



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 2º – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](http://www.unilaguna.es) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

Clinton-Lewinsky: el escándalo que comenzó en la Red

Dra. Claudia Quadros ©

Curitiba (Brasil)

claudiaquadros@hotmail.com

Internet fue el medio usado para publicar las primeras informaciones y rumores sobre la historia de que Mónica Lewinski, becaria de la Casa Blanca, había mantenido relaciones sexuales con el presidente de Estados Unidos, Bill Clinton. Matt Drudge, un periodista responsable de la edición de un panfleto digital sin credibilidad llamado 'The Drudge Report' (<http://www.drudgereport.com>) fue el primero en difundir el escándalo. El hecho tuvo lugar el 18 de enero de 1998.

Michael Isikof, reportero de la revista 'Newsweek', obtuvo el caso de la becaria acosada. Sin embargo, sus editores no quisieron publicar algo, que podía empujar a Clinton fuera del poder, sin estar de todos seguros. Las pistas de Isikoff indicaban que Clinton había mantenido relaciones de sexo oral con una joven empleada de la Casa Blanca de 23 años. Además, ella habría sido obligada a mentir ante el juzgado donde Paula Jones acusaba Clinton de acoso sexual. Para el semanario, que pertenece al mismo grupo del diario 'The Washington Post', era necesario más datos para que permitieran corroborar y contrastar la noticia.

La discusión de la publicación o no del caso Lewinski llegó a oídos del periodista de 'The Drudge Report', que no lo pensó dos veces: colocó en la Red el escándalo del presidente Bill Clinton. Matt Drudge, que vive en California, recibió un correo electrónico (que nadie sabe de donde vino) sobre este caso. Sin comprobar los hechos, trasladó el mensaje a las páginas web de su sitio. Una vez divulgada la noticia, el ex portavoz del presidente, George Stephanopoulos, desacredita el 'The Drudge Report' en la TV. Y despierta el interés de otros medios de comunicación, que decidieron hacer la cobertura del caso.

Los sitios periodísticos de Internet se hicieron más ágiles. Tres días después de que el panfleto digital 'The Drudge Report' publicara el caso Lewinski, la versión electrónica de 'The Washington Post' colocó su primera información sobre el asunto, horas antes de distribuir sus ejemplares impresos. El titular de la portada era: "Clinton, acusado de pedir a una ayudante que mintiera".

Transcurridas 24 horas, los editores de 'Newsweek' difundieron en Internet por medio de America Online el contenido de las cintas de conversaciones telefónicas entre Mónica Lewinski y Linda Tripp, empleada del Pentágono, sobre sus encuentros con el presidente de Estados Unidos. Esto ocurrió cinco días antes de la aparición de la revista en los quioscos.

A partir de aquí, las direcciones en la Red que abordaban el caso Lewinski crecían a cada minuto. Según el profesor Jim Carey, analista mediático de la revista 'Columbia Journalism Review', Internet ha dado más agilidad al periodismo:

"Nunca he visto una serie de acontecimientos desarrollarse tan rápido en la prensa en contraste con su lentísimo desarrollo en la realidad."(1)

La carrera de los medios de comunicación para desvelar más datos sobre el escándalo y disputar la audiencia ha generado muchas equivocaciones. Por ejemplo, el diario 'Dallas Morning' tuvo que retractarse un día después de publicar la información de que un agente del servicio secreto había presenciado los encuentros. Diez días después de la divulgación del caso Lewinski, la opinión pública criticaba la actuación de la prensa y apoyaba a Clinton.

La historia, que comenzó en Internet, continuaría en el nuevo medio. El fiscal independiente del caso Whitewater, Kenneth Starr,

que recibió permiso formal para incluir el caso Lewinski en su investigación, entregó un informe al Congreso de Estados Unidos el 9 de septiembre de 1998. Kenneth Starr pedía la destitución del presidente Bill Clinton, describía con detalles su relación con Mónica Lewinski y le acusaba de perjurio, obstrucción a la justicia, coacción de testigos y abuso de poder.

