ideológicas, presentes de manera implícita. A ellas hacen referencia las críticas a estos instrumentos, íntimamente ligadas entre sí.

La primera línea crítica, desarrollada por Muñoz-Torres, plantea su intervención en el enmascaramiento de las concepciones epistemológicas que subyacen bajo un abanico de recetas de escritura. La segunda, en la que ha incidido Albert Chillón, destaca el papel de éstos al servicio de la rutina y la burocracia, con el intento de sustentar, a través de estas reglas, una objetividad imposible de conseguir.

Muñoz-Torres considera que los medios hacen uso de un gran número de conceptos relativos al conocimiento humano –verdad, falsedad, opinión, objetividad, certeza– sin una deliberación o fundamentación previa. Si bien es cierto que se trata de instrumentos profesionales, con una clara orientación pragmática –y, por tanto, poco dados a razonadas argumentaciones académicas–, no lo es menos, dice el autor, que, más allá de las consideraciones lingüísticas, se traten cuestiones de fondo relativas a los planteamientos generales de la construcción de textos, los procedimientos y recursos que han de seguirse y de comportamiento profesional, circunstancias que hacen necesario explicitar aquello implícito. Un recorrido por las categorías y principios epistemológicos inscritos en los libros de estilo de *El País*, *El Mundo* y *ABC*, le permite destacar tres tipos de omisiones y sustituciones llamativas.

En primer lugar, recalca que estos libros no se refieren de forma explícita a ningún concepto de verdad –ni siquiera de forma precaria–, pese a que continuamente se remite a una noción de ella:

(...) ni tan siquiera dejan constancia de que el concepto de verdad – entendido como correspondencia de lo conocido con la realidad– es un asunto de capital importancia (y no una cuestión adjetiva), sin el cual no podría ser comprendida la actividad informativa misma. Igualmente, considero inexcusable que tampoco se haga la menor advertencia sobre que la verdad no puede ser identificada, sin más, con el resultado de aplicar ciertos procedimientos estilístico-narrativos o rutinas profesionales inveteradas. El silencio sobre este punto, unido a la insistencia continuada en cuestiones de índole modal y estilística, parece más bien abonar la tesis contraria: que la verdad es un asunto irrelevante, o que queda garantizada por el mero cumplimiento de ciertas normas de carácter formal (2000: p. 298).

En segundo lugar, Muñoz-Torres considera que la sustitución del concepto de verdad por nociones operativas o más humanamente asequibles –“*la verdad es algo difuso e inasible sobre lo cual no cabe certeza*”, dice–, como las de precisión, exactitud o rigor, tampoco resuelve el problema. Esta fe en la exactitud del dato o en la reproducción de la cita que profesan estos libros, como condición necesaria para la verdad, no puede hipervalorarse hasta el punto de considerarla como suficiente en ella misma: “*Lo que más importa, pues, no es el dato en sí, aprehendido con pulcra exactitud, sino lo que ese dato significa asociado a otros datos y dentro de un contexto*”.

De hecho, explica, con datos muy precisos y contrastados se puede faltar a la verdad general, como dan fe muchas crónicas de conflictos bélicos que, trufadas de elementos fehacientes, no alcanzan a aproximarse a la guerra como acción global: “*la verdad del conjunto puede disolverse precisamente mediante la exactitud de los detalles, si éstos no se seleccionan y juzgan desde el sentido global verdadero de la acción que se representa*”. Muñoz-Torres observa que la sustitución del concepto de verdad por el de precisión o exactitud incurre en tres errores:

