

El caso USA Today

EGO Y ANONIMATO

Cuando desaparecen las fuentes aparecen los autores

En los últimos días han dejado sus cargos la directora, Karen Jurgensen, un subdirector y el redactor jefe de Noticias del periódico USA Today, como consecuencia de los fraudes periodísticos (inventiones, plagios) de uno de los reporteros estrella del diario, Jack Kelley. Ángel Arrese, profesor de Marketing en la Universidad de Navarra, analiza la situación.

La espoleta de este caso fue, precisamente, lo sucedido en el **New York Times** con el reportero fraudulento Jayson Blair, que motivó el cese del director del diario, Howell Raines, y de su director adjunto. El pasado viernes se estrenó en España *El precio de la verdad*, en la que se recuerda otro de los escándalos periodísticos más sonados, el protagonizado por Stephen Glass y sus ficciones en **The New Republic**, noveladas por el propio autor en un libro traducido por Planeta: *El Fabulador*.

Cada uno de estos casos es especial, está rodeado de circunstancias distintas y se ha resuelto de forma particular. Pero todos comparten una misma trama: un periodista más o menos veterano en un entorno muy competitivo, en un medio respetado e influyente y con el objetivo de hacer crecer su “ego periodístico” –ya en algunos casos bien nutrido–, es capaz de inventar y/o plagiar historias de actualidad, una y otra vez, sin que el fraude se detecte inmediatamente, a pesar de que se registren indicios de que se está produciendo.

En todos estos casos hay, sin duda, una clara culpabilidad personal, la misma que en cualquier acción fraudulenta de alguien que se propone engañar, robar o traicionar a sus colegas, a su empresa, y a sus clientes. De igual forma, es posible encontrar en todos ellos problemas redaccionales y directivos que ayudan a explicar, en parte, tanto la aparición de estas prácticas como la lentitud en su identificación.

Seguramente, el análisis de todos esos problemas aportarían mucha luz sobre lo que sucede en muchas redacciones y sobre la función y el papel del periodista en nuestra sociedad actual.

Sin embargo, un aspecto menos comentado de la actividad periodística que comparten muchas de las “ficciones” creadas por esos “fabuladores” es la autoría de los contenidos, en una doble vertiente. Por una parte, la utilización del anonimato de las fuentes como herramienta para ocultar falsedades; por otra, la excesiva personalización de los reportajes, tanto en el estilo como en el contenido, propia de los trabajos de los “reporteros estrella”.

La investigación en USA Today

Con motivo del descubrimiento del caso Kelley, **USA Today** solicitó a tres profesionales independientes que investigaran lo sucedido. En el informe elaborado por Bill Hilliard, Bill Kovach y John Seigenthaler, publicado en el periódico y causa en buena medida de la cascada de ceses, se identifican serios problemas de dirección redaccional –algunos, probablemente, propios de esa casa– y de práctica profesional. Un par de ellos aluden directamente a las cuestiones relacionadas con la autoría y la atribución de los contenidos.

Los autores de ‘Los Problemas de Jack Kelley y USA Today’ (*The Problems of Jack Kelley and USA Today*) destacan en dos de las nueve conclusiones del informe:

“4) El estatus de Jack Kelley como *la estrella* de la redacción de noticias, sus frecuentes apariciones en la televisión nacional, sus múltiples conferencias ante todo tipo de públicos, y la impresión de que altos directivos de **USA Today** eran sus amigos –impresión que él mismo alentaba–, hacían que



Jack Kelley

tuviera un consideración especial entre muchos de sus colegas de redacción. Incluso sus críticos más severos creían que *la estrella era intocable*”.

“7) La habilidad de Kelley para abusar una y otra vez de las reglas referentes a la utilización restringida de fuentes anónimas y confidenciales –explo-tando la actitud de confianza que mostraban hacia él sus jefes- es un doloroso recuerdo de que las normas escritas son papel mojado si los encargados de velar por su cumplimiento, a todos los niveles, no las aplican y no las hacen cumplir”.

Autores intocables y fuentes anónimas: una mezcla explosiva para quien quiera avanzar en la carrera de la egolatría periodística, en un entorno de competencia marcado por la visibilidad, la rapidez y la espectacularidad. Obviamente, de casos excepcionales, como los comentarios, no se pueden sacar conclusiones generales. Pero cuando varios de estos casos se suceden en medios tan significativos –y otros más se están documentando en otras publicaciones estadounidenses en los últimos meses–, el fenómeno merece singular atención. Probablemente es más común que lo imaginado.



