

- Oeldorf-Hirsch, Anne, "The Role of Engagement in Learning From Active and Incidental News Exposure on Social Media", *Mass Communication and Society*, 21(2), 2018, pp. 225-247.
- Orozco, Guillermo, "El reto de conocer para transformar medios, audiencias y mediaciones", *Revista Comunicar*, 8, 1997, pp. 25-30.
- _____. "La investigación de las audiencias 'viejas y nuevas'". *Revista Latinoamericana de Ciencias de Comunicación*, VII(13), 2010, pp. 13-30.
- Quiroga Macleimont, Sergio, "Nuevas narrativas y transmedia: la actividad de las audiencias", *Questión. Revista Especializada en Periodismo y Comunicación*, 1(51), 2016, pp. 284-301.
- Reuters Institute & University of Oxford, *Digital News Report*, Londres, 2018.
- Rost, Alejandro, "Pero, ¿de qué hablamos cuando hablamos de Interactividad?", *Congreso ALAIC/IBERCOM*, 2004, pp. 1-16.
- Salaverría, Ramón, "Allá donde estés, habrá noticias", *Cuadernos de Periodistas*, 35, 2018, pp. 15-22.
- Vasilachis de Gialdino, Irene, *Los fundamentos ontológicos y epistemológicos de la investigación cualitativa*, 2009, retrieved from <http://www.qualitative-research.net/>
- Visión Humana, *Chilescopio: Cómo son y cambian los chilenos*, Santiago, 2018.
- Wilson, Timothy D., "Human Information Behavior". *Information Science Research*, 3(2), 2000, p. 55.

VERDAD, VERACIDAD Y PRUDENCIA PERIODÍSTICA

Óscar Jaramillo Castro

"Palos porque bogas, palos porque no bogas" es un dicho popular que se podría aplicar a lo que le sucedió a la prensa durante octubre de 2019. Al revisar en redes sociales las críticas de políticos y de grupos de izquierda y derecha, encontramos una especie de consenso sobre el rol del periodismo, debido a que era incapaz de representar la verdad que cada sector político reclamaba poseer.

Durante la noche del 19 de octubre de ese año, circuló en redes sociales la información de que —en la estación Baquedano del Metro de Santiago— se había montado un centro de tortura y exterminio, con un gran número de cadáveres colgados desde el techo. En Twitter, incluso, se acusaba a los medios de comunicación de censurar la información y de ser cómplices del hecho, por no publicar nada sobre el asunto.

Las críticas que surgieron en contra de la prensa fueron muy ácidas, al punto de plantear su colaboración con crímenes de lesa humanidad y que la libertad dada por las redes sociales, en lo que Manuel Castells denomina como auto comunicación de masas¹, hacía innecesaria su existencia.

1 Manuel Castells, *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza Editorial, 2009.

Con el paso de los días se demostró que la información era falsa, pero el cuestionamiento sobre la prensa y su rol informativo había quedado posicionado.

Lo interesante del caso es que las dudas sobre la prensa y su incapacidad para reflejar la realidad, traslada la discusión de vuelta a la caverna de Platón y al debate filosófico en torno a la verdad.

¿Cómo comunicar en un contexto en el que la información está al alcance de la mano y en el que cada grupo dice tener la verdad? ¿Qué es lo que diferencia al periodismo en una época en que una persona puede sacar fotografías, grabar en video los hechos y publicarlos en las redes sociales?

La respuesta está dada por el concepto de veracidad y que, a través de ella, la ética se sitúa en el centro de la actividad periodística y la justifica como una profesión de corte universitario, tal como lo plantea Abraham Santibáñez².

De la verdad a la veracidad: saliendo de la caverna platónica

La discusión sobre la verdad planteada por los medios de comunicación es un tema que ha trascendido al mundo del periodismo. A través de las redes sociales, distintos actores sociales han criticado la incapacidad de la prensa para reflejar de manera fiel lo que sucedió en Chile a fines de 2019. Y, además, diferentes sectores sociales y políticos la acusaron de no dar a conocer la realidad, incluso frente a una cámara de televisión.

¿Cómo es posible que eso se produzca? ¿Acaso existen distintas realidades y, por lo tanto, distintas verdades? José Luis

2 Abraham Santibáñez, *¿Ética periodística?*, Santiago, Edición Digital, 2013.

del Hierro³ afirma que “el debate de la verdad se remonta a los albores de la reflexión filosófica”. Pero, para no ampliarnos mucho, nos quedaremos con el punto de vista de los medios de comunicación y la perspectiva comunicacional.

La discusión sobre la realidad y qué es la verdad se remonta al mito de la caverna de Platón⁴. De acuerdo a este, unos prisioneros vivieron desde su niñez en el fondo de una caverna, atados de tal manera que toda su vida tuvieron que mirar hacia adelante y nunca pudieron girar la cabeza. Debido a que miraban hacia la pared, todo lo que podían ver eran sombras que se proyectaban en el fondo de la caverna.

La alegoría de Platón adquiere relevancia en una sociedad postmoderna, en donde la imagen de la realidad que poseen las personas proviene de los medios de comunicación, en los términos definidos por Lippmann⁵. Este autor norteamericano afirmaba que el contacto de las personas con la realidad está limitado por su capacidad física para percibir el mundo y desplazarse espacialmente.

