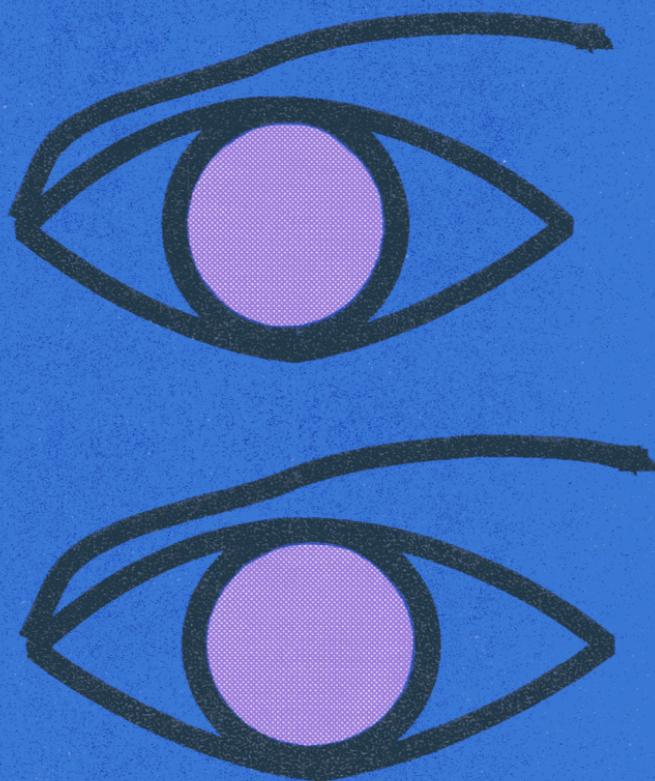


De la crítica a la ética.
Medios y sociedad
El nuevo contrato público

Raúl Trejo Delarbre



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

De la crítica a la ética. Medios y sociedad El nuevo contrato público

Raúl Trejo Delarbre

COLECCIÓN: Textos de Comunicación y Sociedad

SERIE: Cuadernos

D.R. © Universidad de Guadalajara

Coordinación General de Extensión

Coordinación Editorial

Cuidado de la edición: Luz Aurora Yebra Pérez y Teresa Tovar Peña

Diseño y composición: Teresa Tovar Peña

Diseño de portada: Mónica María Márquez Hermosillo

ISBN: 968-895-677-5

Impreso y hecho en México

Printed and made in Mexico

INDICE

INTRODUCCIÓN	7
LA MORALIDAD ENTENDIDA COMO SENTIDO COMÚN Y EL CÓDIGO DE LA ONU DE 1952	11
LA PRIVACÍA Y LAS DESVENTURAS DE LA FAMILIA REAL BRITÁNICA	15
DEL SENSACIONALISMO AL SENTIMENTALISMO	19
AUTORREGULACIÓN. EL ESTATUTO DE REDACCIÓN DE <i>EL PAÍS</i>	23
DUREZA Y DISPLISCENCIA EN LOS CÓDIGOS ESTADOUNIDENSES	29
MASIVA PRODUCCIÓN DE REALIDAD SIN REGLAS	33
CUANDO LA INFORMACIÓN UTILIZA A LA ÉTICA. CASOS Y EXCESOS	39
MÉXICO: DERECHO A LA INFORMACIÓN Y EL DERECHO A LOS COMPROMISOS	45
UNA ÉTICA PARA LA CRÍTICA. PRIMEROS INTENTOS EN MÉXICO	49
DERECHOS DE LOS LECTORES. HACIA UN CONTRATO PÚBLICO	57

INTRODUCCION

¿Qué les pasa a los medios de información? ¿Se consideran más allá de los poderes? ¿Se han ensobrecido ante su enorme influencia? O, al contrario, ¿han llegado a tal realismo que se reconocen por encima de la sociedad y de cualquier entrega de cuentas? Por donde quiera pueden hallarse muestras de su actuación irresponsable. En Inglaterra publican conversaciones íntimas de la familia real, en Estados Unidos la deificación de la violencia es cotidiana, en México la ausencia de pluralidad suficiente —también en los medios— es el principal dique para la democracia, en Francia un ex primer ministro se suicida ante el acoso de los medios. Jean Daniel, el agudo director del *Nouvelle Observateur*, se levanta contra los falsos asombros y encuentra

una peculiar mojigatería en escudarse en la defensa de la libertad de prensa cada vez que alguien de fuera pretende poner en cuestión nuestro oficio. ¿Desde cuándo se supone que estamos, por supuesto que no por encima de las leyes —a nadie se le ocurre— pero sí de las costumbres, de los códigos, de la decencia, de la ética colectiva o íntima?

para luego considerar que la muerte de Pierre Berégóvoy se debe, en parte, al funcionamiento de los medios de comunicación.¹

1. Jean Daniel, *El País*, 17 de mayo de 1993.

El auge de los medios de información en la vida de todos nosotros, como instituciones fundadoras de nuevos mecanismos de legitimación, regulación o convivencia sociales, parece evidente. Resulta curioso cómo los medios de comunicación de masas, que son tan agresivos para examinar el desempeño del resto de los actores sociales y políticos, no lo son con ellos mismos, menos aún existen pautas para evaluar sus efectos más allá de asuntos circunstanciales.

*Implacables con los demás,
condescendientes dentro de casa*

Profundamente críticos, pues a su actitud inquisitiva y reflexiva deben su prestigio y en ella tienen una de sus principales utilidades para la sociedad, los medios de comunicación de masas no siempre son consigo mismos autocríticos. En todos lados se echa de menos una conducta cuestionadora con respecto a su propio funcionamiento —tal como la tienen hacia el resto de las instituciones o figuras públicas—, por parte de la televisión y la radio, así como también por amplios segmentos de la prensa. Conforme es mayor su capacidad para propagar informaciones, logran más influencia social. Pero no necesariamente han tenido contrapesos capaces de frenar la presencia, a veces desmedida, que llegan a alcanzar en nuestras sociedades. En todo el mundo; al menos en el que conocemos como mundo occidental, la discusión sobre el marco legal de los medios de comunicación se ha encontrado a la orden del día desde fines de la década de los años ochenta y ya entrado el último decenio de siglo.

En algunas naciones el debate principal se ubica en torno al régimen legal que habrán de tener los medios electrónicos, que antes fueron de propiedad estatal, y ahora se han abierto al desafío de la privatización. Así sucede especialmente en países europeos como, Italia, Francia, Gran Bretaña y España. En otros casos, los medios, sobre todo electrónicos, han permanecido en manos privadas, salvo excepciones en las que se ha desarrollado una presencia estatal minoritaria, pero se ha encontrado en vías

de ser cancelada; ese es el caso de México.² Pero en todas las discusiones sobre el régimen legal de los medios, aparte de la regulación de sus formas de propiedad, tiende a estar presente un elemento que no siempre puede resolverse con legislaciones nuevas o más exigentes. Se trata de la responsabilidad social, política, cultural, e incluso moral, de los medios de información y de los informadores que trabajan para ellos. En las siguientes páginas se ofrece un recuento, de ninguna manera exhaustivo, en torno a experiencias de distintos países en la búsqueda de marcos normativos del comportamiento profesional de los informadores. Se destaca el establecimiento de códigos de ética como una de las modalidades que mejor propician la responsabilidad mutua entre propietarios, trabajadores y públicos de los medios, así como entre éstos y las autoridades e instituciones estatales. Por último, se mencionan brevemente algunas experiencias mexicanas en el intento de arribar a formas de regulación y sobre todo precisión de las obligaciones profesionales de los informadores.

2. La televisión del Estado, organizada en torno a las cadenas nacionales de los canales 7 y 13, fue vendida en julio de 1993. De esa manera, todas las redes de alcance nacional quedaron en manos privadas. El Estado mexicano conservó únicamente el Canal 11 de televisión en el área del Distrito Federal y algunas frecuencias todavía marginales como el nuevo Canal 22, de índole cultural. En algunos estados del país existen sistemas de televisión (o radio) locales, propiedad de gobiernos de las entidades federativas.

LA MORALIDAD ENTENDIDA COMO SENTIDO COMÚN Y EL CÓDIGO DE LA ONU DE 1952

Igualdad, resistencia a la opresión; a partir de ellas, la libertad de opinión y publicación han sido pilares de las prácticas periodísticas y de la relación entre los medios de información, sociedad y Estado, desde tiempos decimonónicos, e incluso antes. Sin tener precisiones en un ordenamiento específico, tales aspiraciones han formado parte de un cuerpo de ideas orientador y, si bien no siempre cumplido, entendido de manera tácita como marco general. Al respecto, Federico Campbell escribe que:

A través del tiempo, a lo largo de los dos últimos siglos en que se ha venido practicando el periodismo —primero de forma rudimentaria, luego de manera industrial desde mediados del siglo XIX—, se ha venido estableciendo en la práctica un código no escrito, reflejo de incipientes pero elementales ideas democráticas que tuvieron su origen tanto en *The Bill of Rights* (1689) como en la Revolución francesa y la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano (1789)...³

El célebre Reporte McBride, sobre la comunicación internacional y sus desigualdades, ha constituido el intento más acabado para lograr una visión panorámica de los medios desde un punto de vista que, haciéndose cargo de sus implicaciones económicas y empresariales, busque enfatizar también sus con-

3. Federico Campbell, "Deontología periodística", *La Jornada Semanal*, 7 de junio de 1992.

secuencias culturales en el contexto de la disparidad dentro y entre las naciones; señalaba que:

Las normas éticas empezaron a codificarse en los años veinte; ahora, cerca de sesenta países de todo el mundo han adoptado códigos de alcance variable que con frecuencia han sido aceptados por los propios profesionales. Las normas de conducta definidas son en general universales —libertad de acceso a las fuentes de información, objetividad, la obligación de abstenerse de calumniar, entre otras—, pero a menudo se expresan en términos vagos, a veces ambiguos. Por otra parte, pocos códigos contienen principios que gobiernen los deberes y las responsabilidades de los periodistas hacia la comunidad internacional, o los demás países.⁴

El 14 de marzo de 1952, después de tres años de trabajo, la Subcomisión sobre la Libertad de Información y de la Prensa, de la Comisión de Derechos Humanos de la ONU, aprobó —por siete votos a favor y con las abstenciones de Estados Unidos, el Reino Unido y la URSS— un proyecto de Código Internacional de Ética Periodística, en donde se reconoce a la libertad de información como derecho fundamental y piedra de toque de todas las libertades consagradas en la Carta de las Naciones Unidas y en la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Esa libertad, se dice, estará mejor garantizada si los trabajadores de los medios “se esfuerzan por tener el más alto sentido de responsabilidad, y se hallan profundamente comprometidos en las obligaciones morales, de ser verídico y de buscar la verdad en el relato, en la explicación y en la interpretación de los hechos”.⁵ Esa identificación entre libertad de información y responsabilidad de los informadores, se llevará a cabo cuando se busquen garantías para la primera, o cuando

4. Sean Mac Bride y otros, *Un sólo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. Traducción de Eduardo L. Suárez de la edición abreviada en inglés de 1984, Fondo de Cultura Económica, 1988, p. 199.
5. El Código de la Comisión de Derechos Humanos de la ONU, citado por José Martínez de Souza, *Diccionario general del periodismo*, Paraninfo, Madrid, 1981, p. 73.

se discutan obligaciones de los segundos. De allí resulta una tensión permanente, que ninguna disposición coercitiva independientemente de su pertinencia o no, puede resolver. Los medios de difusión de masas tienen tal alcance con repercusiones sociales, que no basta con penalizar los abusos en su funcionamiento o el diseño y transmisión de los mensajes que ofrecen. Es preciso reconocer el papel social de los medios, y de quienes trabajan en ellos, para advertir también que por esa importancia es necesario que los informadores cuenten con pautas que, más allá de la necesidad de evitar castigos penales, permitan que su desempeño esté orientado por reglas asumidas como compromiso profesional.