En primer lugar, pensar que la verdad es algo vago e incognoscible presupone un concepto no humano de verdad, que difícilmente podría tener alguna implicación práctica en el funcionamiento de los medios, ni en ningún otro asunto vital. El dilema implícito que sostuviera que, o el hombre conoce las cosas de una manera total, incondicionada, sin mezcla de error y con una certeza máxima, o entonces lo que conoce no es verdad, me parece inaceptable (...). En ambos casos, uno por exceso y otro por defecto, se intenta poner entre paréntesis la capacidad humana de conocer con verdad (...). El segundo error que aprecio es sostener que, puesto que la verdad es inalcanzable, sólo cabe conformarse con otros valores (...) la afirmación de que la verdad es inalcanzable y vaga y, en consecuencia, sólo cabe buscar el rigor o la exactitud, parte necesariamente de un concepto implícito de verdad, aceptado inconscientemente (...). El tercer error en el que, a mi juicio, incurre esta supuesta postura, es el siguiente: la verdad puede ser reducida a exactitud o precisión (2000: pp. 300-301).

Finalmente, el autor centra su atención en la omnipresencia de la noción de objetividad para sustituir a la de verdad, aunque no sea de manera explícita –y que la primera, advierte, lleva años en decadencia. En los tres libros de estilo analizados por Muñoz-Torres, solo varia, asegura, el énfasis y la modulación a la hora de referirse a la

noción de objetividad, “*pero no por ello dejan de asumir implícitamente sus proposiciones fundamentales en numerosos criterios de juicio profesional y de construcción textual, dados por buenos mediante la apelación a rutinas profesionales inveteradas, o a supuestas evidencias*” (2000: p. 303). Esta aceptación implícita se manifiesta, según el autor, en tres planteamientos: la distinción entre información y opinión, la separación entre análisis y opinión y la identificación entre objetividad e impersonalidad.

En estas ideas incide también la crítica de Chillón a los libros de estilo, en particular la restricción de las posibilidades expresivas y la uniformización a favor de una supuesta garantía de objetividad. Éstos se componen, en buena medida, de recetas tipográficas o de corrección ortográfica destinadas a eliminar las impurezas del idioma o a garantizar un cierto equilibrio en el uso de cursivas, mayúsculas o signos de puntuación. De hecho, pese a que se conciben como un elemento de identidad diferencial, un signo de personalidad, estos manuales no solo fijan la atención en los mismos puntos sino que, incluso, ofrecen soluciones coincidentes. El problema se plantea, especialmente, en las reglas de tipo morfosintáctico, que acostumbran a tener una presencia mucho menor –inferior al 10%. Y no por eso menos importante en el intento de configurar el llamado estilo periodístico a golpe de cincel normativo, para conferirle al texto informativo una especie de rigidez pétrea que disimule las grietas de la formulación subjetiva.

No resulta extraño que buena parte de la tarea preceptiva esté vinculada a la caracterización de los géneros, a través de reglas que pretenden trazar una línea divisoria entre opinión e información, marcada por la libertad de la primera y la saturación normativa de la segunda. Esa voluntad se traduce en unos textos informativos que, en la mayoría de casos, suenan como una monótona letanía, a la manera de copias salidas de un mismo molde, como si solo ese registro musical diera el tono informativo. Y en cambio, en la misma página, en las vecinas, o en las de otros periódicos, es posible encontrar piezas aisladas que han conseguido librarse del corsé expresivo que las constriñe, de ese ronroneo mecánico, para mostrar una voz propia, sin traicionar por ello la vocación de informar.

El intento de evitar la presencia explícita del periodista, del autor en el texto, ha convertido la advertencia de mantener la impersonalidad en la regla más repetida en los libros de estilo. En todos ellos llama la atención que se dicten normas genéricas para garantizar la claridad, sin tener en cuenta las particularidades de aquello que se quiere transmitir, o que, a menudo, se aspire a la amenidad por el camino de la uniformización, que se imponga un orden lógico que rompe cualquier opción de sorpresa expresiva y priva al lector del placer de descubrirla. Como si no se pudieran explorar otras vías alternativas, más apropiadas para una actividad intelectual, como si el compromiso con la veracidad no fuera en el fondo, un compromiso lingüístico, de manera que pensamiento y lenguaje conforman una unidad indisoluble.

