

Rectificar es de cobardes

JOSU MEZO

El *New York Times* pasa por ser uno de los mejores periódicos del mundo, si no directamente el mejor. Su enorme calidad depende no solo de sus amplísimos recursos (unos 3.000 empleados y 1.550 millones de dólares de ingresos en 2011), sino también de su apuesta por un periodismo riguroso, sujeto a los más altos estándares de la profesión. No creo que sea arriesgado decir que la mayor parte de los periodistas generalistas del mundo occidental admiran esa manera de trabajar, y si no la llevan a cabo en sus medios no es porque no les parezca deseable, sino porque simplemente no pueden: sus medios no tienen los recursos suficientes, su público no lo apoyaría, sus jefes están demasiado implicados en batallitas políticas... Podríamos decir que periodistas de todo el mundo comparten los ideales del buen periodismo con el *New York Times* (y algunos otros medios internacionales, por supuesto), aunque su práctica no sea la misma por razones fuera de su control.

Por ello, resulta especialmente interesante la situación que se produce cuando el *New York Times* hace algo que parece chocante o risible y que

muchos periodistas españoles encuentran seguramente ridículo. Veamos de qué se trata. El pasado 18 de octubre, el periódico publicó una noticia firmada en Bengasi (Libia) con declaraciones de uno de los principales sospechosos del ataque al consulado estadounidense de aquella ciudad, quien, lejos de esconderse, había charlado tranquilamente durante dos horas con el cronista en la terraza de un concurrido hotel de la ciudad, mientras se tomaba un zumo de mango. Al día siguiente, el periódico publicó una fe de errores para señalar que el supuesto terrorista no tomó zumo de mango, que es lo que había pedido, sino un granizado de fresa.

La rectificación es lo suficientemente chocante como para que llamara la atención de otros medios norteamericanos, que la comentaron en tono jocoso. Si el lector no conocía la anécdota, seguramente también la habrá encontrado divertida. Sospecho que la mayor parte de los periodistas españoles no pueden imaginarse jamás publicando una fe de errores semejante en su medio de comunicación, pero no solo porque, como hemos dicho más

arriba, la realidad se imponga e impida llegar a los altos estándares de los mejores medios internacionales. Creo que en este tema no solo difieren las prácticas, sino también los ideales.

Empecemos por la práctica. Realmente, el contraste entre el *New York Times* y los medios españoles es, en el tema de las fes de errores, espectacular. El periódico tiene una sección específica diaria dedicada a la rectificaciones (*corrections*), accesible también desde su versión digital¹. En una pequeña muestra no científica de una semana (del 21 al 27 de octubre de 2012), se rectificaron 83 errores, lo que hace una media de 11,9 al día, aunque la cifra osciló esa semana entre los 6 y los 21. Entre ellos, abundan los detalles “menores” (35 se refieren a nombres mal escritos o equivocados, a las edades de personas, las fechas o los lugares exactos en que sucedieron los hechos descritos o los nombres de los autores de fotografías o textos), pero también son abundantes las rectificaciones más sustantivas de carácter numérico (17) o simplemente factual (31). Todas las rectificaciones se introducen en el texto de las versiones digitales del periódico, con una nota que aclara que el texto ha sido modificado y explica en qué ha consistido el cambio.

En el mundo anglosajón, la práctica del periódico neoyorquino puede ser tal vez de las más puntillas, pero no es excepcional. *The Washington Post* tiene también una sección diaria en su edición en papel, que en 2011 publicó 875 correcciones (2,4 al día), según el defensor del lector del periódico, sin contar las correcciones, probablemente mucho más numerosas en la edición digital². Al otro lado del Atlántico, *The Guardian*, por ejemplo, tiene también una sección diaria de Rectificaciones y Clarificaciones en su página web, donde se publican entre cinco y diez notas diarias³. Puede darnos una idea de la extensión de la práctica que el periodista Craig Silverman, autor del blog⁴ y del libro *Regret the Error*, dedicados precisamente a los temas de transparencia, precisión y rendición de cuentas en los medios, dice que suele leer entre 100 y 300 rectificaciones diarias, en su mayoría de la prensa norteamericana⁵.