De acuerdo a Lippmann, la imagen del mundo que la mayor parte de los chilenos tiene del Medio Oriente, Europa, Estados Unidos, Rusia o Corea del Norte, proviene de los medios de comunicación. Es a través de la prensa, la radio y la televisión, que las personas tienen acceso a realidades que están fuera de su alcance. Por eso planteaba que estos medios de comunicación producen una pseudo-realidad⁶, o sea, una

3 José Luis del Hierro, “Verdad y veracidad informativas: El ejemplo español”, *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*, N°7, 2015, p. 42.

4 Platón, *La República*, Libro VII, Madrid, Gredos, 1992.

5 Walter Lippmann, *Public Opinion*, New York, Dover Publications, 1974.

6 *Ibid.*

imagen de la realidad moldeada, que es similar a las sombras que los prisioneros perciben en el fondo de la caverna platónica.

Debido a que las audiencias tampoco tienen la capacidad para girar la cabeza y ver con sus propios ojos realidades que están fuera de su contacto espacial, el mito de Platón es totalmente atinente a lo que sucede con los medios de comunicación.

En un nuevo ecosistema mediático, en donde las redes sociales y la auto-comunicación de masas adquieren centralidad, esta lógica no solo pareciera repetirse, sino que pareciera tener un efecto multiplicador. Las redes sociales, en vez de permitir que las personas giren la cabeza para ver la realidad con sus propios ojos, amplifican las sombras y potencian el efecto producido por los medios de comunicación. O en términos de Lippmann, producen una pseudo-realidad alternativa a la línea editorial de los medios de comunicación tradicionales. Y parafraseando a Castells⁷, las redes sociales permiten que las personas tengan acceso a una mayor cantidad de pseudo-realidades, producidas por personas comunes y corrientes.

Lo que hace Lippmann al definir el concepto de pseudo-realidad, como parte de su estudio del fenómeno de la opinión pública, es allanar el terreno en materia informativa y señalar que la discusión que se produce en las grandes crisis sociales, debido a la cobertura dada por los medios nacionales, es que muchos sectores reclaman que sus imágenes de la realidad (pseudo-realidades) no lleguen hasta la televisión. En cambio, las redes sociales sí le permiten hacerlo.

Una vez que la discusión ha vuelto a la caverna de Platón, el concepto de veracidad permite adentrarse en las imágenes de

⁷ Castells, *op. cit.*

realidad generadas por las personas, el mundo político-social y los medios de comunicación.

La veracidad y las imágenes de la realidad

Si se parte de la base de que los medios de comunicación producen imágenes de la realidad, se complica juzgar estas pseudo-realidades en términos de verdad. De Páramo⁸ afirma que “las opiniones pueden ser justas o injustas, inteligentes o torpes, pero difícilmente son evaluables tomando la verdad como punto de referencia”. Una opinión es un juicio de valor sobre un acontecimiento, objeto o persona, por lo que su componente de subjetividad es alto. Es por eso que la verdad no es aplicable a una opinión.

Dentro de la misma línea argumentativa, Desantes⁹ explica que tanto la realidad como la a-realidad son informables. Si una opinión es el resultado de una pseudo-realidad particular, ¿bajo qué parámetros de realidad puede ser juzgada? Es posible ver a diario este tipo de enfrentamientos en las redes sociales como Twitter, entre activistas políticos de izquierda y derecha¹⁰. Más aún cuando ambos grupos dicen tener la verdad y que el contrario está totalmente equivocado.

El concepto de veracidad es lo que nos saca de la caverna platónica, ya que su objeto de estudio es el análisis de las

⁸ Juan Ramón de Páramo, “Veracidad y derecho a la información”, *Persona y Derecho*, N°55, 2006, p. 586.

⁹ José María Desantes, *La verdad en la información*, Valladolid, Diputación Provincial de Valladolid, 1976.

¹⁰ Un buen ejemplo de ello es la polémica desatada por el cantante Alberto Plaza, cuando publicó una foto de la Plaza Baquedano y señaló que así era antes del estallido social. El tweet original se encuentra en: <https://twitter.com/albertoplaza/status/1218319528276496389>

pseudorrealidades, ya que no parte de la base de la incapacidad de los humanos para aprehender la realidad, sino que analiza el grado de falsedad de la imagen de la realidad producida por los medios de comunicación o las redes sociales.

Para Williams¹¹, la veracidad está compuesta por dos virtudes de la verdad: la precisión y la sinceridad. Para este autor, la precisión involucra la voluntad en el sentido de tener la intención de optar por el esfuerzo que requiere la investigación. En tanto, la sinceridad la define como una predisposición a actuar de acuerdo a nuestras creencias, pero expresándolas de manera abierta y permitiendo la deliberación y la elección. De hecho, este autor¹² concluye que precisión y sinceridad involucran un cierto tipo de resistencia a la fantasía y el deseo.

La veracidad, en los términos definidos por Williams, permite analizar las pseudorrealidades, no en términos de realidad, sino que en cuanto a su precisión y sinceridad, por lo que posibilitan la operacionalización de la discusión filosófica en torno a la verdad, en términos que son útiles para el ejercicio del periodismo. Tal como lo señala De Páramo, no es posible juzgar una opinión en términos de realidad, pero sí en cuanto a su grado de precisión y sinceridad.

La doctrina de la veracidad informativa española, a partir de lo descrito por Suárez¹³, De Páramo¹⁴, De Verda y Beamonte

11 Bernard Williams, *Truth and Truthfulness*, Princeton, Princeton University Press, 2004.

12 *Ibid.*

13 Juan Carlos Suárez, "Cuestiones deontológicas acerca de la veracidad informativa", *Razón y Palabra*, Quito, N°87, julio-septiembre de 2014.