Chillón advierte de la escasa madurez de los estudios periodísticos que, en su opinión, han confundido la comprensión de los textos con una actitud normativa, con la prescripción de “pautas de lesa ‘redacción’”, “*reglas genéricas de composición y estilo, a menudo bautizadas con metáforas antropomórficas*” (1999: pp. 410-411). Destaca también la precaria caracterización de los géneros, tanto en libros de estilo

como en manuales, a base de juicios impresionistas y precipitados, lejos del refinamiento teórico de disciplinas con más tradición. Es por ello que advoca por recurrir a los estudios lingüísticos y literarios para impulsar “*una actitud a la vez analítica y descriptiva, capaz de explicar cuáles son las convenciones de representación y los procedimientos de composición y estilo a que responden los textos producidos por la industria de la comunicación*” (1999: p. 411).

4. Más allá de la división entre fondo y forma

El afán regulador de los libros de estilo no es casual, especialmente si se tiene en cuenta el punto de vista que ha predominado sobre el concepto de *estilo*, de forma particular en los años 60 y 70. La cuestión del estilo ha formado parte de las reflexiones de los primeros teóricos del periodismo como un fenómeno vinculado a los géneros, siguiendo la tradición heredada de los estudios literarios. En términos generales, se puede decir, sin embargo, que su tratamiento se ha fundamentado en la prescripción, una aproximación basada en la mera repetición de recetas y fórmulas desgastadas que ha dejado de lado enfoques de carácter analítico y descriptivo, susceptibles de superar un estadio impresionista.

Las razones de este tratamiento cabe buscarlas en una noción unívoca de estilo periodístico, concebido como una garantía de objetividad, una norma de escritura capaz de reproducir la realidad, y en las premisas que provienen de la llamada redacción periodística, que presenta el periodismo como un oficio práctico, caracterizado por el dominio de una serie de técnicas y conocimientos aplicados. En este camino se situarían las aportaciones de autores como Emil Dovifat, que ha influido de manera poderosa en las reflexiones de buena parte de sus sucesores, en particular los más destacados, José Luis Martínez Albertos y Gonzalo Martín Vivaldi.

Desde este punto de vista, no es extraño que el libro de estilo de *El Mundo* incida en la vieja división entre forma y contenido: “*el buen estilo es necesario, pero siempre al servicio de la sustancia, de la noticia, y no como un fin en sí mismo*” (1996: p. 19). El estilo se asocia a la hojarasca, a lo prescindible y se convierte, en este sentido, en uno de los errores a corregir por los periodistas: “*El estilo, por encima de la sustancia. Se trata de un defecto muy común, que en nuestro periodismo suele encubrir una carencia de trabajo previo, de reporterismo, de obtención, selección y sintetización de datos y citas*” (1996: p. 55).

Las primeras críticas a esta idea llegaron, en el contexto español, de la mano de Núñez Ladéveze, que resaltó la tendencia a asociar la veracidad de la noticia con el modo descriptivo de la redacción y, en muchos casos, a convertir el estilo en una coartada de la veracidad de las noticias, “*como si el contenido del dictum dependiera del modus*”. En este sentido, apuntó a algunos malentendidos en torno a la idea de imparcialidad informativa:

El equívoco urdido en torno a esta noción alimenta en los informadores una desmesurada preocupación por ciertos rasgos estilísticos de los que, consciente o inconscientemente, se pretende obtener ciertos efectos psicológicos en el interlocutor: una calculada apariencia objetivadora del estilo es usada como si se tratara de una propiedad del contenido informativo o de una

actitud anímica del informador; es decir, como si el uso de un determinado estilo implicara la imparcialidad de quien lo utiliza, o como si la imparcialidad informativa fuera, en definitiva, una cuestión de estilo (1992: pp. 103-104).