Sin embargo, en Europa continental, la costumbre de la rectificación está mucho menos extendida. Es en esa tradición en la que se inserta, al parecer, la prensa española. Como ejercicio de comparación, he revisado los cinco periódicos de información general más vendidos en España (*El*

1.- <http://www.nytimes.com/pages/corrections/index.html> 2.- *The Year in Corrections*, *Washington Post*, 31 de diciembre de 2011, http://www.washingtonpost.com/opinions/the-year-in-corrections/2011/12/30/gIQAe5NORP_story.html 3.- <http://www.guardian.co.uk/theguardian/series/correctionsandclarifications> 4.- <http://www.poynter.org/category/latest-news/regret-the-error/> 5.- Silverman, Craig. 27 de diciembre de 2012. *The 7 types of corrections you'll find on Regret the Error*. <http://www.poynter.org/latest-news/regret-the-error/157059/the-7-types-of-corrections-youll-find-on-regret-the-error/>

País, El Mundo, ABC, La Vanguardia y El Periódico), utilizando los buscadores de la web o copias digitales de sus ediciones. En el periodo del 21 al 27 de octubre, publicaron las siguientes fes de errores: tres, *El País*; ninguna, *El Mundo y ABC*; tres, *La Vanguardia*, y dos, *El Periódico*. Es decir, ocho entre los cinco periódicos, lo que hace una media diaria de 0,23 por periódico o de 83 al año. Para entendernos: unas 52 veces menos que el *New York Times*.

Publicar regularmente una sección de fe de errores no es algo especialmente costoso, así que las diferencias entre lo que hacen los periódicos españoles más leídos, y generalmente más reputados, y lo que hacen el *New York Times* y otros periódicos anglosajones no puede atribuirse simplemente a una diferencia en los recursos disponibles. Creo que estamos más bien ante una diferencia cultural importante. Como he dicho más arriba: no solo es distinta la práctica, sino también el ideal al que se aspira.

Esta diferencia se puede apreciar en algunas diferencias de matiz en los códigos de conducta escritos. El del *New York Times* dice que el periódico “reconoce una responsabilidad ética de corregir todos los errores de hecho, grandes y pequeños. El periódico lamenta todos los errores, pero aplaude la integridad del autor que voluntariamente señala una rectificación

de su propio texto publicado. Sea cual sea su origen, sin embargo, toda queja debe ser transmitida al editor supervisor responsable e investigada rápidamente. Si se aprueba la rectificación, la justicia requiere que se publique inmediatamente”⁶. Ya en España, el Código Deontológico aprobado por la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) es más escueto, pero mantiene un espíritu semejante al decir en el punto 13: “Advertida la difusión de material falso, engañoso o deformado, [el periodista] estará obligado a corregir el error sufrido con toda rapidez y con el mismo despliegue tipográfico y/o audiovisual empleado para su difusión. Asimismo, difundirá a través de su medio una disculpa cuando así proceda”. El *Libro de Estilo* de *El País* dice de manera similar que “el periódico ha de ser el primero en subsanar los errores cometidos en sus páginas, y hacerlo lo más rápidamente posible y sin tapujos. Esta tarea recae de manera muy especial en los responsables de cada área informativa”⁷. El Código Deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña, sin embargo, introduce algunos matices interesantes. Incluye entre sus criterios “rectificar con diligencia y con el tratamiento adecuado a la circunstancia las informaciones –y las opiniones que se deriven de ellas– que se hayan demostrado falsas y que, por tal motivo, resulten perjudiciales para los derechos o intereses legítimos de las personas y/o organismos afectados, sin

6.- Mi traducción. El original está disponible en: http://www.nytco.com/company/business_units/integrity.html

eludir, si fuera preciso, la disculpa, con independencia de lo que las leyes dispongan al respecto”⁸. También el Estatuto de la Redacción de *La Vanguardia*, de 2001, se inclinaba por una visión algo restrictiva: “Se favorecerá la publicación sin demora de las correcciones y rectificaciones que afecten claramente al sentido final de la información publicada”⁹.

Vemos así cómo el deber de rectificar, que para el *New York Times* es absoluto y para errores de cualquier importancia, se recoge también en algunos códigos españoles con un carácter amplio (aunque sin el énfasis en que se aplique también a errores menores), pero en otros se ponen limitaciones respecto a la relevancia (solo para los datos que afecten al sentido final de la información publicada) o respecto al efecto sobre derechos o intereses de personas u organizaciones. De manera que no todo error ha de ser corregido, solo los importantes o los que tienen damnificados. En la práctica, como hemos visto, se publican tan pocas rectificaciones que no es arriesgado decir que ni siquiera se cumplen estos códigos más permisivos.