El 11 de septiembre de 1998, los parlamentares norteamericanos, después de una votación, publicaron las 455 páginas del informe en cuatro sitios web del Congreso estadounidense y distribuyeron copias a varias compañías y medios de comunicación, para intentar evitar el colapso de la Red.

"Independientemente de si a uno le interesa lo que hacían Clinton y Lewinski en el despacho oval, el papel de Internet en la conclusión del caso ha sido importante. Ha marcado la misma diferencia para la Red que la que en su día marcó la radio en la segunda guerra mundial, o la televisión por cable en la guerra del Golfo. Habrá un antes y después de la publicación del informe Starr en Internet (...)" (2)

La verdad es que la difusión del informe provocó un enorme tráfico en Internet. Mientras los medios tradicionales publicaron fragmento del texto, en la Red se podía consultar el informe íntegro. El sitio de la Cámara de Representantes no estaba preparado para atender millones de peticiones de diversos puntos del mundo. Según los datos divulgados en los medios de comunicación, apenas uno de cada diez internautas logró acceder al informe. Los demás tuvieron que esperar algunas horas o leer en otros sitios.

La cadena de noticias CNN era una de las posibilidades para los internautas ávidos por conocer los detalles de la relación entre Clinton y Lewinski. Para evitar que su web se colapsara, los editores eliminaron todo el contenido gráfico de la página y el restante de las noticias. De esta forma, la página tardó menos en cargarse y un mayor número de usuarios pudieran acceder a la vez a los contenidos. El sitio de la CNN viene utilizando esta estrategia para divulgar grandes noticias, como los bombardeos contra supuestas bases terroristas en Afganistán y Sudán.

El Congreso norteamericano también pidió ayuda al buscador Yahoo, que colocó en sus páginas web una copia del informe. El buscador Altavista decidió traducir el documento de Starr en seis idiomas, utilizando programas informáticos. El resultado fue una cantidad excesiva de frases ininteligibles, como destacó la sección 'Su Ordenador', del diario 'El Mundo':

"Lewinski era 21 años de vieja y trabajaba de becaria blanca en la Casa." (3)

La traducción correcta sería "Lewinski tenía 21 años y trabajaba de becaria en la Casa Blanca". Al no cuidar el lenguaje, los responsables de Altavista comprometieron la credibilidad del sitio. Probablemente, cuando ocurra un hecho importante, el internauta buscará otra dirección electrónica para informarse.

En todos los medios de comunicación que difundieron el documento se notó de forma considerable el incremento de visitas.

La divulgación del informe de Kenneth Starr también ha generado muchas críticas. Francisco Gor, 'Defensor del Lector' del diario español 'El País' en aquel entonces, cree que la Red trastocó el concepto de información tradicional, al crear otro que todavía tiene su alcance desconocido:

"(...) Internet, con su absoluta libertad, sin control alguno y al margen de cualquier consideración ético-profesional (en sus dominios, por ejemplo, el rumor es noticia), ha puesto en práctica ese nuevo concepto de información. El dilema al que se enfrentan los medios de comunicación tradicionales es afrontar el desafío o quedar marginados o en un inaceptable segundo plano." (4)

La cuestión no está en discutir la posición de otros medios de comunicación con el surgimiento de Internet, sino analizar las nuevas acciones de cada uno. ¿Será que los responsables de los medios en la Red no tuvieron criterios éticos en el momento de publicar un relato pormenorizado de los encuentros de Clinton con Mónica Lewinski? ¿Los diarios impresos que publicaron (aunque con retraso) el informe Starr, recibieron presiones para seguir el nuevo concepto de información?