14 De Páramo, *op. cit.*

y Parada¹⁵, De Verda y Beamonte¹⁶, Del Hierro¹⁷, Gutiérrez-Sanz¹⁸ y Hernández¹⁹, explica cómo se debe aplicar la veracidad en un ecosistema de medios dominado por las redes sociales y con un gran número de noticias falsas. Y eso es relevante de destacar en días como estos.

La veracidad informativa

Durante las grandes crisis, como las sucedidas en Chile, Estados Unidos, Myanmar o Rusia, las acusaciones de montaje y *fake news* se viralizaron con mucha rapidez en Twitter, Facebook e Instagram. En Santiago, por ejemplo, entre el 19 y 20 de octubre circularon numerosos mensajes en redes sociales que señalaron que el incendio que afectó al edificio de la empresa eléctrica ENEL era un montaje, ya que este se habría iniciado en el piso 11 y que la prensa no informaba de ese hecho, porque era parte de la conspiración. Casi dos meses después, el programa televisivo "Cazadores de Fakes"²⁰ mostró cómo

15 José de Verda y Beamonte y Orlando Parada, "La colisión entre el derecho al honor y la libertad de información (Deber de veracidad y reportaje neutral)", *Revista Boliviana de Derecho*, Santa Cruz, N°14, 2012, pp. 136-153.

16 José de Verda y Beamonte, "El deber de veracidad del informador", *Actualidad Jurídica Iberoamericana*, IDIBE, N°1, 2014, pp. 9-20.

17 Del Hierro, *op. cit.*

18 Víctor Gutiérrez-Sanz, "Verdad/veracidad, objetividad/honestidad y manipulación/persuasión", *Pensamiento al margen*, *Revista Digital*, N°9, 2018.

19 Ciro Hernández, "La objetividad de la información política", *Revista de Comunicación Vivat Academia*, Año XVII, N°128, 2014, pp. 38-59.

20 La versión completa del programa periodístico puede verse en el canal de Youtube de tvn. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=YBs7qjA5RYQ>

distintos manifestantes iniciaron el incendio, lo que hundió las acusaciones de montaje.



El incendio del edificio de Enel comenzó en el piso 11, ¿de verdad creen que los manifestantes lo provocaron?

11:54 a. m. · 19 oct. 2019 · Twitter for iPhone

111 Retweets 274 Me gusta

Fuente: Twitter (<https://twitter.com/chileangguk/status/1185569818394726400>)

Casos como el anterior, sirven para situar el concepto de veracidad dentro del campo informativo. De Páramo²¹ señala que la veracidad no debe ser entendida como “verdad material, sino que como diligencia en la obtención de la información”.

Por diligencia se debe entender la disposición por parte del periodista y de los medios de comunicación por investigar los hechos antes de publicarlos. ¿Pero por qué se habla de diligencia y no derechamente de investigación? De Verda y Beamonte²² explica que, de lo expuesto, se deduce que “el juicio de veracidad se ciñe al examen del grado de diligencia desplegado por el profesional de los medios de comunicación en la confrontación de la noticia”.

De lo señalado se desprende que no aspiramos a que el periodista llegue a la verdad en los términos platónicos, se libre

21 De Páramo, *op. cit.*, p. 586.

22 De Verda y Beamonte, 2014, *op. cit.*, p. 11.

de sus ataduras, salga de la caverna y vea la realidad con sus propios ojos. O sea, nunca sabremos si el periodista informa la realidad “real”, por decirlo de alguna manera. Desde el punto de vista metodológico, lo que se puede analizar son las acciones desplegadas por el profesional para contrastar la información.

Aunque es necesario tomar en cuenta lo que afirma De Páramo²³, cabe señalar que no es obligación del periodista llevar una investigación de corte policial, ni contrastar absolutamente toda información que llegue a sus manos antes de informar, porque ello implicaría un daño irreparable a la libertad de expresión. Tal como afirmó Desantes²⁴, la información debe ser oportuna para ser considerada como veraz. Los plazos, metodologías, deberes y garantías legales de la investigación policial y judicial, son muy distintos de la investigación periodística, debido a las consecuencias que tienen para la libertad de las personas.

Como podemos observar, la veracidad informativa tiene una fuerte vertiente metodológica, relacionada con la virtud de precisión en los términos definidos por Williams. Por otra parte, Del Hierro²⁵ explica que “la veracidad implica la confianza en que quien dice, el emisor, aspira a y desea realmente decir la verdad”.

Es aquí donde la veracidad informativa se relaciona con la virtud de sinceridad de Williams y colisiona con uno de los puntos más controversiales del periodismo: la objetividad. Y por lo mismo, sin caer dentro de un debate epistemológico y

23 De Páramo, *op. cit.*, p. 587.

24 José María Desantes, *Información y Derecho*, Santiago, Pontificia Universidad Católica de Chile, 1990.

25 Del Hierro, *op. cit.*, p. 45.

ontológico, es necesario desarrollar el concepto de reportaje neutral, de acuerdo a la jurisprudencia española.

La veracidad en su vertiente metodológica: precisión y diligencia

La investigación periodística para ser veraz debe tener condiciones distintas de la judicial y policial. A partir del estudio de la jurisprudencia española en materia informativa, es posible definir la vertiente metodológica de la veracidad por medio del grado de diligencia. Es decir, el esfuerzo y los pasos desarrollados para contrastar la información.