Núñez Ladevéze recalca que, a menudo, se confunden unas necesidades comunicativas, una modalidad de uso del lenguaje, con el contenido de la información. Así, apunta, se cae en el error de pensar que la impersonalidad de algunas noticias implica una imparcialidad informativa. En este sentido destaca la confusión en el uso del término estilo informativo o periodístico e indica que se puede informar con un estilo “no informativo” y, por el contrario, manipular o informar parcialmente con un “estilo informativo”. Por ello, considera un “equivoco” la identificación entre “veracidad” de la noticia y “modo descriptivo” de la redacción.

Sin embargo, no va más allá de afirmar que una misma idea o sentimiento puede expresarse lingüísticamente de formas diversas, con diferentes combinaciones de elementos sintácticos, y que la elección sobre las variantes es de naturaleza estilística. (1991: p. 87). En *Métodos de redacción periodística y fundamentos de estilo*, amplía las consideraciones, sin variar el planteamiento de base: “Lo que la noción de ‘estilo’ presupone es que el hablante o el escritor pueden expresar la estructura profunda de maneras muy diferentes”. Los cambios de estilo no afectan a la denominada *estructura profunda*:

De aquí que los cambios de estilo supongan cambios más o menos intensos de significación lingüística pero no alteraciones del contenido informativo del pensamiento subyacente. Por esta razón, las decisiones estilísticas pueden ser también decisiones estratégicas (...) como puede ser la conveniencia de adaptarse a las expectativas o a la capacidad de un determinado tipo de público o de una situación concreta (1993: p. 113).

Esta definición de Núñez Ladevéze viene a resumir las propuestas del grupo de teóricos que han superado el mito del objetivismo pero se mantienen ancorados en una definición de estilo en términos de selección y, por tanto, como elemento retórico.

Chillón, en cambio, propone replantear algunas concepciones básicas sobre la materia a la luz del denominado *giro lingüístico*. En el primero de los corolarios de esta reformulación afirma que la distinción entre lenguaje poético o literario y lenguaje práctico o estándar, “pervierte la comprensión de la auténtica naturaleza de la comunicación periodística”. La razón, según explica, está en que se han asignado al apelativo *estilo periodístico* aptitudes cognitivas y trazos expresivos que, teóricamente, caracterizan el lenguaje práctico o estándar, como serían la referencialidad, la denotación o la falta de desviación estética. Todo ello, como una modalidad “capaz de reproducir la realidad y, pues, como herramienta estilística idónea para hacer ejecutiva la sacrosanta doctrina de la objetividad” (1999: pp. 46-47).

Chillón advoca por desterrar la expresión ‘estilo periodístico’ que, como argumenta, no supera una revisión crítica:

No existe un supuesto estilo característico de la comunicación periodística en su conjunto sino una muy heterogénea y compleja diversidad de

estilos y registros, distintas tanto en lo que hace a su fisonomía expresiva como a sus aptitudes comunicativas: ¿qué tienen que ver los estilos del redactor de teletipos de agencia y del cronista taurino, del crítico de cine y del informador científico, del reportero de investigación y del columnista de opinión? (1999: p. 46).

El autor propone abandonar los puntos de vista normativos y prescriptivos por un acercamiento de carácter analítico y descriptivo, capaz de “*dar cuenta inductivamente de los distintos y cambiantes estilos periodísticos, y de sus interacciones*”, tanto con “*las también cambiantes y distintas institucionalizaciones expresiva*”, como los géneros, como con “*las singulares lógicas de autor*” (1999: p. 46).

Pese a que los enfoques sociocognitivos han contribuido a poner de manifiesto la ideología que trasluce detrás de determinadas prácticas profesionales que se consideran naturales, no han superado un punto básico: “*La terca falta de comprensión acerca de la naturaleza retórica del lenguaje, y del modo en que éste es el puente o bisagra entre sujeto y objeto, pensamiento y ‘realidad’*” (1999: p. 48). De ahí la íntima sintonía entre estilo y contenido: “*No es que, dada una cierta realidad objetiva haya diversas maneras y estilos de referirla, sino que cada manera y estilo suscita y construye su propia realidad representada*”. Por tanto, según el autor, la “*realidad*” a que se refieren los medios “*sólo nos es dado conocerla como realidad representada por medio del estilo empleado para su evocación*” (1999: p. 49).