El Código de 1952 de la Comisión de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, tiene cinco artículos; el primero establece que el personal de prensa y de información debe hacer “todo lo que esté a su alcance por asegurarse de que la información que reciba el público sea exacta en cuanto a los hechos” y debe comprobar sus fuentes. El segundo artículo considera como no compatibles con una conducta profesional la “búsqueda de ventajas personales y la promoción de intereses privados contrarios al bienestar general”, condena como delitos profesionales la calumnia, la difamación, el libelo deliberado, las acusaciones infundadas y el plagio. “Toda información publicada que resulta ser perjudicialmente inexacta debe ser rectificada en forma espontánea e inmediata”, los rumores y noticias no confirmados deben ser indicados y tratados como tales.

El tercer artículo sugiere que sólo sean asignadas por el personal de prensa e información, tareas compatibles con la integridad y dignidad de la profesión y quienes publiquen una información, asuman completa responsabilidad por ella, a menos que en su momento la hayan rechazado explícitamente. También dice que:

Debe respetarse la reputación de los individuos y no deben publicarse informaciones ni comentarios sobre su vida privada que puedan ser perjudiciales a dicha reputación, a menos que sean de utilidad pública, distinguiendo esta última de la curiosidad pública.

Otro apartado reconoce la discreción sobre las fuentes de información.

El artículo cuarto del Código de la ONU, muy a tono con el momento de postguerra que se vivía al comenzar la segunda mitad del siglo, señala que: “Quienes relatan y comentan acontecimientos relativos a un país enemigo, tienen el deber de adquirir los conocimientos necesarios de dicho país, que les permitan relatarlos y comentarlos exacta y correctamente”. El último artículo especifica que el Código no se sustenta en ningún gobierno, sino en la responsabilidad ética de los informadores, de tal manera que la intervención gubernamental con el pretexto de hacer observar las obligaciones morales allí establecidas, sería considerada como injustificada.

LA PRIVACÍA Y LAS DESVENTURAS DE LA FAMILIA REAL BRITÁNICA

En Gran Bretaña, la frecuente incursión de los medios en la vida privada de los gobernantes ha intensificado las preocupaciones para que existan reglas de conducta, lo mismo para salvaguardar derechos individuales que para propiciar una información sustentada en hechos y no en chismes. En junio de 1990 se conocieron las conclusiones del Informe Calcutt para garantizar la privacidad y otras prerrogativas similares; ese documento, resultado del trabajo de una comisión reunida por el gobierno y presidida por Sir David Calcutt, propuso la configuración de tres nuevos delitos que afectan a la privacidad: intromisión física a la propiedad privada, colocación de aparatos de escucha en propiedad privada y fotografía de individuos o grabación de sus voces en propiedad privada. En los tres casos se consideraba que habría invasión de privacidad si tenía como propósito obtener información personal para publicarla sin autorización del afectado.⁶

El reporte Calcutt sugirió la creación de un Código de Prácticas del Periodismo y de una Comisión de Quejas Contra la Prensa, que sustituyeran al Consejo de Prensa; un organismo independiente creado en 1944 y sostenido por los periódicos como un espacio para recibir reclamaciones acerca de noticias

6. Carlos J. García, "El mundo de la prensa" *El Nacional*, 23 de febrero de 1991.

y comentarios aparecidos en sus páginas. Como un año y medio después, la situación de la prensa británica no había cambiado sustancialmente, al contrario; la información sobre asuntos como la vida privada de la familia real o el primer ministro, eran comida de todos los días. A comienzos de este 1993 se mantenía la sugerencia del reporte Calcutt para la creación de un Tribunal para los medios de comunicación,⁷ la publicación no oficial del contenido de ese Informe, amenazó con frustrar los intentos de establecerle límites a la prensa sensacionalista. A fines de enero de 1993, el Parlamento británico aprobó por 119 votos contra 15 —en una sesión de la que se habían retirado casi todos los 651 miembros del Parlamento— un proyecto de ley para crear un organismo independiente, con poder para obligar a la prensa a publicar rectificaciones de noticias consideradas como incorrectas.⁸

Todas estas medidas, si bien incipientes, demuestran una profunda preocupación no sólo del mundo político —cuyos principales integrantes querrían defender sus propios intereses e intimidad personales— sino de sectores más amplios, por la actuación de los medios escandalosos. La proliferación de noticias sobre la vida privada de personajes británicos, especialmente los miembros de la familia real, ha sido más intensa que cualquier intento para regular informaciones amarillistas y, sobre todo, no siempre verificables. Durante 1992 las hablillas sobre la familia de la Reina Isabel II, eran disputadas por medios de información de todas las latitudes y de todas las calidades profesionales: la separación del príncipe Andrés de la duquesa de York, Lady Ferguson (mejor conocida como *Fergie*), quien fue fotografiada desnuda, las biografías escritas por gente supuestamente allegada a la princesa Diana y las versiones sobre el distanciamiento entre ella y el príncipe Carlos de Gales. Ya en 1993 el escándalo de invierno fue la

7. "Rechaza Major la creación de un Tribunal que controle los medios en Gran Bretaña", *Unomásuno*, 14 de enero de 1993.

8. "Limita el Parlamento de GB la libertad de prensa", *La Jornada*, 30 de enero de 1993.

publicación de una charla muy íntima, reproducida por *The Sunday Mirror*, que el príncipe Carlos y su amiga Camila Parker Bowles habían sostenido en diciembre de 1989.⁹ Así no se puede vivir, consideraban los personajes públicos acosados en su vida personal, en la Gran Bretaña.

Una tarde de 1993, al salir de un cine con sus hijos, la princesa Diana se enfrentó a improperios con una parvada de fotógrafos que la esperaban; quejas como la de esa conocida señora, podrían ser tomadas como exageradas, ya que su posición motiva que todo lo que haga, o deje de hacer, sea considerado como de interés para un amplio sector de lectores y televidentes no sólo en el Reino Unido. Aquí cabe una distinción entre la vida pública de los personajes y su derecho a tener vida privada. Los medios de información han brindado grandes servicios a la democracia cuando han servido como acicates para que se conozcan negocios sucios o decisiones políticas controvertidas de personajes en el poder político. Empresarios y gobernantes han estado sometidos al nuevo escrutinio, severísimo con frecuencia, de medios de comunicación cada vez más agresivos e indagadores. La crisis de Watergate en Estados Unidos, no hubiera ocurrido sin la decisión de *The Washington Post* para publicar las investigaciones de los desde entonces famosos reporteros Woodward y Bernstein. Pero hay una gran distancia entre indagar más allá de declaraciones y actos oficiales, las acciones con consecuencias a cargo de los personajes con responsabilidades públicas y sus actividades particulares. Sobre todo, llega a ocurrir que en el afán por ganar audiencias o vender ejemplares, algunos medios exageran o de plano mienten. Allí no hay ningún servicio a la sociedad, sino abuso de ella y de los personajes públicos.

Unos días antes de la queja de la princesa Diana ante los fotógrafos que no la dejaban en paz ni para acudir al cine, el primer ministro John Major había ganado una querrela judicial a la revista *The New Statesman* que, en enero de 1993, publicó un rumor sobre una presunta relación sentimental entre él y una

9. Un extracto de la conversación lo publicó en México la revista *Epoca* —“Evidencias del Camillagate”—, núm. 86, 25 de enero de 1993.

mesera llamada Claire Latimer, que trabaja en la casa del gobierno británico. A pesar de que es una publicación considerada como seria, con una línea de izquierda, ese semanario se arriesgó a publicar las versiones sobre los supuestos amóríos de Major, y pagó muy caro por eso. Una decisión judicial obligó a *The New Statesman* a entregar como indemnización 1001 libras (unos 5 000 nuevos pesos mexicanos) al primer ministro y una cantidad idéntica a la señora Latimer. Pero además, se estimaba que los costos del juicio implicarían para esa revista una erogación cercana a las 250 000 libras (casi 1 200 000 nuevos pesos). El semanario tuvo que levantar una colecta entre sus lectores —curiosamente se harían solidarios contra el abuso informativo hacia Major— para reunir esa cantidad.¹⁰

En Italia, el periodismo sensacionalista no ha contribuido necesariamente a una mayor información de los ciudadanos, aunque por otro lado ha estado muy ligado con la crisis de los partidos y de la política que ha afectado a esa nación. En enero de 1993 un proyecto de Ley del Ministerio de Justicia, proponía que los periodistas italianos tuvieran el derecho, considerado simultáneamente como deber, de publicar las noticias de interés social o público que fueran de su conocimiento, pero serían condenados a cárcel de seis meses a cinco años cuando, acogiéndose al secreto profesional, se negaran a revelar las fuentes de informaciones que hubieran considerado mantener como secretas, a pesar de que su identificación fuera requerida por un juzgado.¹¹ Las vicisitudes de la política italiana, afectada por sucesivas crisis parlamentarias, impidieron que al tema de los derechos y deberes de los informadores se le diera mayor precisión, pero esta ha seguido constituyendo una asignatura pendiente en la agenda tanto de legisladores como de periodistas en ese país.

10. "Major acepta una reparación de 'The New Statesman' y retira la querrela", *El País*, Madrid, 8 de julio de 1993.
11. "El Gobierno italiano quiere encarcelar al periodista que no revele sus fuentes", *El País*, Madrid, 28 de enero de 1993.

DEL SENSACIONALISMO AL SENTIMENTALISMO

En España, el periodismo de escándalo ha estado mezclado con las revistas denominadas como “del corazón”; sensacionalismo político y criminal, que se funde con sentimentalismo rampón. En ambos casos se trata de exacerbar las reacciones más catárticas de lectoras y lectores, aunque ese género también ha tenido incursiones en la televisión. Aparte de las múltiples trivialidades que se difunden, contribuyendo a la confusión y dispersión de mensajes que, en forma desordenada pero apabullante, reciben los ciudadanos, ese periodismo padece la desventaja de transmitir con frecuencia, mentiras. Incluso ha surgido toda una industria del escándalo prefabricado, que busca sorprender a editores poco cuidadosos de sus fuentes, para que a su vez los lectores sean impactados con acontecimientos ficticios ya sean actuales o históricos. Fue muy conocido el engaño en que cayeron los editores del semanario alemán *Der Spiegel* cuando aceptaron comprar los “diarios” de Adolfo Hitler, que a la postre fueron identificados como apócrifos.