La carencia de todos los siguientes pasos implica una falta total de veracidad. Sin embargo, es necesario aclarar que a pesar de que se siga cada una de estas etapas para contrastar la información, eso no asegura que se llegue a la verdad. Por eso, decir que algo es veraz no implica que sea verdadero. Que, a pesar de que se sigan una serie de pasos para contrastar la información, aun así, es posible estar frente a un error tipo 1 de estadística. O lo que habitualmente se conoce como un falso positivo.

Para evitar la ocurrencia de errores de tipo 1, los pasos que debe tener el proceso de verificación periodística, para que una información sea considerada como veraz, tiene una vertiente metodológica y otra actitudinal, así como mecanismos mediante los cuales el informador se puede acercar al "periodismo neutral", tal como lo denomina Suárez²⁶.

²⁶ Suárez, *op. cit.*, 2014.

Veracidad metodológica: la racionalidad

El primer paso del análisis de veracidad es la racionalidad o no de la información. "La racionalidad o su carencia neutralizan o favorecen las distorsiones provocadas por la inventiva y la imaginación", explica Hernández-Rodríguez²⁷.

Aunque esto puede parecer obvio, el análisis de la racionalidad en un ecosistema de medios dominado por las redes sociales es algo que no debe pasarse por alto. Según Castell²⁸, los movimientos sociales tienen su origen en mensajes que exaltan la ira y otras emociones básicas y que son transmitidos a través de las redes sociales. De acuerdo a dicho autor, las emociones básicas serían la causa directa para que un mensaje se viralice y provoque un movimiento social.

Durante octubre de 2019 en Chile, los mensajes que causaban ira, debido a una percepción de injusticia, se viralizaron en cosa de minutos. Según Damasio²⁹, las emociones son una especie de atajo evolutivo que acorta el tiempo para tomar una decisión. Así, si vemos una figura reptante que se asemeja a una serpiente, instintivamente sentiremos miedo, pues este actuará como un atajo para la toma de decisión, que nos llevará a huir y alejarnos del peligro. Si la persona se detuviera a pensar que es ese animal y realizara un experimento de prueba y error, lo más probable es que terminaría siendo mordido. La ventaja evolutiva de la emoción es que permite reaccionar en milisegundos al

²⁷ Ciro Hernández-Rodríguez, "La objetividad de la información política", *Revista de Comunicación Vivat Academia*, Año xvii, N°128, 2014, p. 54.

²⁸ Castells, *op. cit.*

²⁹ Antonio Damasio, *Descartes' error: Emotion, Reason and the Human Brain*, London, The Random House, 2006.

evitar el análisis racional, lo que es útil cuando se está en una situación límite de vida o muerte.

Por otra parte, Kidder³⁰ afirma que las emociones son malas consejeras para tomar decisiones éticas, ya que nublan el razonamiento y llevan a actuar sin tomar en consideración las consecuencias y el daño que se les puede hacer a otras personas. En el mundo de las redes sociales, un claro ejemplo de ello son las *funas*³¹. El sentimiento de injusticia hace que las personas las compartan e incluso lleguen a amenazar a los *funados*, sin siquiera hacer un análisis lógico de la situación. El problema está en que muchas veces las acusaciones son falsas.

Uno de los casos más paradigmáticos es el de un joven de 18 años que vivía en Bariloche y que se suicidó después de que su mejor amiga lo acusara de violación, a través de las redes sociales. La denuncia era falsa y fue una forma que tuvo la joven de vengarse de su amigo, después de una discusión³². El caso conmocionó a Argentina y puso de manifiesto los peligros que encierran las *funas* (*escracheos*, en la jerga argentina), debido a la forma visceral con la cual la gente comparte los contenidos y juzga a las personas, sin un análisis de la situación.

30 Rushworth Kidder, *How Good people make tough choices*, New York, Harper Collins Publishers, 2009.

31 La *funa* ("acción de podrido", en mapudungún) es un chilenismo utilizado para identificar a las manifestaciones de denuncia o repudio contra una persona o grupo de personas que cometió una acción criminal o éticamente reprochable, difundidas principalmente por redes sociales.

32 Biobío Chile, "De escrachado, al suicidio: joven fue acusado falsamente de abuso por su mejor amiga en Bariloche", Santiago, 31 de diciembre de 2018, disponible en <https://www.biobiochile.cl/noticias/internacional/america-latina/2018/12/31/de-escrachado-al-suicidio-joven-de-bariloche-fue-falsamente-acusado-de-abuso-por-su-mejor-amiga.shtml>

Esta es la razón por la cual Kidder³³ recomienda que lo primero para actuar, periódicamente, sea tomar distancia para detectar las emociones que están dirigiendo la conducta. Una vez que se detecta la emoción, se deben racionalizar los hechos y ponderarlos. La racionalidad constituye la primera barrera de análisis para la detección de noticias falsas.

Veracidad metodológica: análisis de las fuentes

Un segundo paso para la búsqueda de la veracidad en materia es el análisis de las fuentes informativas desde el punto de vista de su fiabilidad, idoneidad, pluralidad y contraste. Suárez³⁴ explica que la idoneidad de la fuente está dada por dos aspectos fundamentales: el conocimiento técnico y la cercanía al hecho.

De esta forma, la idoneidad de una fuente está dada por su conocimiento en el tema, el cual es rastreable a través de su formación académica formal, a nivel de pre y posgrado, o por su experiencia laboral. En tanto, la cercanía al hecho se refiere a que la persona entrevistada fue testigo directo de la noticia que se está reportando.