Al introducir la idea de “*realidad representada*”, Chillón sugiere la importancia del lenguaje en la configuración de ésta: “*El lenguaje no es simplemente un instrumento con el que puede darse cuenta de una realidad presuntamente independiente de él, sino la manera fundamental en que todo individuo experimenta ‘la realidad’*”. Esto se relaciona con la definición de Flaubert sobre el estilo, que consideraba, en sí mismo, “*como una manera absoluta de ver las cosas*”. Por tanto, lejos de algo ornamental, se muestra como un elemento clave y suma a la naturaleza estética un componente cognoscitivo de primer orden:

No uno sino diversos, los estilos de la comunicación periodística suscitan y configuran distintas versiones y visiones de eso que damos por llamar ‘la realidad’. No existe un estilo o lenguaje periodístico inocente ni transparente, especie de herramienta neutra apta para captar ‘las cosas’, sino muy diferentes estilos de la comunicación periodística, cada uno de los cuales tiende a construir su propia realidad representada (1999: p. 49).

5. A modo de conclusión, entre la responsabilidad y la competencia

Las críticas recogidas en los epígrafes anteriores plantean la necesidad de superar el estadio normativista de los libros de estilo y asumir que la mera prescripción de recetas no garantiza una objetividad inasumible. Es más, que forma y contenido no constituyen dos realidades paralelas, sino un todo conjunto, como ha detallado Albert Chillón y recoge Muñoz-Torres: “*el fondo de lo que se cuenta está condicionado por la*

forma de expresión (por las limitaciones del lenguaje), y a su vez, ésta puede ser elegida o modulada en función de lo que se pretende afirmar” (2000: p. 289).

Desde estas premisas es difícil mantener que la aplicación de unas fórmulas, de unas recetas impersonales en la escritura sea capaz de borrar de un plumazo la subjetividad del periodista. Y con ello cae, cual castillo de arena, todo el edificio de implícitos y sobreentendidos que se ha construido en torno a los libros de estilo, en realidad una excusa, una simple coartada para desviar la responsabilidad del periodista al dar cuenta de la realidad social. ¿Acaso, como dice Núñez Ladevéze, no se puede manipular con un estilo informativo, construyendo oraciones de acuerdo al orden pulcramente establecido, en tercera persona y sin que medie adjetivo?

Francesc Burguet, uno de los autores que con más vehemencia ha criticado a los defensores de la objetividad advierte que “*un grau o altre de parcialitat és sempre inevitable, però també legítim, inexcusable, si no es vol caure en la indiferència*” y, por tanto, “*la imparcialitat, l’honestedat i altres succedanis de l’objectivitat són qualitats que pertocuen a la voluntat, a la intenció i a l’actitud del subjecte*” (2004: pp. 32-33). Para el autor, desde el momento que el periodista encargado de la noticia es un sujeto, el resultado de su trabajo solo podrá ser “*subjectivament parcial o imparcial*”, según su grado de compromiso con la imparcialidad, que define como “*una norma de conducta profesional*” (1997: p. 22). Todo ello involucra una actitud ética, el cumplimiento de una serie de criterios deontológicos que garanticen la adscripción sin fisuras a los principios básicos de la profesión. Pero ello, dice Burguet, no es suficiente.