El hecho de que importantes personajes de la vida pública empezaran a vender “en exclusiva” sus revelaciones o sus memorias, decidió a algunos vivales a inventar sus propias noticias. Así, a mediados de los años ochenta, personajes de la vida artística y política vendían los derechos para fotografiar o filmar sus bodas o sus viajes, también había “divorcios y hasta matrimonios ficticios, con falsos sacerdotes, falsos certifica-

dos, para obtener dinero”, lo mismo en España que en otras naciones europeas; según denuncia de la periodista Rosa Montero, de *El País*.¹² La competencia entre publicaciones amarillistas —prensa mundana, se le llamaba, aunque en realidad habría que ubicarla en el bajo mundo de la comunicación— tenía como consecuencia que los precios por una “exclusiva” subieran de acuerdo con el expectante morbo de los lectores.

En otros casos ha sido frecuente la divulgación de comunicados y conversaciones privadas de personajes de la política española. ¿Hasta dónde la publicación de un encuentro particular puede ser considerada como de interés público? Aquí hay un debate inacabable. Por un lado, los editores y reporteros involucrados tienden a considerar que el derecho de la sociedad a estar informada justifica toda indagación que se haga sobre personajes que tienen vida pública. Por otro, los políticos así afectados, llegan a sostener que su vida privada es amenazada y transgredida cuando se dan a conocer actividades suyas que no son públicas.

En 1981, para citar un solo caso específico, la cadena radiodifusora SER presentó la grabación de dos conversaciones del secretario de organización del PSOE, Txiki Benegas, sobre las relaciones entre el partido y el gobierno; los directivos de la empresa de radio dijeron que el interés público justificaba la divulgación de esas charlas privadas. Un abogado de Benegas acusó a la emisora para obtener las cintas, con el argumento de que se había cometido un delito.

En España, la Constitución prevé garantías de los informadores, como la cláusula de conciencia y el secreto profesional. Los reporteros cuentan, así, con un marco legal que protege tanto su desempeño como su derecho a no trabajar en un medio con cuyos contenidos no estén de acuerdo y el derecho a no revelar las fuentes de sus informaciones.¹³ Tales derechos no se encuentran desarrollados en una ley secundaria, al mismo tiempo que no están del todo regulados los derechos de los ciudadanos ante los informadores y los medios. A comienzos

12. “Dificultades en la prensa mundana española por el alto precio que tienen los ‘chismes’”, reproducido en *Excelsior*, México, 7 de diciembre de 1985.

de 1992, una iniciativa del gobierno español para modificar el Código Penal establecía que, aparte de las penas específicas del propio Código, cuando se cometieran delitos contra el honor a través de los medios de comunicación, los profesionales de la información responsables recibirían la pena de inhabilitación de su oficio, de seis meses a cuatro años. Si el periodista sancionado insistiera en ejercer su profesión, podría ser llevado a la cárcel. También se establecía en ese proyecto el encarcelamiento de seis meses a dos años a quienes resultaran responsables de calumnias reiteradas contra una misma persona.¹⁴

13. "Abogados y periodistas, a favor de equilibrar la libertad de prensa y el derecho a la intimidad", *El País*, Madrid, 10 de junio de 1991.
14. "El Código Penal plantea delitos 'modernos' para una sociedad con problemas nuevos", *El País*, 20 de febrero de 1992.

AUTORREGULACIÓN. EL ESTATUTO DE REDACCIÓN DE *EL PAÍS*

La autorregulación por encima de leyes y coerciones estatales es preferible en el trato entre sociedad, Estado y prensa en España. Para explicarnos la vigencia de esta modalidad hay que recordar el silencio forzado que durante el franquismo padecieron los periodistas españoles. Al momento de la transición política fue natural que insistieran en desplegar su propia responsabilidad a partir de reglas de comportamiento interno, antes que quedar al arbitrio de los jueces.

Sin demérito de los marcos jurídicos, con intentos de actualización como los antes citados, en España algunos órganos de prensa se han dotado de pautas de comportamiento para su propio trabajo, entre las cuales la más conocida es el Estatuto de Redacción del periódico *El País*. En los orígenes del diario,

se pretendía que fuera una Sociedad de Redactores. Como esta se presentaba inviable tanto por razones legales como por otras de tipo económico debido a la incapacidad de reunir el capital necesario como para tener un peso específico en la Junta de Accionistas, se optó finalmente por preparar un Estatuto de Redacción. Previamente al estudio del Estatuto comenzó a funcionar un comité de representantes de la Redacción en materias profesionales al margen de la otra representación laboral que correspondía al comité de empresa.¹⁵

15. José Fernández Beaumont, "Etapas y cambios en la redacción y la sociedad", en Gérard Imbert y José Vidal Beneyto, (coords.), *El País o la referencia dominante*, Ed. Mitre, Barcelona, 1986, pp. 271 y ss.

El Estatuto, aprobado por el Consejo de Administración, la Junta de Fundadores, la Redacción y finalmente el 20 de junio de 1980 por la Junta General de Accionistas de la empresa editora de *El País*, fue el primero en su género en la prensa de España e “inauguraba un nuevo régimen de fuerzas dentro del tratamiento diario de la información en el periódico por el que la Redacción tenía la posibilidad, al menos formal, de acceder a unos determinados grados de participación en la línea del periódico”.¹⁶ El Estatuto aparecía en momentos difíciles para la libertad de expresión en España, restringida también por la falta de leyes específicas que la garantizaran.

En la experiencia de este diario español, ha sido importante que el Estatuto contenga no sólo marcos de comportamiento ético para sus redactores, sino también formas de acceso a las decisiones que les involucran sobre su propio trabajo. Ha llegado a sostenerse que la ética periodística tiene mejores condiciones para desplegarse en un ejercicio más completo de responsabilidad, a medida en que los informadores pueden participar en la deliberación y en la decisión sobre el manejo de las noticias que han recabado y han escrito. Los ritmos de trabajo necesarios en prácticamente cualquier medio de información, hacen imposible que el tratamiento a una noticia pueda estar sujeto a un constante ejercicio deliberativo, por eso la conciliación entre los derechos y posibilidades de expresión de los periodistas sobre su propio trabajo, por un lado, y el autoritarismo inherente a cualquier medio de información, por otro —donde un solo funcionario editorial, o unos cuantos, deciden sobre el trabajo del resto de los periodistas— obliga a buscar un equilibrio difícil de encontrar y siempre discutible.

Otro equilibrio constante es el que debería haber entre libertad y responsabilidad. Un miembro de la Comisión que preparó para la UNESCO el Informe McBride, el yugoeslavo Bogdan Osolnik, dejó establecido que:

16. *Ibid.*

La ética periodística no puede limitarse a la proclamación de los principios y la exigencia de que los periodistas los respeten. Se requieren esfuerzos constantes para incrementar las oportunidades efectivas para el trabajo libre y responsable en los medios masivos. Una de las condiciones más importantes para esto es sin duda la democratización de las relaciones internas en los medios informativos. La medida en que quienes trabajan en los medios masivos puedan desarrollar su creatividad y afirmar sus cualidades morales y profesionales, depende de la forma como se administre la institución, de los recursos financieros de que se disponga, de la política editorial y de muchas otras condiciones concretas. La ética profesional se expresa en la firmeza moral con la que se enfrenta un periodista a diversos intereses y presiones que tratan de hacerlo cambiar o distorsionar sus conocimientos y hallazgos, o de que no publique la verdad.¹⁷

El Estatuto de la Redacción de *El País*, consta de 21 artículos organizados en seis capítulos. El primero define a los miembros de la Redacción como “todos los periodistas, al margen de la titulación que posean, que realicen tareas de redacción, adscritos a su plantilla al menos con seis meses de antigüedad”. El segundo considera como orientaciones o líneas ideológicas fundacionales del diario, las siguientes:

El País es un periódico independiente, nacional, de información general, con una clara vocación europea, defensor de la democracia pluralista según los principios liberales y sociales, y que se compromete a guardar el orden democrático y legal establecido en la Constitución. En este marco, acoge a todas las tendencias, excepto las que propugnan la violencia para el cumplimiento de sus fines.

Otro principio del diario entiende así a la independencia:

...rechazará cualquier presión de personas, partidos políticos, grupos económicos, religiosos o ideológicos que traten de poner la información al servicio de sus intereses. Esta independencia y la no manipulación de las noticias, son una garantía para los derechos de los lectores, cuya salvaguarda constituye

17. Sean Mc Bride y otros, *op. cit.*, pp 199-200.

la razón última del trabajo redaccional. La información y la opinión estarán claramente diferenciadas entre sí.

Un cambio sustancial en esa línea ideológica sería “motivo para que el miembro de la Redacción que se considera afectado en su libertad, honor o independencia profesional pueda, sin preaviso, invocar cláusula de conciencia y en su caso, dar por resuelta o extinguida su relación laboral”. En caso de conflicto puede haber mediación del Comité de Redacción. El capítulo tercero, relativo a la cláusula de conciencia, también establece que ningún miembro de la Redacción será obligado a firmar trabajos suyos que hayan sufrido alteraciones de fondo que no sean resultado de un acuerdo previo.

El secreto profesional es tema del capítulo cuarto del Estatuto, en donde se le considera como “un derecho y un deber ético de los periodistas, la protección de las fuentes informativas constituye una garantía del derecho de los lectores a recibir una información libre, y una salvaguarda del trabajo profesional”. La empresa editora se compromete a cuidar el secreto profesional. La línea editorial del diario es responsabilidad del director, que mantiene para ello derecho de veto sobre todos los originales, incluyendo la publicidad, de acuerdo con el capítulo quinto. El director es nombrado por el Consejo de Administración, pero debe tener la aceptación de al menos dos tercios de la Redacción. El Comité de Redacción que integran cinco miembros, sus facultades para reunirse mensualmente con el director y para organizar asambleas de la propia Redacción, son reglamentados en el capítulo sexto del Estatuto.¹⁸

Util como referencia y posible instrumento, tanto para los periodistas del diario como para los lectores, el Estatuto encontró obstáculos pronto:

Tras la elección, el 4 de noviembre de ese mismo año (1980) de los miembros del Comité de Redacción en cumplimiento del Estatuto, éste se mantuvo durante los dos años siguientes como

18 “Estatuto de la Redacción”, *El País, Libro de estilo*, Madrid, 1990, pp 511 y ss.

un instrumento vivo de relaciones, sobre todo con la dirección, pero en los dos últimos años la Redacción ha optado por dejar aparcada esta herramienta ante la falta de entendimiento con la dirección y un cierto desencanto y un intento por parte de algunos redactores de unificar los intereses profesionales y los sindicales. Esta tensión entre lo profesional y lo sindical existió desde el principio en el seno de la Redacción. Aunque en estos momentos el Estatuto está aparcado se mantiene como fondo y como una posibilidad a la que se puede acudir si las circunstancias obligan a ello”.¹⁹

Eso se decía en 1986. El Estatuto de *El País*, se ha conservado como un cuerpo general de reglas paradigmáticas, algunas son muy específicas para la situación española, otras no acaban de constituir un Código de Ética. Se trata de un marco de compromisos para normar fundamentalmente el trato dentro del periódico —entre redactores y directivos— y de manera secundaria entre los periodistas y los lectores.