En la imagen N°1 se pudo apreciar uno de los primeros tweets que denunció el montaje en el caso del incendio del edificio corporativo de ENEL. Conita, la autora del mensaje, no cumple ninguna de las dos condiciones. No es experta en el tema (en materia de prevención de riesgos, ingeniería o incendios) ni fue testigo del hecho, por lo que no puede ser considerada como una fuente idónea.

33 Kidder, *op. cit.*

34 Suárez, *op. cit.*

La fiabilidad es una virtud que Williams³⁵ desarrolla al explicar el concepto de precisión. Cuando se produce la comunicación³⁶, tanto el emisor como el receptor desarrollan un vínculo a nivel social que requiere la conformación de una condición básica: la confianza. El receptor necesita confiar en el emisor para que la comunicación se produzca.

Tal como lo explica Watzlawick³⁷, el desarrollo de la confianza depende de la puntuación de la comunicación, es decir, de la historia previa y el contexto en el cual se desarrolla la comunicación. En un ecosistema de medios marcado por las redes sociales, la fiabilidad está dada por el historial y los post previos de la cuenta, cuestión que a muchos *influencers* les desagrada, al igual que a algunos parlamentarios y políticos que provienen del mundo de la farándula nacional.

Otro aspecto central dentro del análisis de la veracidad de las fuentes es la pluralidad tal como lo señala De Verda y Beamonte³⁸. Este es un aspecto que se relaciona no con el análisis de la fuente en sí mismo, sino que con la actuación periodística al momento de seleccionarlas para confeccionar una noticia.

Por pluralidad, Suárez³⁹ entiende como la multiplicidad de voces que permiten tener una visión heterogénea de la realidad. Se refiere a que la búsqueda de fuentes debe considerar a personas que sean distintas entre sí, de forma tal, que aporten puntos de vista diferentes.

35 Williams, *op. cit.*

36 Paul Watzlawick y otros, *Teoría de la comunicación humana: interacciones, patologías y paradojas*, Barcelona, Herder, 1981.

37 *Ibíd.*

38 De Verda y Beamonte, *op. cit.*

39 Suárez, *op. cit.*

Dentro del periodismo chileno, esta es una de las críticas que habitualmente se pueden apreciar en las redes sociales sobre la cobertura de las crisis por parte de la televisión chilena. Las críticas que van desde la criminalización de la protesta social hasta la justificación de la violencia política tienen su origen en la selección de las cuñas (entrevistas periodísticas). Al ser representativas de un solo sector, se produce un sesgo que atenta contra la objetividad y el concepto de periodismo neutral.

Muy ligado a lo anterior, se encuentra el contraste de fuentes. De Páramo⁴⁰ lo define como la utilización de las dos caras que están involucradas en un conflicto. Eso significa, en el caso de una *funa*, entrevistar tanto a la víctima como el posible victimario.

Esto es algo que en las redes sociales normalmente no ocurre, pero que diferencia al periodismo de la acción comunicativa desarrollada por activistas políticos, *influencers* o personas que no son profesionales de la información.

Veracidad metodológica: precisión

Para Williams⁴¹, la precisión es una virtud básica de la verdad, debido a que obliga a investigar y comprobar cada uno de los detalles de la información. La precisión implica la preocupación por los detalles y que estos tengan un correlato con la realidad.

En la actualidad, la precisión, junto con la comprobación de la idoneidad y la fiabilidad de las fuentes, constituye la principal barrera en contra de las *fake news*. Hoy la preocupación por la precisión adquiere variables nuevas, que salen de los cánones

40 De Páramo, *op. cit.*

41 Williams, *op. cit.*

tradicionales del periodismo, como la exactitud de las cifras y los nombres y cargos de los involucrados en un hecho.

Ahora la precisión pasa más por la comprobación de los hechos (sucieron realmente), de las fechas (el evento se produjo en la fecha que se afirma), el lugar (el hecho informado se produjo efectivamente en ese lugar), los protagonistas (quienes aparecen en las imágenes o videos son efectivamente ellos) y, por último, la comprobación de que los videos o fotografías no fueron alterados digitalmente.

Un ejemplo interesante es lo que le sucedió a la diputada Paulina Núñez⁴² por partida doble. A fines de noviembre de 2019 circuló por Twitter una imagen de ella en donde luce sonriente con un ojo tapado con un parche quirúrgico. En la lectura de la fotografía se asegura que la diputada se está burlando de los manifestantes que sufrieron heridas oculares durante el estallido social. La fotografía es real, pero corresponde a una imagen tomada el 9 de abril de 2019, después de una intervención oftalmológica a la que se sometió días antes. La imagen había sido sacada totalmente de contexto.

Otra *fake news* que afectó a la misma diputada fue la viralización, también en Twitter, de un video en donde una mujer de pelo largo, bajo los efectos del alcohol, insulta de manera profusa a otra persona. La diputada fue etiquetada en el video y se asumió que era ella, a pesar de que el parecido era poco.

La comprobación de la precisión, en términos de la exactitud de los hechos, fechas, lugares y protagonistas, no es algo que requiera de grandes conocimientos técnicos, ni metodológicos.