No basta con la buena voluntad, o con la voluntad de seguir unos principios éticos. Se requiere competencia, “*competència professional: contextual i textual alhora, perquè sense competència –aclara–, l’ètica és un contrasentit, dinamitada per la incapacitat del subjecte*” (2004: pp. 137-138). Con ello Burguet incide en un aspecto fundamental que, bajo el manto paternalista de los libros de estilo y los manuales de redacción, ha quedado muchas veces difuminado: el de la responsabilidad de los periodistas en el uso del lenguaje, su mayoría de edad a la hora de responder con honestidad, pero también con precisión –si es que ésta no está ya, de hecho, incluida en la anterior– sobre aquella versión de la realidad que ofrecen.

Sin la competencia para interpretar textual y contextualmente la realidad social no hay información, en cualquier caso, no hay información de calidad. Esta premisa que parece remitir únicamente al terreno profesional, de las habilidades técnicas, tiene una dimensión deontológica, por todo cuanto implica una interpretación de la realidad honesta, pero también solvente, precisa, adecuada. La afirmación de que es necesario distinguir claramente información y opinión no basta, como tampoco la de reunir un conjunto de normas de redacción –por más que en algunos casos esté justificada su inclusión para cualquier tipo de documento difundido públicamente.

Todo ello requiere asumir, en primer lugar, la responsabilidad que conlleva el uso del lenguaje, no como un elemento mecánico, al que se aplican una serie de normas de redacción para garantizar la *objetividad*, sino como un instrumento que

exige la capacidad del periodista y su responsabilidad en el uso. Y esta reivindicación del papel activo del sujeto periodista en la construcción de sus textos y en las implicaciones que conlleva le confiere también una responsabilidad ética, que va más allá de las expresadas en el código deontológico de las asociaciones de periodistas: la de utilizar el lenguaje de la forma más honesta y precisa.

No se trata, pues, de caer de nuevo en la tentación prescriptiva, de delimitar, a modo de decálogo, una serie de normas, sino de poner en valor un aspecto esencial de la labor periodística que ha quedado difuminado. En definitiva, de asumir que si “cada manera y estilo” de referir la realidad “suscita y construye su propia realidad representada”, como plantea Chillón, el periodista no puede eludir, ni desde un punto de vista de la competencia que exige ni desde la responsabilidad ética que se deriva, que el *cómo* da cuenta de la realidad es indisociable del *qué*.

6. BIBLIOGRAFÍA

AA.VV (1996) *Libro de Estilo: El Mundo*. Temas de Hoy. Madrid.

ABRAMSON, J. (2010) “Sustaining quality journalism”, *Daedalus*, vol. 139, nº. 2, pp. 39-44. Recuperado en: <http://www.mitpressjournals.org/doi/abs/10.1162/daed.2010.139.2.39/>.

ALESSANDRI, F. *et alii* (2001) “VAP: un sistema métrico de la calidad periodística”, *Cuadernos de información*, nº 14, pp. 112-120.

BURGUET, F. (1997) *Construir les notícies. Una teoria de la redacció periodística*. Dèria Editors. Barcelona.

BURGUET, F. (2004) *Les trampes dels periodistas*. Edicions 62. Barcelona.

CHILLÓN, A. (1999) *Literatura y periodismo. Una tradición de relaciones promiscuas*. Universitat Autònoma de Barcelona/Servei de Publicacions de la Universitat Jaume I/Publicacions de la Universitat de València. Bellaterra/Castelló de la Plana/València.

FERNÁNDEZ BEAUMONT, J. (1987) *El lenguaje del periodismo moderno. Estilo y normas de redacción en la prensa de prestigio*. Sociedad General Española de Librería. Madrid.

MUÑOZ TORRES, J. R. (2000) “Concepciones epistemológicas implícitas en los libros de estilo de *El País*, *El Mundo* y *ABC*”, *ZER* 9: 277-318.

NÚÑEZ LADEVÉZE, L. (1991) *Manual para periodismo*. Ariel Comunicación. Barcelona.

NÚÑEZ LADEVÉZE, L. (1993) *Métodos de redacción periodística y fundamentos de estilo*. Editorial Síntesis. Madrid.