



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
CAMPUS ARAGON**

**"LA ÉTICA PERIODÍSTICA EN LA PRENSA MEXICANA:
HACIA UN CÓDIGO DEONTOLÓGICO
DE LA PROFESIÓN"**

278731

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN PERIODISMO Y
COMUNICACIÓN COLECTIVA
P R E S E N T A :
EDWIN ALCÁNTARA MACHUCA**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

LA ÉTICA PERIODÍSTICA EN LA PRENSA MEXICANA: HACIA UN CÓDIGO DEONTOLÓGICO DE LA PROFESIÓN.

ÍNDICE

Introducción

CAPÍTULO I

PRENSA Y PERIODISMO: SUS FINES Y SU SENTIDO ÉTICO

1.1 Reseña histórica del desarrollo de la prensa	1
1.2 La prensa como servicio informativo	13
1.3 El periodismo, un servicio para la sociedad	20
1.4 Los periodistas: en búsqueda de su identidad profesional	31
Notas	41

CAPÍTULO II

LA ÉTICA PERIODÍSTICA COMO FORMA DE CRÍTICA Y TRANSFORMACIÓN

2.1 La ética: ¿obediencia a normas o ejercicio de libertad?	43
2.2 Perspectiva histórica de la ética	47
2.3 Deontología, el sentido ético de una profesión	63
2.4 Ética periodística: libertad y conciencia	67
2.5 El código de ética, ¿autocensura o guía de conducta?	75
2.6 Los primeros códigos de ética	83
2.7 Los esfuerzos para un código de ética periodística internacional	92

CAPÍTULO IV

HACIA UN CÓDIGO DEONTOLÓGICO DE LA PROFESIÓN: ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS DECLARACIONES DE PRINCIPIOS EDITORIALES DE TRES DIARIOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y CUATRO CÓDIGOS DE ÉTICA PROFESIONAL PROPUESTOS POR PERIODISTAS DE LA PRENSA ESCRITA

4.1 Preámbulo	175
4.2 El código de ética para la prensa: breve recuento de un proyecto inconcluso	178
4.3 Distinción entre las declaraciones de principios editoriales y los códigos de ética periodística	188
4.4 Las declaraciones de principios editoriales y los códigos comparados	192
4.5 Los principios defendidos por los códigos de ética periodística.	197
4.6 Algunos principios fundamentales de la ética periodística	200
4.7 Análisis comparativo	214
4.8 Análisis gráfico comparativo de las declaraciones de principios editoriales y los códigos de ética	271
4.9 Consideraciones globales	274
Notas	278
A manera de conclusión: algunas reflexiones finales	280
Anexo documental	298
Bibliografía	315
Hemerografía	319
Agradecimientos	321

***"Que ninguno de nosotros se crea en la cumbre
de la perfección. El periodista se perfecciona,
se eleva profesionalmente todos los días,
mediante la vigilancia, el estudio,
la autocrítica y la disciplina"***

Manuel Buendía

INTRODUCCIÓN

Ética es una palabra clave en la que las sociedades actuales parecen estar confiando las respuestas a muchos de sus grandes problemas morales, políticos e incluso económicos.

No es extraño que cada día nos encontremos nuevos libros sobre ética y política, ética empresarial, valores éticos en la familia o ética para adolescentes. Es casi cotidiano en México que algún partido político, órgano de gobierno o empresa, aluda a su *código de ética* para ganar credibilidad. Se aspira a alcanzar una ética policial y se introduce la ética en los nuevos textos escolares de civismo. Surgen también organismos civiles preocupados por problemas de corrupción gubernamental y por la carencia de valores éticos en los medios de difusión.

Pero más que ser una simple moda, este rescate de la *ética* debe responder a la complejidad y diversidad de los problemas de nuestras sociedades contemporáneas, que ya no admiten fácilmente rígidas ideologías, soluciones únicas y sistemas de valores inflexibles que restrinjan la libertad de los individuos. Es aquí donde la *ética* está jugando un papel crucial.

Se habla de una crisis de valores en los múltiples ámbitos del quehacer humano, que se ha agudizado ante el sentimiento de orfandad de doctrinas únicas en las cuales cobijarse. Este hecho, afortunadamente, está provocando una nueva búsqueda de ideas, valores y soluciones en un espacio de mayor movilidad ideológica y con un carácter más civil.

Naturalmente, el quehacer de los periodistas y de los medios de comunicación se encuentra en medio de este debate sobre la *ética* en los distintos ámbitos de la esfera pública. Cada vez con mayor frecuencia se publican libros y artículos sobre este tema. El interés por la conducta *ética* en los profesionales de los medios de comunicación crece en la medida en que se observa su creciente poder para influir en las ideas y

conductas de las personas. En nuestras sociedades contemporáneas es imposible eludir la incidencia de los medios en nuestra vida cotidiana.