42 CNN Chile, "Diputada Núñez: 'Me da pena que ocupen esta fotografía para una *fake news*'", Santiago, 13 de noviembre de 2019. Disponible en https://www.cnnchile.com/pais/diputada-nunez-fotografia-fake-news_20191113/

En la mayoría de las ocasiones pasa por realizar una búsqueda en Google para comprobar si la imagen en cuestión fue publicada anteriormente. Los buscadores también nos pueden dar pistas sobre las fechas y si el hecho realmente ocurrió, o es una simple fantasía producida para provocar un efecto emocional en las audiencias.

Veracidad metodológica: rectificación y derecho a réplica

Tanto Suárez⁴³ como De Páramo⁴⁴ sitúan el derecho de aclaración y rectificación como un elemento central de la veracidad informativa, en su vertiente metodológica. Ambos autores explican que los periodistas tienen derecho a cometer errores, pero que la rectificación es un deber que demuestra el espíritu de la precisión, más aún en un ecosistema de medios en el cual la corrección es algo sencillo de hacer.

Cabe señalar que el derecho de aclaración y rectificación está contemplado en la Ley N°19.733 sobre Libertades de Opinión e Información y Ejercicio del Periodismo. Al hablar de la rectificación y el derecho a la réplica, se plantea el tema desde una lógica propia de la autorregulación ética y no de una norma legal.

Ser veraz, entonces, es reconocer los errores y enmendarlos en la misma publicación (cuestión que permiten los formatos digitales), sin necesidad de una petición legal. Este punto adquiere importancia debido a que los contenidos que estén en formato digital siempre estarán a un *click* de distancia. Cualquier persona puede encontrar la noticia, leerla y utilizarla para los

43 Suárez, *op. cit.*

44 De Páramo, *op. cit.*

finés que estime convenientes, sin siquiera enterarse de que existió un error en la publicación. Por eso, la veracidad implica que el mismo archivo, la publicación que quedará almacenada en algún servidor, sea modificado para enmendar el error.

La veracidad como actitud

El hecho de que Williams sitúe la sinceridad como una virtud básica de la veracidad, tiene grandes consecuencias sobre la actividad periodística. Un concepto elusivo y que genera debate y resistencias al interior de los medios de comunicación, es la objetividad.

Es un concepto difícil de asir desde el punto de vista epistemológico y ontológico. Asegurar que una información es totalmente aséptica y carente de influencias religiosas, ideológicas y culturales, es un tanto iluso.

McCombs⁴⁵, al desarrollar el concepto de encuadre (*frame*), explica que la selección de imágenes, hechos, entrevistas y del encuadre o tiro de cámara de una noticia, refleja la ideología y las creencias de los periodistas y de los medios de comunicación. Solicitar que el profesional de la información se despoje de sus creencias e ideología antes de confeccionar una noticia es imposible.

Por eso, la sinceridad surge como una virtud, en los términos definidos por Adela Cortina⁴⁶:

Una virtud es entonces una cualidad del espíritu, agradable o aprobada por todo el que la considera o contempla, no tanto

45 Maxwell McCombs, *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*, Cambridge, Polity Press, 2014.

46 Adela Cortina, *Ética de la razón cordial: educar en la ciudadanía del siglo XXI*, Oviedo, Ediciones Nobel, 2007.

un hábito costosamente adquirido para poder cumplir el deber. La palabra virtud, tan poco apreciada en nuestros días, se refiere aquí, sin embargo, a esas cualidades de las personas que la sociedad aplaude generalmente, celebra generalmente, mientras que los vicios producen rechazo.

El ejercicio dicotómico entre virtud y vicio es de suma utilidad para llegar a la operacionalización de la sinceridad en los términos planteados por Williams. La sinceridad implica el reconocimiento por parte del informador de sus creencias, ideología y cultura y la forma en que ellos producen sesgos al momento de percibir el mundo y, por lo tanto, de informar.

Tal como lo define Williams, la sinceridad va más allá del reconocimiento del punto de vista político que hace la prensa partisana, que declara el hecho de estar al servicio de una ideología en particular. La sinceridad se ve expresada en el concepto de periodismo neutral, no porque declare o aspire a ser objetivo, sino porque señala los pasos a seguir para que el periodista se ponga al servicio de la información, y no al contrario.

Desantes⁴⁷ afirma que el deber de informar constituye el principal compromiso ético que da forma a la profesión periodística. El compromiso está con la información y no con las ideologías o creencias particulares. El concepto de periodismo neutro enumera pasos o niveles, que permiten, al menos desde el punto de vista operacional, llegar a ese ideal.

47 Desantes, *op. cit.*

Veracidad como actitud: bases del periodismo informativo

El concepto de periodismo neutro es discutible desde el punto de vista epistemológico y ontológico. Tal como lo dijimos anteriormente, es imposible que el periodista y el medio de comunicación hagan una abstracción completa de sus creencias e ideologías. La influencia de la línea editorial en los encuadres realizados en la cobertura noticiosa fue uno de los primeros hallazgos de McCombs⁴⁸ al definir el segundo nivel de la Teoría de la Agenda Setting.

Sin embargo, el hecho de que Williams sitúe la sinceridad como una virtud de la verdad, es de mucha ayuda a la operacionalización de este problema que aparentemente no posee solución. Las virtudes, al estar radicadas en el centro de la personalidad, están relacionadas de manera directa con la voluntad. Es decir, con el querer ser, la aspiración de la búsqueda de lo correcto y la felicidad de las personas, en los términos aristotélicos.