Mi propia experiencia en los años que llevo publicando el blog Malaprensa me hace pensar que, en efecto, el periodista tipo español no tiene interiorizadas las supuestas normas

de la profesión respecto a la corrección de errores. Son múltiples las anécdotas que podría aportar, desde las dificultades que tuve para que corrigieran mi nombre, mal escrito, en una entrevista que me habían hecho hasta los múltiples casos en que los lectores me han comentado que ni sus comentarios a las noticias de las ediciones digitales ni incluso haber rellenado los formularios que algunos medios ponían para enviar rectificaciones había servido de nada.

En algunas ocasiones en las que he tenido ocasión de hablar o escribirme con los autores de noticias erróneas que se resistían a rectificarlas, he encontrado dos líneas de defensa que me parecen especialmente llamativas. Por un lado, el razonamiento de que habían obrado bien porque ellos habían reproducido correctamente lo que la fuente había dicho. Lo cual, implícitamente, claro, convierte el trabajo del periodista en el de un mero copista cuidadoso de lo que las fuentes le digan. Más curioso aun era el razonamiento de un periodista que no quería rectificar porque los afectados, en lugar de pedírselo con buenas maneras (y discretamente), habían hecho público un escrito señalando los graves errores contenidos en su reportaje. Estaba claro que, desde su perspecti-

7.- http://estudiantes.elpais.com/LibroEstilo/apartado01_010.htm 8.- http://www.periodistes.org/documents_codi_deontologic 9.- <http://sindicat.org/spc/docum/uploads/ER%20La%20Vanguardia.pdf>

va, la rectificación era un derecho de los afectados (como también sugiere el código deontológico de Cataluña), y estos, de alguna manera, lo habían perdido al no pedirla educadamente.

Ambos argumentos son, desde mi punto de vista, claramente erróneos, porque olvidan los términos del contrato entre el periodista y el público. Como dice el Código Deontológico de la FAPE, en frase que me gusta citar, “el primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad”. Por lo tanto, cuando el periodista se equivoca y da un dato erróneo, mayor o menor, el perjudicado no es solo la persona o la institución a la que se refiere el dato. Los perjudicados son todos los lectores o espectadores, que han recibido “mercancía defectuosa”. Es a ellos a quien se debe fundamentalmente la rectificación de cualquier dato erróneo, independientemente de que afecte en concreto a los derechos o intereses de alguien, o que haya alguna queja o no de un lector (no deja de ser revelador, en esta línea, que los periódicos españoles analizados pongan su sección de fe de errores en la misma página y, a veces, literalmente en la misma sección de las cartas al director, como si solo a petición de terceros debieran hacerse las rectificaciones). No hay error sin víctimas, aunque el error sea mínimo, como decir que una persona tiene 52 años cuando tiene 55. Las víctimas son los lectores o espectadores.

Del mismo modo que un vendedor de un aparato averiado lo recoge y devuelve el dinero al comprador, sin enredarse en explicaciones sobre si el aparato está defectuoso por mala manipulación en la tienda, en el transporte, en la planta de ensamblaje o en la que fabricó los componentes, el periodista que transmite información falsa tampoco puede excusarse en que la fuente le engañó, los demás medios también lo dijeron o que los expertos a los que se preguntó no sacaron al periodista de su error. Esa debería ser siempre una discusión posterior, interna o pública, que en ningún caso elimina el deber de rectificar. Pero es evidente que no es esta la idea predominante en nuestros medios, que es obvio que cometen tantos o más errores que el *New York Times* y que la mayoría de ellos los detectan tras su publicación, pero que los disimulan y ocultan contraviniendo los códigos deontológicos de la profesión. ¿Por qué? Tal vez piensan que los lectores y espectadores tomarían las rectificaciones frecuentes como una señal de mala calidad y no como prueba de amor por el trabajo bien hecho y compromiso con el buen periodismo. Tal vez algunos estarían dispuestos a cambiar de política si todos los demás medios lo hicieran también, pero como nadie da el primer paso se encuentran todos atrapados en una dinámica de silencio sobre sus conocidos errores. Lo cierto es que, por el momento,

parece que solo se rectifica a rastras, por petición de afectados y de mala gana. Como si fuera una flaqueza, y no hacerlo fuera una muestra de fortaleza. En lugar de pensar que rectificar es de sabios, el lema implícito en el comportamiento de los medios españoles es que rectificar es de calzonazos. Pero rectificar es, simplemente, de medios y periodistas honestos y respetuosos con

sus lectores. La comparación internacional deja ver que la rectificación frecuente es perfectamente compatible con el prestigio, transmite al lector la confianza en que los textos no corregidos son correctos y sirve también –no lo olvidemos– como estímulo a los propios periodistas para que sean cuidadosos. Lamentablemente, son convicciones que aquí no han calado. ■