El ombudman en España

Entre los medios de información españoles, quizá el recurso más exitoso para establecer mediaciones entre órganos de prensa y lectores, ha sido la existencia, en algunos de ellos, de “defensores del lector” u *ombudmen* en singular, entre los que destaca el que ha tenido desde 1985 el diario *El País*. Son funciones de este personaje “atender las quejas y sugerencias de los lectores sobre el contenido del periódico y garantizar la observancia rigurosa de las normas profesionales del *Libro de estilo* en las informaciones que publica. El *Ombudman* está amparado por un estatuto que protege su independencia laboral y profesional.”²⁰ El *ombudman* es seleccionado de entre los profesionales ligados a *El País*, por el director del diario, de

19. Fernández Beaumont, *op. cit.*, pp. 272-273.

20. “Jesús de la Sema, nombrado *Ombudman* de *El País*” *El País*, Madrid, 22 de septiembre de 1991.

común acuerdo con el Comité de Redacción y no puede durar más de dos años en el cargo.

Esta figura tiende a extenderse en otras latitudes; para mediados de 1991, se tenía registro de 71 *ombudsmen* en todo el mundo, entre cuales había estadounidenses, británicos, canadienses, japoneses, israelíes, suecos, brasileños y españoles, todos ellos forman la Organization of News Ombudsman.²¹

21. José Miguel Larraya —*ombudsman*—, “Movimientos sin éxito”, *El País*, Madrid, 19 de mayo de 1991.

DUREZA Y DISPLISCENCIA EN LOS CÓDIGOS ESTADOUNIDENSES

En Estados Unidos, se han establecido numerosos códigos de ética para los medios de comunicación. En el campo de la prensa, entre los más importantes se encuentran el de la Sociedad Americana de Editores de Periódicos (ASNE), la Sociedad de Periodistas Profesionales Sigma Delta Chi y el diario *The Washington Post*.²² En casi todos los casos se trata de declaraciones de principios sujetas a valores entendidos que resulta difícil precisar. Por ejemplo, el Código de la ASNE indica que los periodistas tienen “que evitar la falta de propiedad y la apariencia de falta de propiedad”.

¿Quién califica qué es “falta de propiedad”?, es otro problema, allí radica una de las principales limitaciones de los códigos de ética, que acuden a valores morales sobreentendidos, cuya definición, y más aún, interpretación, suele quedar sujeta a criterios subjetivos.

Estos códigos insisten en el mantenimiento de la objetividad y en el despliegue de un “juego limpio” por parte de la prensa. El Código de la ASNE dice específicamente que, “los

22. Esta síntesis de códigos estadounidenses la hacemos a partir del libro de Willam L. Rivers y Cleeve Mathews, *La ética en los medios de comunicación*, traducción de Elsa Ruth Martínez Conde, Ed. Gemika, México, 1992, especialmente el capítulo “Códigos de los medios de comunicación”, pp. 307 y ss. y los Anexos con los textos de los principales Códigos.

periodistas deben respetar los derechos de las personas involucradas en las noticias...” y que “a las personas acusadas públicamente se les debe dar pronta oportunidad de responder a los cargos”. Un problema frecuente radica en cómo aplicar esos principios. Rivers y Mathews comentan que:

El juego limpio es un concepto noble, y está bien que el código señale que hay que dar a las personas la primera oportunidad de responder a cualquier acusación de mal comportamiento. Aún así, bajo el código, uno podría imprimir situaciones y hacerlo con una conciencia clara, siempre y cuando el acusado tenga el derecho de decir: ‘Sin comentarios. Hablen con mi abogado’. Esta falla en el Código recuerda los excesos del macartismo, cuando la prensa creyó que cumplía con su deber cuando obtenía el ‘sin comentarios’ de parte de quienes McCarthy había llenado de lodo.²³

El Código Sigma Delta Shi, indica que el periodista no debe aceptar obsequios de valor, pero a veces es difícil precisar en qué casos se corre ese riesgo. El Código del WP es más claro, aunque más restrictivo de situaciones habituales: “Pagamos nuestros propios gastos. No aceptamos regalos de las fuentes noticiosas. Las excepciones son mínimas (debe revisarse la cuestión de boletos a actividades culturales) u obvias (invitaciones a comidas)”. Aún en este código que es el más duro de los tres, hay margen para la discrecionalidad, allí se recomienda al periodista que si tiene dudas sobre los alcances de un compromiso que puede aceptar, consulte con su editor o con el gerente del diario.

Ambos códigos advierten contra las limitaciones a la objetividad que para el periodista signifique el tener ingresos ajenos al medio de comunicación para el que trabaja. El primero de ellos especifica que “los empleos secundarios, los compromisos políticos, la función pública y el servicio a organizaciones comunitarias, deben evitarse, si comprometen la integridad de los periodistas y de quienes los emplean”. En el *Washington*

23. *Ibid.*, p. 310.

Post los periodistas se comprometen a no trabajar para nadie más, salvo permiso excepcional de sus supervisores; eso incluye la prohibición para escribir en otras publicaciones sin permiso especial.

Respecto de las prácticas en el manejo de información, el Código de la Sociedad de Periodistas Profesionales reivindica la objetividad, establece que “no hay excusa para la inexactitud y la falta de meticulosidad” y considera que los titulares deben confirmarse en el contenido de los artículos que los acompañan. También aconseja diferenciar claramente entre los reportajes de noticias y las expresiones de opinión. El Código de *The Washington Post* compromete a sus reporteros y redactores a citar las fuentes a menos que esté en peligro la seguridad de informante, condena tajantemente el plagio y también postula la separación clara entre información y opinión. Su manejo de noticias es regulado a partir del compromiso “con la justicia” que al respecto, se dice es consecuencia de las siguientes prácticas:

1. Ninguna noticia es justa si omite hechos de importancia o significación primordial. De modo que la justicia incluye totalidad.
2. Ninguna noticia es justa si incluye información que esencialmente no viene al caso, a expensas de hechos significativos. De modo que la justicia incluye pertinencia.
3. Ninguna noticia es justa si consciente o inconscientemente lleva a conclusiones equivocadas o incluso engaña al lector. De modo que la justicia incluye honestidad: tratar al lector en el mismo plano de entendimiento.
4. Ninguna noticia es justa si los reporteros ocultan las tendencias o emociones que están tras palabras sutilmente peyorativas, tales como ‘rehusar’, ‘a pesar de’, ‘admitir’ y ‘masivo’. De manera que la justicia requiere que las expresiones directas estén por encima de la retórica. Los reporteros y editores deberán preguntarse al final de cada artículo, por norma, ‘¿he sido todo lo justo que podría haber sido?’.²⁴

24. *Ibid.*, pp 371-372.

Un aspecto más de las reglas de ética en ese diario de la capital estadounidense, aborda el problema del vocabulario y las situaciones que puede ser considerado como obsceno. Aquí se abriría una amplia discusión nunca completamente resuelta, pues lo que algunos pueden considerar lesivo de las “buenas costumbres”, para otros puede ser tolerable e incluso habitual. En el Código que comentamos, el asunto sólo se menciona brevemente y se resuelve de manera elegante, aunque no definitiva. Se dice en el marco de reglas éticas del WP que:

Como periódico, el Washington Post respeta el buen gusto y la decencia, entendiendo que los conceptos de la sociedad con respecto al buen gusto y la decencia, cambian constantemente. Una palabra que era ofensiva para la última generación, puede ser parte del vocabulario común en la próxima.²⁵

25. *Ibid.*, p. 372.

MASIVA PRODUCCIÓN DE REALIDAD SIN REGLAS

¿Qué informar? Ese es el primer dilema de los comunicadores. La tentación de la trivía y la cháchara, tan facilonas como con frecuencia exitosas, tiende a ser una de las principales condiciones para que nuestros diarios y revistas, así como amplios espacios en los medios electrónicos, estén repletos de simplicidades. Las noticias tienen signo. La pensadora española, Victoria Camps, ha recordado que:

La realidad es un producto social, los hechos —políticos, culturales, sociales— son producidos por personas físicas o jurídicas con una personalidad ideológica. Si ideológicamente son insípidos, carecen de entidad o no son nunca noticia. Dado que la política lo tiñe y lo invade todo, ninguna información puede considerarse neutra.²⁶

El poder que tienen actualmente los medios, dice esa autora, radica en esa capacidad para producir realidad, sólo existe aquello de lo cual ellos hablan. La comunicación sirve de manera inmediata para manufacturar el consenso, como dice Noam Chomsky, aunque también, según el mismo autor estadounidense, para crear ilusiones necesarias.²⁷ La función polí-

26. Victoria Camps, "El derecho a la información y el deber de informar", *Letra Internacional* núm. 18, Madrid, Verano 1990.

27. Edward S. Herman y Noam Chomsky, *Manufacturing consent. The political economy of the mass media*, Phanteon Books, New York, 1988 y Noam Chomsky, *Necessary Illusions. Thought control in democratic societies*, South End Press, Boston, 1989.

tica de los medios ha quedado fuera de toda duda; no sólo propagan la realidad, sino además la moldean, generan y transmiten; pero no son la realidad, sino el mecanismo a través del cual llega a ser conocida, tamizada siempre por el cernidor que establece cada reportero, jefe de redacción o editor. Así, como resulta evidente, la realidad es comunicada con acentos, matices, sesgos u omisiones, según la perspectiva de cada informador u operador de los medios.

Ese “filtro” personal suele ser más discrecional en la ausencia de reglas de ética que puedan ser tomadas como confiables y pertinentes. En una reunión internacional de *ombudsmen*, se discutió recientemente la caída mundial de la industria periodística y sus vinculaciones con el desinterés de los lectores (en todas partes los diarios suelen tener tirajes menores, e incluso a la baja, en contraste con el aumento en la audiencia de los medios electrónicos) a partir de dos casos que habían inquietado a la prensa de Estados Unidos:

El primero se centró en la ruptura por algunos medios del anonimato que protege habitualmente a las víctimas de agresiones sexuales con motivo del caso del sobrino del senador Edward Kennedy; el segundo, menos intenso, sobre la difusión por los diarios de datos escandalosos, y aparentemente poco verificados, extraídos de una biografía de Nancy Reagan. En este segundo caso los críticos planteaban la cuestión de la siguiente forma: ¿debe un diario difundir los rumores y cotilleos impresos en una biografía cuando esa misma información sería rechazada por poco fiable, escasamente comprobada y difamatoria, si se la ofreciera un redactor del diario?

Continuaba este comentario:

La mayoría de los ombudsmen consultados consideraban irrelevante o retórica la pregunta, ya que cuando un hecho se convierte en noticia —sea un libro, un reportaje o cualquier otra cosa— es imposible ignorarlo. Por el contrario, el silencio sería interpretado como una forma de censura, dicen.