Por eso es más sencillo hablar de sinceridad informativa que de objetividad, entendiéndola como el compromiso con la información –por parte del periodista y del medio de comunicación–, en detrimento de creencias o ideologías específicas. Nuevamente Desantes⁴⁹ diría que el compromiso del periodista está con la información, y tal como lo dijo alguna vez en sus clases:

El compromiso del periodista está con la información. Quien ponga antes de la información una ideología, un partido

48 McCombs, *op. cit.*

49 Desantes, *op. cit.*

político o una empresa, no es un profesional de la información. Es un mercenario⁵⁰.

El compromiso con la información es una actitud que es consciente y declarable por el profesional de la información. Es cierto que, a nivel semiótico, es imposible producir una noticia totalmente aséptica, libre de la creencia del periodista y de la línea editorial del medio de comunicación.

Sin embargo, el concepto de periodismo neutro al menos entrega pistas que son observables, pues tanto el medio de comunicación como el periodista tienen puesto su compromiso con la información o con una ideología.

Un primer punto al que hacen referencia De Verda y Beamonte y Parada⁵¹ es que el medio no asuma las declaraciones de las fuentes o los hechos como propios, sino que mantenga una posición como observador, sin defender tal o cual postura.

Así, si alguien plantea una hipótesis sobre un hecho, la que sea, y la defiende, sería un indicativo de que el compromiso está con una ideología política. Reportear los hechos y transmitir las opiniones de quienes avalan el acontecimiento y de quienes planean lo contrario, es indicativo de que el compromiso está con la información.

Eso nos lleva a la segunda condición analizada por De Verda y Beamonte y Parada⁵²: la identificación clara de las fuentes y la no alteración de las declaraciones, ni su sentido. Ambos

50 Lamentablemente, esta cita proviene del hecho de haber tenido el orgullo de haber sido estudiante de doctorado de José María Desantes. Durante años he buscado la cita en uno de sus libros, porque siempre he considerado que llega al centro de la discusión sobre la objetividad en términos periodísticos (nota del autor).

51 De Verda y Beamonte, *op. cit.* y Parada, *op. cit.*

52 *Ibid.*

autores señalan que el medio no debe agregar elementos que puedan cambiar el significado de las declaraciones.

En Chile, un caso periodísticamente significativo es el de Inés Pérez, una vecina de un condominio de Chicureo que fue entrevistada por el canal televisivo Chilevisión, a comienzos de 2012, por un caso de discriminación sufrido por una asesora del hogar. La entrevista fue editada de tal manera que su declaración adquirió un tono absolutamente clasista. La cuña se viralizó y en cosa de horas fue objeto de numerosas *funas*, amenazas de muerte e incluso se planificó una marcha hasta la puerta de su casa para manifestar el desagrado de la población con sus dichos.

Un día antes de que se llevara a cabo la marcha, un productor de Chilevisión renunció y, junto con ello, filtró el video completo con la entrevista a Inés Pérez. De inmediato quedó de manifiesto que su declaración había sido editada de manera maliciosa y que sus palabras nunca habían tenido un tono clasista, ni discriminatorio.

Otra condición establecida por De Páramo⁵³ es que, en la confección de la noticia, el periodista no incluya de mutuo propio, adjetivos calificativos ni juicios de valor. Asimismo, debe existir una clara diferenciación entre los hechos acontecidos y las opiniones vertidas por los testigos y los expertos que sean entrevistados.

En definitiva, el periodismo neutro no es otra cosa que lo que tradicionalmente se conoce como periodismo informativo, que intenta transmitir los hechos con el menor grado de distorsiones posibles.

⁵³ De Páramo, *op. cit.*

La discusión sobre la objetividad y la sinceridad en términos periodísticos concluye con un último aspecto que se podría denominar como la doctrina de la mentira. Si se parte desde la base de que la objetividad no es alcanzable desde el punto de vista epistemológico, sí se puede operacionalizar el hecho desde el punto de vista contrario: la mentira.

Nunca podremos afirmar en un ciento por ciento que lo que declaramos es verdad y totalmente objetivo. No obstante, el autor de una noticia sabe cuándo está mintiendo, debido a que el engaño tiene intención. Es a propósito y siempre está al servicio de alguna postura o ideología que se ve perjudicada por la información.

Veracidad: responsabilidad y prudencia en tiempos de redes sociales

La búsqueda de la elusiva veracidad y el compromiso con la información requieren del análisis de un último punto: la responsabilidad y la prudencia en términos informativos.

Responsabilidad en términos informativos significa que el periodista y el medio de comunicación deben ser conscientes de que las noticias que elaboran tienen consecuencias sobre el honor, la vida privada o la seguridad física de las personas.

Una *funa* tiene un efecto sobre el honor de una persona. Dar a conocer la identidad de un denunciante en un caso de narcotráfico puede tener trágicas consecuencias sobre la seguridad física e, incluso, sobre la vida de una persona.

Dar datos que permitan identificar la identidad de un menor de edad que sea víctima de abuso sexual puede tener grandes consecuencias sobre su salud psíquica y marcarlo de por vida, ya que, gracias a los buscadores de la web, el caso siempre estará a un *click* de distancia.

Veracidad como actitud implica partir de la base de que los periodistas no informan sobre hechos, sino sobre la vida de personas. Eso lleva a que el reportero deba calcular las consecuencias que la noticia tiene sobre los individuos y ser cuidadoso cuando lo merezca. Es decir, cuando el honor, la vida o el desarrollo de un menor de edad están involucrados.

En términos periodísticos, la prudencia no es otra cosa que la aplicación de las reglas de la veracidad, tanto metodológica como actitudinalmente. Ahí radica la diferencia entre los profesionales de la información y el uso que personas comunes y corrientes (o activistas políticos), les dan a las redes sociales.