Bill Hilliard



Bill Kovach



J. Seigenthaler

fes demasiado a menudo dejan que todo esa suceda. Resultado: la ficción se mezcla con los hechos. La única forma de ganar la guerra contra este mal es que los periodistas a todos los niveles prohíban toda fuente anónima”.

Neuhart seguramente escribía estas palabras con especial dolor, ya que cuando fundó **USA Today** una de las reglas de oro que implantó en el periódico, para diferenciarlo de muchos otros, fue el estricto cumplimiento de la identificación de fuentes. Durante casi diez años, esa fue una de las banderas periodísticas del primer diario nacional estadounidense. Desde mediados de los noventa el cumpli-

miento de este principio empezó a relajarse. Para aumentar su audiencia y con el pretexto de acercarse más al lector medio, más agresivo y competitivo, se apostó por buscar mayor número de exclusivas, coberturas periodísticas más arriesgadas, con reporteros

protagonistas. En **USA Today** empezaron a entrar más informaciones basadas en fuentes confidenciales, anónimas pero creíbles.

Nadie duda que las fuentes anónimas, las “gargantas profundas”, han prestado valiosos servicios a la causa del periodismo. Seguramente seguirán haciéndolo. Pero lo que las justifica en situaciones extremas, o como medio para confirmar informaciones delicadas, precisamente las descalifica para su utilización indiscriminada, rutinaria, perezosa o, simplemente, descuidada. No hay nada más fácil que ser utilizado por una fuente que no quiere identificarse en público; no hay nada más fácil que apelar a genéricos anónimos para dar la impresión de ofrecer “la opinión general” o de “algunos observadores” –cuando es sólo la opinión de alguien– o para cambiar esa opinión cuando lo que hay tras determinadas palabras son “fuentes cercanas a la actualidad” o “conocedoras del caso”.

Probablemente la solución no es tan extrema como la que plantea Neuhart –la prohibición total–, pero se hace necesario cuidar en extremo la utilización de ese tipo de fuentes, así como la forma de caracterizarlas cuando no es posible su identificación directa. Así lo han entendido **The Washington Post** o **The New York Times**, que sólo hace

La ocultación de las fuentes

El fundador de **USA Today**, Al Neuhart, nada más destaparse el caso Kelley, escribía a mediados de enero una columna titulada “El Mal del periodismo: las fuentes anónimas”. Aún sin conocer con detalle lo sucedido, Neuhart identificaba la herramienta fundamental de buena parte de los grandes fracasos periodísticos desde Janet Cooke (el histórico Pulitzer devuelto por el **The Washington Post** en 1981) hasta Jack Kelley. Comentaba el fundador del diario: “Durante más de veinte años, he predicado que las fuentes anónimas están en la raíz de la maldad en el periodismo. (...) Es muy simple. La mayoría de las fuentes anónimas a menudo dicen más de lo que saben. Los reporteros que están acostumbrados a utilizar esas fuentes algunas veces escriben más de lo que oyen. Los redactores je-

unas semanas han dado a conocer a sus respectivas redacciones nuevas directrices, más exigentes, sobre las referencias a las fuentes.

Como comenta Neuhart, de la utilización descuidada y rutinaria de la fuente anónima a la invención de fuentes, caracterizadas de forma más o menos ingeniosa, sólo hay pequeño paso. Y ese el paso que dieron periodistas como Cooke, Glass, Blair o Kelley.

El narcisismo de los autores

Desaparecen las fuentes, y aparecen los autores. La fama y el estrellato periodístico, adornado con dotes literarias y la retórica de la verosimilitud, pueden suplir las dudas que en otro caso hubieran despertado textos demasiado íntimos, tan confidenciales en muchos aspectos, que su más mínimo cuestionamiento podría dar la impresión de herir la sensibilidad –no digamos ya, la profesionalidad– de sus autores. Y es que el estrellato periodístico, en demasiados casos, parece depender precisamente de eso: de contar con fuentes únicas, tan personales, que le permitan a uno sobresalir respecto a los demás, dentro y fuera de la redacción, con historias nuevas, a veces increíbles, no compartidas por nadie. La estrella como lobo solitario, como isla dentro de las islas que componen las redacciones –“silos” o “feudos”, como describen los autores del informe sobre Kelley a las secciones de la redacción del **USA Today**–. Y además, una estrella que llega a serlo porque relata lo que vive, porque muestra en los textos sus experiencias y sensaciones, sus contactos con los protagonistas de la actualidad, convirtiéndose muchas veces en un actor más de la historia.