La tendencia en diversos regímenes democráticos a disminuir el papel regulador del gobierno sobre diversos aspectos de la vida económica y social, ha provocado que también en los medios informativos se busque en la ética y las diversas fórmulas de autorregulación (cosejos de prensa, ombudsmen, estatutos y consejos redaccionales, códigos deontológicos, etc.) una alternativa para tratar de superar las restricciones a la libertad que supone un amplio control gubernamental en esta materia.

Al propio tiempo, con estas fórmulas se busca equilibrar los efectos que puede provocar la obediencia de las empresas de comunicación a los criterios del mercado que, incuestionablemente, afectan también la calidad y veracidad de la información.

El caso de México presenta ciertas peculiaridades: el sistema político presidencialista ha tenido un enorme peso sobre los medios informativos a lo largo de varias décadas. La dependencia, complicidad y subordinación al poder por parte de las empresas periodísticas fomentó un conjunto de prácticas no éticas en el periodismo que se arraigaron en forma tal que se hicieron costumbres. Los periodistas que actuaban éticamente podían considerarse casos excepcionales o eran orillados a conducirse conforme a la "ética" oficial.

En la década de los noventas, quizá como nunca antes, se discutió sobre la ética de los periodistas y la responsabilidad de los medios informativos en México.

Las incipientes transformaciones en el esquema tradicional de las relaciones entre gobierno y medios informativos han planteado nuevas realidades al periodismo. Aunque estamos lejos de poder afirmar que se han logrado cambiar completamente las antiguas pautas de comportamiento profesional, es sensible la creciente amplitud de las libertades de información y expresión en algunos medios, así como una mayor pluralidad informativa. Se observa también un debilitamiento de las actitudes de subordinación hacia el gobierno, que anteriormente caracterizaban a la prensa.

No obstante, comienzan a vislumbrarse nuevos riesgos. De las ataduras impuestas por el poder, diversos medios están transitando hacia esquemas informativos más comerciales en los que con frecuencia se cae en tratamientos periodísticos desequilibrados y carentes de ética: se pone mayor énfasis en aspectos superficiales de los acontecimientos, se busca la noticia sensacional o la primicia escandalosa como forma de atraer audiencias o lectores.

La banalización de los sucesos, las informaciones insuficientemente documentadas o no verificadas, los rumores y filtraciones, los manejos informativos poco diligentes, irrumpen crecientemente en los espacios noticiosos.

Acontecimientos socio-políticos como los que tuvieron lugar en 1994, pusieron a los medios informativos ante nuevos escenarios en los que la confusión, las informaciones precipitadas, la "telenovelización" de los seguimientos noticiosos, la distorsión y la parcialidad, crearon un panorama periodístico casi caótico, en el cual se puso de relieve la carencia de pautas deontológicas en el ejercicio periodístico.

De ser solamente voceros e instrumentos de del gobierno, los medios informativos están gradualmente ganando presencia también como actores decisivos en la vida pública y, con frecuencia, como protagonistas de los acontecimientos.

La crisis de valores profesionales y la falta de credibilidad en los medios cuestiona severamente la función social del periodismo y plantea como tema de discusión ineludible el de la ética periodística en México.

Diversos periodistas, investigadores de la comunicación, partidos políticos y organismos civiles han aportado valiosos análisis y propuestas en aras de mejorar la calidad de la información periodística y su sentido ético.

En los inicios de la presente década, desde el aparato público se comenzó a recomendar fórmulas para propiciar y fortalecer la ética del periodismo. Primero se propuso la creación de un ombudsman de la información en cada medio y posteriormente la formulación de códigos de ética empresariales y profesionales.

Dada la ineficacia normativa de las leyes que debieran regular la actividad de los medios informativos, el gobierno, particularmente el Ejecutivo Federal, se pronunció desde 1996 a favor de la autorregulación de las empresas informativas.

Desde entonces, los llamados del Presidente para la adopción de un código de ética, como mecanismo idóneo de autorregulación, han sido constantes. Pero, paradójicamente, el propio Ejecutivo se ha opuesto abiertamente a la renovación del marco legal para los medios de difusión, pues, en su opinión, ello entrañaría más riesgos que beneficios.

Lo contradictorio de esta circunstancia reside en que, ante la falta de un marco jurídico que regule materias mínimas fundamentales como la libertad y el derecho a la información, el libre acceso a fuentes, la protección y los derechos de los periodistas, no puede cimentarse la ética periodística en un Estado democrático de derecho.

La difícil transición democrática que se verifica en nuestro país hace de la renovación del régimen legal de los medios un tema sumamente delicado para la estabilidad política del actual gobierno.