Todos los medios, sin excepción, tenían un primer objetivo en común: conquistar la audiencia. En la Red, donde la mayoría de los sitios periodísticos es de libre acceso, existe la ventaja de que los usuarios pueden elegir el contenido. En el caso Lewinski, los internautas pudieron optar entre leer o no el informe Starr. En los medios impresos, la situación es diferente. Al comprar un periódico o una revista, los lectores adquieren un conjunto de informaciones. Por lo tanto, esperan encontrar noticias de su interés. Por ejemplo, muchos lectores del diario 'El País' enviaron mensajes al defensor del lector para cuestionar si el informe era realmente información.

Independiente de estas características de cada medio, las noticias siempre deben evaluarse bajo el punto de vista ético. Sea en Internet o en cualquier otro vehículo de comunicación, el periodista tiene la obligación de razonar sobre los posibles impactos que el contenido de una información puede provocar en la sociedad.

En el caso Lewinski, muchos medios de comunicación plantearon la conveniencia de publicar el informe una vez que afectaba a la intimidad de personas mayores de edad y que actuaron libremente. Sin embargo, tres motivos se tuvieron en cuenta en el momento de divulgar dicho informe: era un documento histórico, podría llevar el presidente de Estados Unidos a destitución y

abrió un debate sobre el derecho de las personas a recibir información exhaustiva sobre un acontecimiento al mismo tiempo que sus representantes políticos o que los agentes de justicia.

El libre flujo de información también se debatió con el caso Lewinski. Por ejemplo, en Estados Unidos no se prohíbe la publicación de un informe relacionado con un proceso judicial todavía en curso. Sin embargo, otras legislaciones, como en la española se considera ilícito:

"(...) por tanto susceptible de sanción, la difusión de un documento que, como el relativo al informe del caso Lewinski, atentan contra el derecho a la intimidad de documentos utilizados en procesos judiciales, protegiéndolos hasta que estos terminen." (5)

La verdad es que en Internet no hay fronteras. Cada vez más gente podrá ver lo que quiera cuando quiera desde cualquier punto del mundo. El informe Starr sobre el caso Lewinski ha marcado a Internet como medio de información, pero también demostró que el periodista se enfrenta y se enfrentará a nuevos desafíos resultantes del avance tecnológico. Pero, como señala Carlos Ramírez Arguedas, el periodista mantiene la obligación de informar a los ciudadanos:

"La libertad de prensa y el derecho del público a la información necesitan, para su defensa y consolidación, ser verdaderamente asumidos por los profesionales de la información. A ellos les corresponde definir, no sólo su función social, sino también sus obligaciones, deberes y responsabilidades." (6)

Referencias bibliográficas

1. CAVESTANY, Juan. 1 de febrero de 1998. Un escándalo en tiempo récord, El País, p. 8.
2. IBÁÑEZ, Álvaro. Octubre de 1998. Editorial, revista i World, número 9, IDG, Communications, Madrid, p. 3.
3. CERNUDA, Olalla. 20 de septiembre de 1998. Así se fabricó la noticia, Su Dinero, El Mundo, Madrid, p. 28.
4. GOR, Francisco. 27 de septiembre de 1998. ¿Es eso información?, El Defensor del Lector, El País, Madrid, p. 12.
5. ONTAÑÓN, Beatriz y Sonia Rueda. Octubre de 1998. El informe Lewinski colapsa la Red, revista iWorld, número 9, IDG Communications, Madrid, p. 8.
6. ARGUEDAS RAMÍREZ, Carlos. Agosto-Octubre de 1997. El periodista como defensor del derecho a la información, Sinergia - Revista de la Comunicación, número 7, Costa Rica, Colegio de Periodistas, p. 62.

Trabajo presentado en la II Bienal de la
Comunicación, celebrada en la Universidad
de Cartagena (Colombia), en mayo de 1999

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Quadros, Claudia (1999): Clinton-Lewinsky: el escándalo que comenzó en la Red. Revista Latina de Comunicación Social, 20. Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999eag/54cla.htm>