Y concluía la nota que estamos transcribiendo: “Caio Tulio Costa, aficionado a la poesía y *ombudsmen* del diario

brasileño *Folha de Sao Paulo*, lo resumía con lucidez: Este es un movimiento sin éxito. Depende del momento en que narres el acontecimiento, aplicas un código u otro. Es un viejo dilema moral”.²⁸ El autor de las líneas anteriores, el periodista José Miguel Larraya, fue *ombudsman* de *El País* entre 1989 y 1991. Es decir, su opinión no es la de cualquier periodista ni la de alguien despreocupado de la ética o la responsabilidad en los medios. Por eso llama la atención que considere que lo importante es dar a conocer un hecho —en aras de cumplir con la misión de difundir noticias— aunque para los editores de un medio de comunicación el asunto pueda ser inverosímil (“es imposible ignorarlo”, se justifica). Por supuesto, hay maneras y maneras de decir una noticia; pero aún aquella que se proporcione con las mayores precauciones, aun cuando se diga que la fuente de donde proviene no tiene crédito y que puede tratarse de una mentira, el hecho de que aparezca impresa, radiodifundida o televisada, ya le confiere una legitimidad que no tendría si, en virtud de la desconfianza que provoque, se deja sin publicar. Así ocurrió en el ya citado caso del semanario *The New Statesman*, que en Londres publicó rumores sobre presuntos amoríos del primer ministro, a pesar de que aclaraba que se trataba de versiones no confirmadas, fue sancionado judicialmente por sugerir hechos desfavorables a la fama pública de ese personaje.

Un dilema reciente, de manera similar, ha ocurrido en varios medios de información mexicanos que en el verano de 1993, dudaron entre publicar o no, presuntas listas no oficiales de periodistas involucrados con el narcotráfico.²⁹ Esa idea de decirlo todo, aunque se sepa que no es cierto, pero con la coartada de que de otra manera se incurre en censura, no contribuye a la libertad de expresión sino a la trivialización de las noticias y al desprestigio social de los medios.

28. José Miguel Larraya, *op. cit.*

29. Este nuevo episodio de la prensa mexicana y sus relaciones con el poder político y la sociedad, se desarrolló a partir de que el Procurador General de la República, Jorge Carpizo, anunció en abril de 1993 que estaba investigando las relaciones de seis informadores —no dió sus nombres en ese momento— con el narcotráfico.

El *ombudsman* de *El País*, que pensaba que era mejor difundir una falsedad antes que correr el riesgo de censurarla, sostenía —citando a su colega brasileño—, que independientemente de los códigos, él sabía en cuál de ellos se encontraba el *quid*, cuándo y cómo aplicarlo. Es decir, según esa opinión, las normas importaban menos que el criterio de quienes las sancionan. Se trata, a pesar de tanto esfuerzo en establecer reglas profesionales y códigos de ética, de una reedición de la preponderancia de los notables; aquellos que pueden juzgar, sustentados en su criterio personal, para beneficio de los demás, por encima de consideraciones socialmente aceptadas, aplicadas y a veces legalizadas, como el derecho de un ciudadano a que no se publiquen infundios sobre él. Larraya, por cierto, en el texto que citamos empleaba un recurso oblicuo para manifestar opiniones que, siendo compartidas por él, no presentaba como suyas: “dicen”, refería, sin decir quiénes; también se escudaba tras la personalidad de su colega de Sao Paulo. Toda una pieza para ser evaluada por un *ombudsman* de los lectores.

El derecho a la privacidad por encima del derecho a informarlo todo, es el más contrapunteado con la libertad de información, tal y como se la entiende en el contexto de una economía —y una sociedad— abiertas al mercado. Podría decirse que la ética en los medios, viene a resultar uno de los pocos recursos ciudadanos para hacer frente al imperio de las fuerzas desatadas en un mercado sin regulaciones explícitas, o suficientemente sólidas.

Pero aun en los términos más liberales, habría que reconocer que los derechos individuales no pueden ser subordinados a intereses mercantiles como los que animan a los periódicos y otros medios de comunicación. El sicólogo mexicano, Pablo Fernández Christlieb, ha escrito al respecto:

La intimidad parece contradecir a formas de comunicación tales como la democracia y la libertad de expresión, y sobre todo parece frívola frente a éstas. Pero la intimidad es la forma de comunicación más sofisticada, porque no se puede reglamentar en una constitución, porque nadie puede entrar a ella si no lo llaman y nadie la puede ofrecer sin que se la pidan, porque

no expresa nada más que las ganas de comunicarse en el entendido de que la comunicación es un fin y no un medio, mucho menos un 'medio de comunicación', y todo esto se hace con sutileza, tacto, cuidado minucioso por la sensibilidad del otro, tan sofisticadamente, que cuando se alcanza la intimidad, resulta que la democracia, la tolerancia y la libertad de expresión eran prerequisites comunicativos tan cumplidos de antemano que hasta aparecen frívolas.³⁰

La democracia finalmente no es tal, si no respeta los derechos de los individuos.

30. Pablo Fernández Christlieb, "La intimidad publicitaria", *La Jornada*, México, 12 de septiembre de 1990.

CUANDO LA INFORMACIÓN UTILIZA A LA ÉTICA. CASOS Y EXCESOS

Los medios tienen principios que auténtica o pretendidamente los orientan; ningún director de periódico admitirá que nos encontremos fatalmente ante una ley de la selva informativa. Servir a los lectores, reconocerse en la sociedad o incluso en la prensa, que asume explícitamente un signo ideológico, propagar una causa o defenderla, son cartabones en los que se ubica el desempeño de los medios. Esos parámetros siempre están revestidos de contenidos éticos, cuando no quedan explícitos, esos principios llegan a ser moldeables de acuerdo con las circunstancias, y así, códigos que se alteran según la conveniencia de cada momento, simplemente no son confiables, ni útiles para demandar su cumplimiento. Victoria Camps, apunta que con el argumento de que la sociedad exige noticias de toda índole, "la información utiliza a la ética, la pone a su servicio".

Esa actitud utilitaria de los medios respecto de la ética, no es necesariamente congruente con la defensa de intereses sociales; para un medio sensacionalista puede ser ética, en tanto que pareciera estar respaldada por el derecho a la información, la divulgación de asuntos ligados con la vida privada de un personaje público. Con el mismo criterio se puede considerar "ética" a la publicación de testimonios que puedan afectar el prestigio de un ciudadano, por ejemplo: una acusación de delito que luego se pruebe que es falsa; o la seguridad de un país, también dar a conocer informaciones que alerten a delincuentes sobre posibles acciones policíacas en su contra.

¿Fue ética o no, la divulgación por parte del diario The Waco Tribune Herald, en Texas, de un reportaje que permitió suponer que la policía se disponía a allanar la casa del líder de una secta ocultista, David Koresh, en marzo de 1993? En México se ha dicho que algunos medios de información han servido para alertar a capos del narcotráfico, sobre operaciones policiacas que se emprenderían en su contra; el sistema es sencillo: un jefe policiaco coludido con el narcotráfico aprovecha su ascendiente sobre algún reportero para darle el “pitazo” de una posible operación judicial; la noticia aparece en páginas interiores de un diario, sólo como especulación, pero ella es suficiente para que los narcotraficantes puedan huir antes de que llegue la policía.³¹

¿Ética? Esta existe en condiciones de claridad y responsabilidad mutuas: por parte de actores sociales y autoridades, periodistas y editores y, desde luego, por parte de los públicos que atienden a los medios.

¿Qué informar? La agencia española EFE establece la siguiente norma general de comportamiento periodístico:

“Una información debe considerarse incompleta si no recoge las diversas posiciones existentes acerca de un conflicto o no refleja los testimonios de las distintas partes concernidas en un suceso”.³²

Otra práctica abusiva del derecho de los lectores, radioescuchas o televidentes, a tener informaciones claras, es el empleo de fórmulas como “según fuentes bien enteradas...”, “de acuerdo con expertos”, “como dijeron informantes autorizados...”, etcétera, que no sirven más que para ocultar la identidad del declarante o, en no pocos casos, para disimular una opinión que el reportero o el articulista no se animan a precisar como propia. En torno a estas prácticas se ha dicho que:

La profesionalización del medio exige un código de ética, que se sustente en la información, basado en datos comprobables y en fuentes, y si en algunos casos las fuentes no se pueden hacer

31. Así lo aseguró un comunicado de prensa de la Procuraduría General de la República, 15 de abril de 1993.

32. Federico Campbell, *op. cit.*

públicas, la información necesariamente deberá ser comprobable, debe haber hechos en lugar de adjetivos. Preguntémosnos cuántos de los medios amarillistas que degradan nuestro sistema de información, podrían cumplir con ese código ético.³³

Pero incluso los periodistas más acuciosos, difícilmente escapan al empleo de esos recursos oblicuos para eludir o matizar su responsabilidad sobre alguna información, o a decir verdades a medias atribuyéndolas a “expertos” o a “personajes enterados”.

Otra modalidad de información “tramposilla”, un poco al revés de la anterior, consiste en publicar afirmaciones que se han hecho con la aclaración de que “no son para ser difundidas”. En todo el mundo existe la práctica de funcionarios y políticos de hacer comentarios *off the record*, sólo para consumo de los periodistas. Algunos informadores cuando lo juzgan pertinente y bajo su firma y responsabilidad, publican las versiones que escuchan “fuera de registro” aunque lo habitual es que tales comentarios sólo sirvan para orientar sus futuras búsquedas informativas. Cuando una declaración inicialmente formulada *off the record* es publicada, hay una traición a la confianza del informante.

Así ocurrió en enero de 1993 cuando en la ciudad de México varios periodistas reprodujeron declaraciones del entonces dirigente del Partido Acción Nacional, don Luis H. Alvarez quien, después de una conferencia de prensa, charló informalmente con tres reporteros sobre la actuación de su partido en el conflicto postelectoral de 1988; había el entendido, según se dijo después, de que esta plática no era oficial, ni para ser publicada, sin embargo, durante toda la conversación, un reportero de *Excelsior* mantuvo encendida su grabadora, presumiblemente en condiciones de ser vista por Alvarez; cuando las declaraciones de ese dirigente fueron publicadas, se suscitó una pequeña conmoción política porque el dirigente del principal partido mexicano después del PRI, aseguraba que en 1988

33. Jorge Fernández Menéndez, “Prensa: la cultura de la concertación”, *Unomásuno*, México, 13 de junio de 1991.

“no había forma humana” de saber quién había ganado los comicios federales. En aquella ocasión, comentamos que:

Alvarez había solicitado reserva al pequeño grupo de periodistas que escucharon sus confidencias. Uno de ellos, fue indiscreto. Allí puede encontrarse una violación a una de las costumbres implícitas entre los informadores y el poder político, que es la de la declaración fuera de registro, no para ser publicada. Todos tenemos derecho a elegir aquellas opiniones nuestras que son para ser conocidas, y las que no. Pero también, en ese episodio se reitera la pobreza de una cultura política —y de un ejercicio periodístico— tan habituados a la información sin sustento, a la versión no autorizada, al *off the record* que sólo existe cuando los personajes políticos, o los funcionarios, tienen una versión para el público y otra para sus allegados. La política del secreto sigue prevaleciendo en muchos ámbitos, con todo y que esa práctica no valida la política de la indiscreción.³⁴

El diario *El Nacional*, propiedad del gobierno mexicano, dijo a propósito de ese incidente que

...hay que darle la razón al dirigente del partido Acción Nacional, Luis H. Alvarez, quien señaló ayer una falta a la ética profesional en la difusión de comentarios externados por él *off the record*. Las declaraciones de este tipo —comunes en el ejercicio periodístico de otros países— podrían llegar a ser un recurso común y saludable para facilitar el trato entre periodista e informante. También implica, desde luego, un riesgo, pero debieran existir recursos legales para que las personas mencionadas en alguna nota pudieran reclamar a los editores. Pero no sólo ellos, sino también los lectores, como ocurre en otras naciones.