El compromiso con la información es algo que es verificable y que permite salir de la caverna platónica y la eterna discusión sobre si la verdad es algo alcanzable o no. La búsqueda de la racionalidad, el análisis de las fuentes, la precisión, la rectificación de errores, la sinceridad como actitud base para aprehender la realidad en términos periodísticos, junto con la responsabilidad, son las bases del ejercicio periodístico veraz y de la diferencia que existe entre los medios de comunicación y las redes sociales.

Bibliografía

- Biobío Chile, “De escrachado, al suicidio: joven fue acusado falsamente de abuso por su mejor amiga en Bariloche”, Santiago, 31/12/2018. Disponible en <https://www.biobiochile.cl/noticias/internacional/america-latina/2018/12/31/de-escrachado-al-suicidio-joven-de-bariloche-fue-falsamente-acusado-de-abuso-por-su-mejor-amiga.shtml>
- Castells, Manuel, *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza Editorial, 2009.

Chilevisión Noticias, “Alejandro Navarro cayó en una *fake news*: publicó imagen de Piñera, pero tuvo que borrarla de inmediato”, Santiago, 28 de octubre de 2019. Disponible en https://www.chvnoticias.cl/trending/alejandro-navarro-fake-news-pinera_20191028/?_ga=2.136478775.688305559.1580137574-184895002.1570798865

CNN Chile, “Diputada Núñez: “Me da pena que ocupen esta fotografía para una *fake news*””, Santiago, 13 de noviembre de 2019. Disponible en https://www.cnnchile.com/pais/diputada-nunez-fotografia-fake-news_20191113/

Cortina, Adela, *Ética de la razón cordial: Educar en la ciudadanía del siglo XXI*, Oviedo, Ediciones Nobel, 2007.

Damasio, Antonio, *Descartes' error: Emotion, Reason and the Human Brain*, London, The Random House, 2006.

De Páramo, Juan Ramón, “Veracidad y derecho a la información”, *Persona y Derecho*, N°55, 2006, p. 586.

De Verda y Beamonte, José, “El deber de veracidad del informador”, *Actualidad Jurídica Iberoamericana*, IDIBE, N°1, 2014, pp. 9-20.

De Verda y Beamonte, José y Orlando Parada, “La colisión entre el derecho al honor y la libertad de información (Deber de veracidad y reportaje neutral)”, *Revista Boliviana de Derecho*, Santa Cruz, N°14, 2012, pp. 136-153.

Del Hierro, José Luis, “Verdad y veracidad informativas: El ejemplo español”, *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*, N°7, 2015, p. 42.

Desantes, José María, *La verdad en la información*, Valladolid, Diputación Provincial de Valladolid, 1976.

- _____. *Información y Derecho*, Santiago, Pontificia Universidad Católica de Chile, 1990.
- Gutiérrez-Sanz, Víctor, “Verdad/veracidad, objetividad/honestidad y manipulación/persuasión”, *Pensamiento al margen. Revista digital*, N°9, 2018.
- Hernández-Rodríguez, Ciro, “La objetividad de la información política”, *Revista de Comunicación Vivat Academia*, Año xvii, N°128, 2014, pp. 38-59.
- Hernández-Rodríguez, Ciro, “La objetividad de la información política”, *Revista de Comunicación Vivat Academia*, Año xvii, N°128, 2014, p. 54.
- Kidder, Rushworth, *How Good people make tough choices*, New York, Harper Collins Publishers, 2009.
- Lippmann, Walter, *Public Opinion*, New York, Dover Publications, 1974.
- McCombs, Maxwell, *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*, Cambridge, Polity Press, 2014.
- Platón, *La República*, Libro VII, Madrid, Gredos, 1992.
- Santibáñez, Abraham, *¿Ética periodística?*, Santiago, Edición Digital, 2013.
- Suárez, Juan Carlos, “Cuestiones deontológicas acerca de la veracidad informativa”, *Razón y Palabra*, Quito, N°87, julio-septiembre de 2014.
- Watzlawick, Paul y otros, *Teoría de la comunicación humana: interacciones, patologías y paradojas*, Barcelona, Herder, 1981.
- Williams, Bernard, *Truth and Truthfulness*, Princeton, Princeton University Press, 2004.

LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA: LA FORMA EN QUE NOS RELACIONAMOS CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Paul Venturino del Canto

Hoy la expresión *Chile cambió* –que explica que en el país diferentes grupos sociales hoy han levantado su voz para hacerse escuchar– es habitual. La evolución del país desde la transición a la democracia ha ido creando nuevas expectativas sobre la justicia, la sociedad y, por sobre todo, respecto de lo que la política debe hacer por los ciudadanos y ciudadanas.

Parte importante de estas nuevas expectativas han surgido, porque los diferentes colectivos sociales se han organizado en función de lograr más cosas y ser respetados, y porque hoy existen formas mucho más variadas de comunicarse y difundir la información que nos interesa, sin tener que pasar por el filtro de los medios e instituciones tradicionales.

En este contexto en que existen muchos grupos con derecho a voz y con intención de expresarse, y en que el mensaje ya no es de “uno a muchos”, sino de “muchos a muchos”, la comunicación estratégica se ha consolidado como una especialidad profesional que justamente se orienta a conectar a los diferentes grupos de interés y a ellos con organizaciones, entendiendo sus expectativas y colaborando para que logren relacionarse y entenderse.