Así, según la investigación de **USA Today**, al menos en trece informaciones las noticias contenían el relato detallado de cómo Kelley veía que alguien moría en conflictos en la antigua Yugoslavia, o en Oriente Medio. Algo parecido sucedía con los vivos relatos de Glass sobre sus encuentros con piratas informáticos y otras fuentes inexistentes, o las de-

talladas explicaciones de Blair sobre los problemas sociales y de convivencia en una ciudad cercana a Nueva York, en la que nunca estuvo.

Quizá sea el momento de repensar seriamente el protagonismo creciente de algunos profesionales de la información, de ciertas “estrellas periodísticas”, que han olvidado que gran parte del mejor periodismo ha sido a lo largo de la historia anónimo, pero un anonimato de autores, no de fuentes.

Probablemente sea también hora de reconocer que el buen periodismo es en muchos casos una obra colectiva, que necesita de la participación de muchos profesionales, de una mayor colaboración en las redacciones, y de una recuperación de la importancia de lo que se dice frente a la importancia de quien lo firma. No es ese el enfoque apropiado para el periodismo de opinión, pero lo es sin duda para el de información. Así lo ha corroborado históricamente el periodismo de agencia, en el que la firma institucional –no la autoría de

estrellas– garantiza el proceso de elaboración de la información. Y así lo corroboran algunos casos extremos de publicaciones, ciertamente pocas, donde se vive con intensidad el anonimato de los periodistas.

El ejemplo más significativo de todos ellos quizá sea **The Economist**, donde funcionan principios como el del completo anonimato, o el de la consideración de los textos

como obras colectivas –con rigurosos procedimientos de control y edición de la información–, vividos de forma realmente ejemplar. Conscientemente, en el semanario se combate el star system que funciona en tantos otros medios, con el convencimiento de que el resultado es una mejora en la calidad, tanto de la información como de la opinión. Por supuesto, un sistema tan estricto, tan extremo, sólo es posible con excelentes profesionales y con mecanismos colectivos de producción y de control periodístico, respaldados por grandes marcas periodísticas. Y ni siquiera así se asegura completamente el resultado final. Si la búsqueda de la fama puede llevar a bordear o sobrepasar los límites deontológicos de la profesión, el completo anonimato del informador puede tener efectos similares. Oculto tras la firma de la publicación, un mal profesional puede realizar

Es momento de repensar seriamente el protagonismo creciente de algunos profesionales de la información

verdaderas barbaridades, como bien sabe el propio semanario británico, que ya contó con su fabulador particular hace casi dos décadas.

Entre Neuhart y The Economist

En periodismo, como en otras actividades, la clave de muchas decisiones está en dar con el tono de gris correcto, ante la imposibilidad de trabajar sólo en blanco y negro. Entre la absoluta visibilidad de las fuentes (Neuhart) y el férreo anonimato de los periodistas (**The Economist**), cada publicación periodística y cada profesional deben encontrar la gama de color que les permita practicar un periodismo cada vez mejor, al servicio de la ciudadanía y no de intereses particulares, personales o empresariales.

En estos momentos, al menos por lo vivido en algunos buques insignia del periodismo estadounidense, ese tono de gris requiere mucha más transparencia en el uso de las fuentes y mucha menos promoción del ego de determinados profesionales. Sería bueno plantearse cómo avanzar en el día a día hacia la aspiración de Neuhart y hacia las prácticas de **The Economist**, precisamente en la dirección contraria hacia donde parecen avanzar algunas prácticas profesionales, dentro y fuera de Estados Unidos. Quedarían todavía muchas cosas por hacer en el ámbito de la dirección redaccional y de la revitalización profesional de los periodistas, pero se avanzaría inmensamente en aspectos esenciales para fortalecer la confianza de muchos actores sociales y del público en la actividad informativa.