Continuaba la posición oficial de *El Nacional*:

Resultaría conveniente para el periodismo mexicano poner en el tapete de las discusiones la conveniencia o inconveniencia

34. Raúl Trejo D., “Sociedad y Poder” *Unomásuno*, México, 31 de enero de 1993.

de utilizar recursos tales como 'fuentes confiables' o 'voceros autorizados' para sostener sus informes. En la medida en que fuera bien utilizado, el recurso ganaría credibilidad.³⁵

35. "Ética profesional y respeto a la confidencialidad", *El Nacional*, México, 29 de enero de 1993.

MÉXICO: DERECHO A LA INFORMACIÓN Y EL DERECHO A LOS COMPROMISOS

¿Cómo regular el flujo informativo y la emisión de noticias? Una vía, la inicialmente más simple aunque a la postre costosa, radica en la existencia de reglas muy estrictas, capaces de sancionar a los periodistas que cometan excesos en su trabajo como comunicadores; derechos individuales, posibilidades de réplica y delitos como el daño moral, pueden quedar incorporados en distintas legislaciones, esas previsiones legales parecieran indispensables pero no bastan. En el caso mexicano, en distintas oportunidades recientes, grupos de informadores se han opuesto a la inclusión en las leyes de penas para quienes violen garantías individuales o sociales a través de mensajes publicados en los medios de comunicación. Ese fue el caso, por ejemplo, del “daño moral”, la iniciativa del gobierno de Miguel de la Madrid que fue severamente cuestionada por los principales empresarios de los medios de comunicación, aunque era apoyada por la diputación socialista del PSUM, que se pretendía añadir al Código Civil en 1982 y que finalmente se aprobó sólo para delitos no relacionados con la actividad periodística.³⁶

Hay quienes han pensado que el problema de la ética en los medios, puede resolverse reglamentando el derecho a la

36. Grupo Parlamentario del PSUM, *Los socialistas en el Congreso. Volumen 8, Tres años de actividad*. Grupo Parlamentario del Partido Socialista Unificado de México, México, 1984.

información; que se encuentra en la Constitución Política del país, postergado en los años setenta, pero es letra (casi) exánime mientras no sea acotado y reglamentado en una legislación específica. Jorge Fernández Menéndez ha escrito que, con la reglamentación del derecho a la información, “habría un marco legal al cual se tendrían que ajustar (los periodistas)... porque aquél incluiría indefectiblemente un código ético que impidiera los abusos y atropellos”.³⁷

En junio de 1991, varios directivos de medios, así como académicos y periodistas, accedieron a suscribir un documento en donde se insistía en la reglamentación del derecho a la información pero a través de la creación de un Código Federal de la Comunicación Social que podría “articular un cuerpo legal coherente, realmente moderno, que asegure la pluralidad y que permita ejercer plenamente la libertad de expresión que garantiza nuestra Constitución Política”. En esa iniciativa se recordaba que:

Una sociedad como la mexicana, inmersa en una compleja transición hacia la democracia, requiere de un sistema de medios de información plural, tolerante y racional, que no solamente contribuya a afianzar ese proceso sino también a consolidar las tradiciones y convicciones democráticas.

Añade:

El derecho a la información que se garantiza en el Artículo Sexto de nuestra Constitución Política, es piedra angular en las posibilidades para construir ese nuevo sistema de medios. Sin embargo, no existe una ley reglamentaria capaz de normar de manera específica los métodos y las formas para hacer accesible a los mexicanos ese derecho. Esa ausencia, significa un vacío legal que resulta cada vez más notable, ante una realidad que supera la dispersa, contradictoria y en distintos rubros obsoleta legislación actual. Ese conjunto de leyes en algunos aspectos resulta inoperante y discrecional, incapaz de dar cauce a las nuevas circunstancias de una sociedad cada vez más plural y participativa, junto con la existencia de medios que reflejan, pese a sus limitaciones, nuevas actitudes informativas.

37. Fernández Menéndez, *op. cit.*

Entre los retos y contradicciones que hacían necesaria, de nuevo, la discusión de un marco jurídico completo y coherente para la relación entre medios, Estado y sociedad, se mencionaba que:

Esa relación entre una sociedad cada vez más compleja y medios cada vez más influyentes, debe enfrentar nuevos conflictos y desafíos: la futura apertura de la economía de servicios que traerá la previsible presencia de algunas modalidades de inversión extranjera en los medios; la ausencia de mecanismos que al mismo tiempo que garanticen el derecho a la información, preserven a la ciudadanía de los abusos en que pueden incurrir los comunicadores y las lesiones a la fama pública; el establecimiento de políticas que permitan el acceso a los medios de diferentes instituciones sociales; la verdadera profesionalización de los informadores.³⁸

En aquel documento se establecía la posibilidad de que en el marco de un Código Federal de la Comunicación Social —con un rango similar al que ahora tiene el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales—, quedaran ubicadas reglas de comportamiento ético de los medios y los informadores. Otra opción es que, tales cuerpos de propósitos y compromisos no estén supeditados a ninguna ley, sino a la voluntad de cada comunidad de periodistas o de cada medio de información.

38. El documento fue suscrito por las siguientes personas —citamos aquí los cargos que tenían en ese momento—: Jorge Calles, presidente del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación; José Carreño Carlón, director de *El Nacional*; Rolando Cordera Campos, director del programa de TV *Nexas*; Arnaldo Córdova, investigador universitario y articulista en *Unomásuno*; Jorge Fernández Menéndez, director del suplemento político de *Unomásuno*; Héctor de la Garza, Eko, caricaturista en el mismo diario; Javier Esteinou Madrid, investigador en la UAM; León García Soler, director de *Jueves de Excelsior*; José Luis Gutiérrez Espíndola, colaborador de *El Nacional*; Luis Gutiérrez Rodríguez, director de *Unomásuno*; Pablo Hiriart, director de la agencia de noticias *Notimex*; Ana María Menéndez, presidente de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación; Carlos Payán V., director de *La Jornada*; Beatriz Solís L., profesora en la UAM; Raúl Trejo Delarbre, director del suplemento político de *El Nacional* y José Woldenberg, presidente del Instituto de Estudios para la Transición Democrática. El documento apareció en los diarios mencionados, el 7 de julio de 1991.

UNA ÉTICA PARA LA CRÍTICA. PRIMEROS INTENTOS EN MÉXICO

Los códigos de ética también son entendidos por algunos periodistas como instrumentos de coacción. Esa ha sido la interpretación del entonces subdirector de *Novedades*, Héctor Dávalos H., para quien hay interesados en

que se desempolvara otro viejo tema, favorito de organizaciones que propugnan por el mayor control gubernamental de los periodistas, ya que es el de la adopción de códigos nacionales e internacionales de ética para el ejercicio de la tarea periodística, lo cual llevaría indefectiblemente a que hubiera un organismo que obligara a los colegas a observarlo puntualmente y los sancionara en caso de infracciones.³⁹

Puede señalarse que si hubiera organismos encargados de vigilar la aplicación de códigos de ética, no tendrían por qué ser necesariamente intervenidos por el Estado. Una cosa es la existencia del código (a partir del cual los lectores, en el caso de la prensa escrita, están en posibilidad de exigir que se cumplan las reglas a las que un periódico ha manifestado adherirse) y otra, que para ello sea necesario que exista un organismo vigilante.

Hay modalidades variadas para que los códigos de ética no se queden sólo en la letra. Una de ellas es el interés de lectores, radioescuchas o televidentes para exigir su cumplimiento; otra

39. Héctor Dávalos H., "Protección a periodistas y Códigos de Ética" *Novedades*, México, 20 de julio de 1989.

modalidad complementaria, que constituye un puente entre las audiencias y el medio de comunicación, es la existencia de defensores de los lectores, u *ombudsmen* los que, como ya se ha visto, funcionan en España.

En México, el Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa; una organización que en los años setenta y ochenta alcanzó presencia importante al reunir a los trabajadores de redacción de diarios como *El Universal*, ha padecido una suerte cambiante y sobre todo en declive, al haber sido expulsado de varias empresas periodísticas, llegó a elaborar un Decálogo de contenido principalmente declarativo. Allí se enumeraban propósitos de servicio y responsabilidad social de los informadores y no precisamente reglas específicas para orientar su desempeño profesional. En sus primeras líneas, el Decálogo del SNRP, establece:

Declaramos que el periodismo es una profesión honorable y reconocemos las oportunidades que ofrece para servir a la comunidad. Declaramos como principio fundamental que la verdad es la base más sólida de todo periodismo honrado. Declaramos que no utilizamos la libertad de expresión para encubrir un ataque injusto, un desahogo rencoroso y una investigación descuidada respecto a las personas o instituciones.⁴⁰

Recientemente se ha formulado en México el propósito de establecer *ombudsmen* para distintos periódicos, la idea fue mencionada por el director del diario *Unomásuno*, Luis Gutiérrez R., quien en una conferencia en Jalapa dijo en agosto de 1992, que dos años antes había sugerido a sus colaboradores la creación de una defensoría del lector. “Sin embargo —explicaba—, nos hemos topado con el problema de que la creación de un *ombudsmen* por acuerdo de la dirección del diario atraería suspicacias”.⁴¹ Más tarde, el todavía presidente de la Comisión

40. Citado por Eugenio Múzquiz, “La ética en el periodismo”, Varios autores, *El periodismo mexicano hoy*. Memoria del Primer Seminario de Periodismo Organizado por el Club Primera Plana, UNAM, México, 1990, pp. 21 y ss.

41. Luis Gutiérrez R., “El periodismo ante el cambio”, Página Uno, *Unomásuno*, 3 de agosto de 1992.

Nacional de los Derechos Humanos, el doctor Jorge Carpizo, consideró que debían existir uno o varios *ombudsmen* para que los lectores pudieran presentar quejas sobre la información o los editoriales publicados por los periódicos.⁴² Poco después ese diario formuló el compromiso de designar a un *ombudsman* del lector.

Ese recurso para solucionar posibles disputas entre lectores y periódicos, más tarde fue sugerido también desde el gobierno federal, por el director de Comunicación Social de la Secretaría de Gobernación, Jorge Medina Viedas, en una conferencia que ofreció a la Asociación de Editores de Periódicos, a comienzos de junio de 1993. Entre otras iniciativas para renovar la relación prensa-Estado-sociedad, Medina propuso: “Recoger experiencias de otros países para crear la figura del *ombudsman* de la prensa, a fin de que las controversias, conflictos y desacuerdos que se presentan, encuentren espacio adecuado para su resolución”.⁴³

Antes que cualquier otro diario, el periódico especializado *El Economista*, aprobó esta medida y el 8 de junio de 1993 en presencia del nuevo presidente de la CNDH, Jorge Madrazo, anunció la designación del profesor Alejandro Avilés como defensor del lector.

Periodista con seis décadas de ejercicio profesional, Avilés asumió esa responsabilidad convencido de que “no hay periodismo neutro” y de que “no es neutralidad, sino veracidad, lo que puede exigirse”. Su papel, se dijo, lo desempeñaría a partir de inconformidades señaladas por los lectores del diario o por iniciativa propia, a fin de investigar si las informaciones publicadas cumplían con normas establecidas en un Estatuto de Redacción, si dañaban la fama pública de personas o instituciones y si decían la verdad. El periódico señaló un domicilio, dos teléfonos y dos números de fax para que su *ombudsman* recibiera comunicaciones de los lectores e instaló una oficina para

42. “*Ombudsman* en cada periódico, propone Carpizo”, *Unomásuno*, México, 8 de diciembre de 1992.

43. Jorge Medina Viedas, “Medios: autocritica para la democracia”, conferencia ante la Aedirmex, *Etcétera*, núm. 23, 8 de julio de 1993.

el defensor, cuyo encargo no tiene una duración determinada (en el caso del profesor Avilés se trabaja de una forma peculiar, en vista de que ese personaje no radica en la ciudad de México, de tal suerte que las quejas de los lectores y las pruebas o documentos que existan se le remiten por fax, a través del cual él presenta sus comentarios o resoluciones).

El defensor del lector de *El Economista*, es nombrado por el director del diario, el periodista Luis Enrique Mercado, quien en la presentación de esta modalidad de interlocución con el público, se refirió a un código denominado Derechos de los Lectores, que establece los siguientes compromisos.

Los lectores de *El Economista* tienen derecho:

1. A recibir a través de las páginas del diario, una información especializada, veraz, plural, interesante, actual y de alta calidad, que les sea útil para formar su propio criterio y tomar decisiones.
2. A que la información publicada por *El Economista* sea respetuosa de la vida privada, la moral y la paz pública.
3. A que la mayor parte de la información del periódico sea resultado de la investigación, de tal manera que reciba más hechos que dichos.
4. A que cada uno de los periodistas y colaboradores de *El Economista* respalden su información y su análisis, no haciéndose eco de rumores o de intereses ajenos a los hechos.
5. A que en las notas publicadas por *El Economista* se eviten en todo caso el halago o el ataque personal.
6. A que en las páginas de *El Economista* se distinga claramente la publicidad de la información, especialmente en lo que toca a la gaceta política y a las notas pagadas.
7. A que la opinión y la información se distingan entre sí, de manera evidente, en cada sección de *El Economista*.
8. A externar su opinión, sugerencias o inconformidades, lesiones a sus derechos o solicitar las aclaraciones que considere convenientes sobre lo que se publica en las páginas de *El Economista*, a través del Defensor del Lector.⁴⁴

Ese diario estableció también un Estatuto del Defensor del Lector y un Estatuto de la Redacción, documentos novedosos

44. *Defensor del Lector. El Economista*. Folleto publicado por ese diario, s.f. También se informó al respecto en *El Economista* del 9 de junio de 1993 y en la sección "Derechos Humanos" de *El Nacional*, 13 de junio de 1993.

en la prensa mexicana, que no fueron publicados, al menos en los meses inmediatamente posteriores a su elaboración y entrada en vigor. El primero de ellos señala en una de sus cláusulas que:

A petición de algún lector o por iniciativa propia, el Defensor del Lector tendrá derecho a ocupar un espacio en la sección Foro Económico —el espacio de comentarios de opinión en ese diario— para explicar cómo se elaboró determinada noticia o por qué se tomó determinada decisión que afecta el contenido del periódico. Cuando el asunto no tenga trascendencia para explicarlo públicamente, el Defensor del Lector podrá hacerlo privadamente al lector y transmitir la observación a los directamente responsables.

En su Estatuto de Redacción, entre otras reglas el citado diario establece que en sus páginas, “la información, la opinión y la publicidad estarán claramente diferenciadas entre sí”. Este principio es novedoso, sobre todo ante la costumbre ampliamente generalizada en la prensa mexicana, que con frecuencia la publicidad política se confunde con la información. La publicación de *gacetillas* sigue siendo uno de los recursos principales de los medios impresos para allegarse de apoyos financieros y, como es sabido, consiste en la inserción de textos pagados en las mismas características tipográficas con las que se presenta la información ordinaria, de tal suerte que el lector no puede distinguir entre ellas y las noticias propiamente dichas. Algunos diarios han optado por presentar la información pagada en otra familia tipográfica, o con cabezas en cursivas, aunque la distinción no siempre es clara para los lectores. La publicación de *gacetillas* suele implicar un costo mucho mayor que la publicidad normal en un diario o una revista. Pero el de la propaganda disfrazada de información es un asunto mucho más que mercantil; en él ha radicado uno de los pivotes de la relación, a menudo más perversa que transparente, entre el poder político y la prensa. En la medida que esa práctica tiende a desaparecer, puede pensarse en un trato más claro entre prensa, Estado y sociedad.

En otros de sus apartados el Estatuto de la Redacción de *El Economista*, ya en el terreno de los compromisos profesionales de sus informadores, señala que:

Ningún reportero (se) podrá desempeñar en alguna dependencia pública o cualquier nivel, ni cubrir la información de aquella dependencia, partido político o sector en que pudiera existir algún conflicto de intereses. En caso de que ocurra, la Junta de Editores se pronunciará sobre el hecho y determinará si existe o no dicho conflicto.⁴⁵

También se indica que de acuerdo con los principios del diario...

ningún reportero podrá comprometer su trabajo informativo. En todo caso deberá evitar el halago o el ataque y siempre respaldar su información. En caso de que algún reportero acepte gratificaciones de cualquier tipo que busquen alterar su imparcialidad u objetividad, será separado de *El Economista* sin derecho a réplica.

En otros artículos se defiende el secreto profesional “como un derecho y un deber ético de los periodistas” y, por otro lado se prohíbe el uso de seudónimos. La Junta de Editores es un espacio de consulta para el director del periódico y se integra con el coordinador de la redacción y los editores de cada sección, siempre previa designación del director.⁴⁶

El de *El Economista* ha sido el primer intento para poner a trabajar a un representante de los lectores junto con un Código de Comportamiento Informativo. Estas modalidades pueden ser limitadas, en tanto que el periodista que se espera funja como intermediario entre los lectores y el diario, es designado por el director de la empresa editorial, sin mayor sanción de algún órgano colegiado. Además, en tanto que funciona como empresa, la palabra del director parece inapelable como última instancia en caso de conflicto.

45. “Estatuto de la Redacción”, “Estatuto del Defensor del Lector” y “Derechos de los lectores”, documentos internos de *El Economista*, junio de 1993.

46. *Ibid.*

Poco antes de que *El Economista* designara a su *ombudsman* y estableciera su Código de Derechos de los Lectores, el coordinador editorial de ese diario escribía que:

En México, a diferencia de otros países, el derecho del lector, como tantos otros, es ignorado... El Estado y los diarios informan lo que quieren... En relación con esto, el lector tiene derecho a exigir que los reporteros tengan una conducta ética, pero también a que se respete su trabajo. La fórmula es sencilla: la garantía de recibir un periodismo ético en pleno sentido no se reduce a que un reportero deje de recibir dinero o prebendas a cambio de su objetividad, sino que dentro de la redacción nadie distorsione su trabajo, arrogándose el derecho de interpretar lo que conviene al lector o al 'gran lector' que es el Estado.⁴⁷

En México, nos encontramos ahora ante la paradoja de que, en medio de un caudal de reformas que pueden ser consideradas como incompletas pero que abundan en toda clase de instituciones en el país, la prensa ha querido quedarse atrás todavía; el Estado le lleva alguna delantera en el afán para que cambien las relaciones entre él y los medios de comunicación. No vaya a ser que en esta como en tantas otras asignaturas, la prensa y los periodistas se queden sin iniciativas por seguir dependiendo de la tutela del que, además de gran patrocinador, sigue siendo, para mal y para bien, el gran lector.

47. Ernesto Priani Saisó, "Contra un periodismo arbitrario", *Etcétera*, núm. 18, 3 de junio de 1993.

DERECHOS DE LOS LECTORES. HACIA UN CONTRATO PÚBLICO

El Código de Derechos de los Lectores que hemos transcrito puede parecer algo limitado y se presta a interpretaciones contradictorias, como cuando señala que las noticias deben ser veraces, interesantes, actuales y de calidad; cómo se decide cuándo una información cumple o no, con tales atributos, sería siempre tema de debate. Pero más allá de esos detalles, no cabe duda de que la decisión de *El Economista* reconoce la necesidad de cubrir un hueco que ha existido entre los medios y sus públicos, así como la pertinencia de buscar nuevas formas de compromiso por parte de los órganos e instituciones de comunicación. Se trata de un paso muy importante que como hemos visto atiende, aunque tardíamente, a una tendencia internacional y habrá de proseguir su desarrollo en los medios de México. No puede negarse el avance que significan esas disposiciones cuya aplicación será de sumo interés en el mencionado periódico, igual en aquellos otros que asuman reglas parecidas. Casi de manera simultánea en el diario *El Norte*, de Monterrey, también en 1993, se establecieron consejos de lectores que comentan y sugieren en torno a la información y el contenido, organizados de acuerdo con las secciones de ese diario.

Unos días antes del anuncio de *El Economista*, la Asociación de Editores de Periódicos Diarios de México, había organizado un simposium en una de cuyas sesiones se abordó el problema de los derechos de los lectores. Cuando le entregaron las conclusiones de ese encuentro al presidente de la República,

Carlos Salinas de Gortari, dijo al respecto que: “El tema de la defensa de los lectores y la discusión en el simposium de las responsabilidades de los periodistas será, sin duda, un aspecto bien recibido por una sociedad cada vez más exigente con cada uno de sus actores”.⁴⁸

Se trata, en efecto, de un tema que ha llegado para quedarse en los ámbitos de la comunicación en México. En torno a los derechos de los lectores, o de las audiencias, posiblemente se abrirán líneas de reflexión y proposición, que involucren tanto la evaluación de los medios como sus relaciones con la sociedad. En otro trabajo hemos apuntado que:

Somos lectores, y somos televidentes o radioescuchas de los medios impresos y electrónicos y al mismo tiempo, somos *consumidores* de mensajes. Asumirnos como tales, no significa conformarnos ni subordinarnos a los medios masivos. Al contrario. Reconocernos como parte de un público muy diverso, pero que contribuimos a integrar y mantener, nos puede permitir reconocer, también, que tenemos *derechos* respecto de los medios.

Un derecho, elemental pero poco reivindicado, es el de *protestar* ante los medios. Otro, es el de *discriminar* entre uno y otro diario, o entre uno y otro canal o programa de televisión. Los grandes medios, con su enorme presencia y sus grandes atractivos, tienden a apabullarnos. Pero después de todo, no serían nada si no contaran con lectores, televidentes o radioescuchas como nosotros. Somos nosotros quienes le damos sentido a ellos, y no al contrario. Pero pocas veces nos damos cuenta de ello.

Los medios son parte de la vida contemporánea, lo mismo en la cultura, que en la economía y la política. Son, así, elementos centrales en la construcción del tipo de país —y de mundo— que podremos llegar a tener. La posibilidad de leer un diario o una revista, o de sintonizar una estación televisora, pero sobre todo la posibilidad de rechazar un artículo o un programa que no nos gusten o que consideremos mal hechos, o desagradables, o manipuladores, forma parte de nuestras opciones como ciudadanos. En la medida

48. Discurso del presidente Carlos Salinas de Gortari en el desayuno con motivo del Día de la Libertad de Prensa en la residencia de Los Pinos, *El Día*, 8 de junio de 1993.

en que seamos *consumidores activos y reclamantes* de los medios, estaremos ejerciendo uno de los derechos básicos de las democracias modernas, que es la capacidad de los lectores y espectadores para influir en la comunicación de masas que todos recibimos.⁴⁹

La posibilidad de que los lectores se asumieran como “consumidores”, es decir, como clientes que adquieren productos informativos y que en tal virtud se encuentran en derecho de exigir mínimos de calidad, implicaría que se reconocieran como actores y no sólo destinatarios de los procesos de recolección y propagación de noticias y materiales de análisis. Las leyes del mercado, tan discriminatorias y drásticas en una sociedad desigual, proporcionan al menos derechos elementales que los públicos de los medios pueden reclamar.

En el marco de referencia para que la sociedad requiriese mayor calidad y exactitud en las noticias que se le proporcionan, el establecimiento de códigos de conducta profesional por parte de los propios medios, así como de recursos para lograr la vinculación con sus públicos como pueden ser los defensores de los lectores, radioescuchas o televidentes, permite la apertura de responsabilidad pública que hasta ahora no ha existido en México. Se trata, por lo demás, de un campo de reflexión y proposición ampliamente frecuentado en otros países. Conforme los públicos comienzan a adquirir mayor conciencia del papel activo que pueden desempeñar ante los medios, la comunicación de masas alcanza más relevancia en la construcción de consensos sociales y políticos, y la responsabilidad de los medios tiende a ser un asunto que preocupa a todos los actores de la vida pública.

En este proceso, a los informadores se les identifica no solamente como profesionales al servicio de una empresa de comunicación, sino además como ciudadanos con específicas responsabilidades públicas. Sin embargo, su desempeño pocas veces se encuentra regulado u orientado por normas explícitas. Esa circunstancia junto con el conocimiento de que el periodis-

49. Raúl Trejo Delarbre, *Ver, pero también leer. Televisión y prensa. Del consumo, a la democracia*, INCO y Editorial Gemika, México, 1991, pp. 158 y 159.

mo no se salva de la abundancia de tráficos de influencias, extorsiones y corrupciones —en numerosos países se acentúan o llegan a facilitarse en la cercanía con el poder político—, ha propiciado que exista una imagen desfavorable de los informadores. El escritor francés, Laurent Joffrin, ha considerado que el desprestigio que en el mundo occidental está afectando a los periodistas, se encuentra relacionado con el tránsito de los medios informativos, al menos en el caso de Francia, antes controlados directa o ideológicamente por el Estado, se volvieron cada vez más industria en lugar de voceros de posiciones políticas definidas. Se trata, dice, del salto de la información de la edad de la política a la de la comunicación.

Sucede entonces, que:

Los periodistas no pueden permanecer indiferentes a su propio oficio. Ahora bien, ellos saben que más allá de las innumerables limitaciones de su situación económica, más allá de los intereses legítimos de las empresas que los emplean, participan en mayor o menor grado de la vida democrática. En otras palabras, que sus obligaciones no pueden limitarse a servir al periódico o a la cadena de televisión. Quiéranlo o no, los periodistas son vistos, en parte, como servidores públicos: son los mediadores del foro democrático... En la prensa sucede lo que en muchos sectores: benéfica, liberadora, democrática, la economía de mercado se vuelve odiosa si la voluntad colectiva no la contiene, limita o corrige. Esta voluntad, en el caso que nos ocupa, es la de una profesión instituida por sus fundadores, que garantiza la libertad del saber. A la expansión de la comunicación, el periodismo sólo puede oponer la solidez abstracta de sus propios principios.⁵⁰

Resulta algo chocante el carácter de “mediadores virtualmente únicos en el proceso democrático”, que ese autor adjudica a los periodistas; puede pensarse que hay otros intermediarios, desde los dirigentes de partidos y los parlamentarios, hasta los intelectuales o los miembros de movimientos sociales,

50. Laurent Joffrin, “¿Debe creerse a los periodistas?”, *Intermedios* núm. 7, México, mayo-julio de 1993, pp. 58 y ss.

además, ya no hay mediadores imparciales, o sin intereses. El protagonismo que los informadores tienden a alcanzar en sociedades de mercado —¿cuál no lo es hoy en día?— en la presentación de noticias y comentarios, parece claro, sobre todo en procesos electorales como se ha visto en Estados Unidos y en menor medida en nuestro país, o en épocas de crisis políticas como ha sucedido en Europa Occidental y en algunos sitios de Europa del Este.

En México, el tránsito que Joffrin menciona para el caso francés, de lo que llama “de la edad de la política a la edad de la comunicación”, no es igual, porque en nuestros medios lo que ha faltado es un compromiso político explícito, al revés; podríamos considerar parodiando a ese autor, que en la circunstancia mexicana hemos evolucionado “de la edad de la impolítica a la edad de la comunicación”. La despolitización —más aparente que cierta— de los medios, igual electrónicos que impresos, fue durante largo rato parte de la fachada de *objetividad* —entendida como ausencia de compromiso y no como obligación para dar cuenta de todos los ángulos posibles de un acontecimiento— que los medios mexicanos, en mala imitación de los medios estadounidenses, mantuvieron en su mayoría hasta fines de los años ochenta.

Posiblemente —ya que en este asunto tan reciente y tan resbaladizo no se pueden establecer periodizaciones tajantes—, en la última década del siglo, en los medios de comunicación escritos, ha comenzado a ocurrir un deslinde de responsabilidades que implica una transparencia que antes no existía, tanto en el manejo informativo como en el esclarecimiento ante el lector, de asuntos como las fuentes de financiamiento, la circulación real y los intereses empresariales o políticos del medio al cual acude. Insistimos, apenas de trata del inicio de un proceso que está por desarrollarse y, por lo tanto, está aún por ser evaluado. Esta inicial apertura al escrutinio social por parte de algunos medios, permite recordar que entre los derechos de los lectores —en el caso de la prensa escrita— tendría que estar el derecho a conocer fehacientemente la ubicación económica y política del medio de información que lee. Un diario que informa de sus

tirajes con precisión o que no esconde sus fuentes de financiamiento, es un diario que busca ser creíble tanto en sus contenidos como en su perfil mismo, como medio y como empresa. Pero todavía hay mucho por lograr al respecto en el caso mexicano.

De las observaciones de Joffrin, nos sirven el reconocimiento de la relevancia política de los periodistas, así como de la confusión en la que suelen verse inmiscuados como protagonistas pero también operadores del mundo de la comunicación que tantas intersecciones tiene con el de la política. La economía de mercado seguramente no es tan liberadora como opina el escritor francés, pero ya que existe y en ese tren estamos encarrilados, es preciso reconocer y aprovechar recursos que ofrece; como la competencia, en el caso de los medios. Así, es posible advertir la necesidad de imponerle correctivos a dicha economía de mercado trasladada a los medios, según el reconocimiento de ese autor, que recuerda la solidez (más deseable que explícita, apuntamos nosotros) de los principios de los periodistas. Seguimos con Joffrin a propósito de tales principios:

La solución más simple consiste en enunciarlos en un texto, una especie de decálogo de deontología, y en hacer en este texto un contrato público con los lectores o los telespectadores. Sin que este minicódigo se vuelva una atadura puritana, claro está. Otros periodistas pueden inclinarse por los principios tácitos interiorizados. Cada quien elige lo que más le convence. Lo importante es que los locos escojan a sus loqueros, pues sin ello la libertad de información se vería amenazada.⁵¹

Y lo importante es también que no sólo los informadores se convenzan de la pertinencia de contar con reglas para su desempeño profesional, sino que además, con ellas puedan convencer a la sociedad. Después de todo, el resorte que se encuentra atrás del diseño de fórmulas variadas para establecer compromisos y pautas de conducta, es la búsqueda de credibi-

51. *Ibid.*, p. 61.

lidad por parte de los medios de comunicación; ya no basta con decir mensajes a través de ellos. Ahora, incluso para que puedan ser negocio —mercantil o político— es necesario que a los medios les crean sus públicos.

Ese contrato público con sus lectores, en el caso de la prensa escrita o con sus respectivos auditorios en otros medios, es parte del nuevo contrato que la sociedad tiende a asumir, explícita y vigorosamente, lo mismo para regular sus relaciones internas que las responsabilidades de los poderes que hay delante y dentro de ella. Uno de esos poderes, el de los medios de comunicación de masas, se ha desarrollado sin reglas específicas o con normas que han quedado rezagadas respecto del desarrollo de tales medios. El establecimiento de responsabilidades es el eje de ese nuevo trato que se necesita entre medios de comunicación y sociedad: es el eje de ese necesario nuevo contrato público.

OTROS TÍTULOS DE ESTA COLECCIÓN

- *Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas*
Enrique E. Sánchez Ruiz
- *Prensa y poder en Guadalajara*
Gilberto Fregoso Peralta y Enrique E. Sánchez Ruiz
- *Cultura, S. A. La apropiación corporativa de la expresión pública*
Herbert I. Schiller
- *Televisión y cultura, vol. I. Hacia el caos sensorial*
Ramón Gil Olivo

TÍTULOS DE LA SERIE CUADERNOS

- *Tendencias en la investigación sobre televisión en México 1950-1990*
Enrique E. Sánchez Ruiz
- *Prensa regional y elecciones*
Gilberto Fregoso Peralta
- *Televisión y producción de significados*
Guillermo Orozco Gómez
- *Bye Bye Lumière...Investigación sobre cine en México*
Eduardo de la Vega Alfaro y Enrique E. Sánchez Ruiz (Comps.)
- *De la crítica a la ética. Medios y sociedad. El nuevo contrato público*
Raúl Trejo Delarbre

OTROS TÍTULOS

- *Teleadicción infantil: ¿mito o realidad?*
Enrique E. Sánchez Ruiz (compilador)
- *Radiodifusión regional en México. Historias, programas, audiencias*
Francisco de Jesús Aceves, Pablo Arredondo y Carlos Luna (compiladores)
- *Así se calló el sistema. Comunicación y elecciones en 1988*
Pablo Arredondo, Gilberto Fregoso y Raúl Trejo
- *Investigar la comunicación. Propuestas iberoamericanas*
Cecilia Cervantes Barba y Enrique E. Sánchez Ruiz (coordinadores)

De la crítica a la ética. Medios y sociedad.
El nuevo contrato público,
se terminó de imprimir en julio de 1995,
en Doble Luna Editores e Impresores, S.A. de C.V.
Hugo Vázquez Reyes 24, Los Belenes, Zapopan, Jal.
El tiro fue de 500 ejemplares.

Textos de Comunicación y Sociedad

Serie Cuadernos