En este contexto, el código de ética, dentro del discurso presidencial, parece ser sólo una salida "retórica" que pretende cubrir el vacío legal que beneficia a las empresas periodísticas. Sin embargo, en los hechos, la mayor parte de éstas no ha formulado un código de ética interno públicamente reconocido, ni ha manifestado interés en lograr consensos a nivel empresarial sobre principios deontológicos básicos que pudieran ser adoptados en forma unánime.

La prensa cotidiana de la ciudad de México juega un papel fundamental en la orientación ética de la información periodística, ya que es un medio informativo que tiene la posibilidad de tratar los acontecimientos noticiosos con mayor profundidad y detalle, y en donde éstos pueden ser analizados y comentados con mayor acuciosidad y rigor. Es por ello que ofrece cualidades distintas a la inmediatez y las restricciones espacio-temporales de los medios electrónicos.

Los diarios de información general son también el vértice donde confluyen las opiniones más diversas y los puntos de vista opuestos. Pero precisamente por tener mayores márgenes de libertad informativa y de expresión, la prensa también puede caer en manejos periodísticos desequilibrados o tendenciosos. Además, al ser una fuente informativa fundamental, puede ser usada como vía para propagar rumores, informaciones no verificadas, encuestas manipuladas, etc.

No obstante, la prensa sigue siendo columna vertebral del periodismo y una referencia informativa básica para todos los sectores de la sociedad.

Las empresas periodísticas de prensa son también las que han dado los primeros pasos para fortalecer la ética del periodismo: algunos diarios -muy pocos aún- han publicado declaraciones de principios editoriales, designado un ombudsman, o han formulado códigos éticos internos o manuales de redacción.

Pero la relatividad con que cada diario puede entender e interpretar "su" ética, hace ver la necesidad de que el código deontológico tenga además un alcance general para los periodistas como grupo profesional, pues de lo contrario, los avances para elevar la calidad del periodismo seguirán circunscritos a la ideología e intereses de las empresas.

Los códigos de ética representan fórmulas destinadas a lograr un compromiso de la profesión periodística con la realización de sus fines sociales. Son cuerpos de principios profesionales que buscan apelar sólo a la conciencia individual y colectiva de los periodistas, definir sus ideales de servicio a la sociedad, dar identidad, dignidad y prestigio a la profesión, pero sobre todo, cumplir con el deber esencial del periodismo: proporcionar a la sociedad una información veraz.

Estas fórmulas han sido adoptadas por asociaciones profesionales y diarios desde principios del siglo XX en Estados Unidos y Europa y, posteriormente, por organismos internacionales de periodistas. Pero su cumplimiento siempre ha

enfrentado numerosos obstáculos que obedecen a la problemática mundial y nacional que enfrenta el periodismo.

Debe destacarse que en nuestro país estos incipientes mecanismos de autocontrol en los diarios son todavía desconocidos por el público y han funcionado con limitaciones y retrocesos que les han impedido consolidarse. Pero es justo reconocer la trascendencia de estos primeros esfuerzos que se encaminan a lograr un periodismo más profesional y ético.

El conjunto de problemas hasta aquí expuesto despertó mi interés por realizar esta investigación que tiene como propósito fundamental analizar el desarrollo y condicionamientos de la ética periodística mexicana en las distintas etapas de la historia de la prensa mexicana, como fundamento para comprender los alcances y posibilidades de las actuales propuestas de código deontológico para la profesión periodística.

Una de las principales inquietudes que despertó en mí esta investigación fue la de dar respuesta a la pregunta ¿qué condiciones determinan la conducta ética del periodista?

Me pareció que en la actual marea de reclamos por un periodismo ético, muy pocos se han ocupado de pensar en cuáles son aquellas circunstancias que propician que el periodista pueda tener un comportamiento ético.

Al recopilar materiales hemerográficos -artículos, notas informativas, documentos-, observé que las críticas a la conducta ética del periodismo se centran básicamente en los síntomas (falta de veracidad y equilibrio informativo, sensacionalismo, escándalo, filtraciones, intrusiones en la vida privada, etc.), mas no en las causas que los originan. No se consideran tampoco las razones históricas de la carencia de una cultura de la ética del periodismo en nuestro país.

Consideré también la existencia de otra gran paradoja en este problema: el gobierno que durante largas décadas fomentó una actitud contraria a la ética

profesional mediante el control informativo, la dependencia económica y la corrupción de los periodistas, es el mismo que ahora recomienda los códigos de ética.

Concluí entonces que los actuales problemas de la ética periodística y la carencia de una cultura ética en la profesión no se habían originado tan recientemente como parece, sino que hunden sus raíces en el pasado. Y sí quería llegar a las causas del problema era necesario ir a la búsqueda de estas raíces en la historia misma del periodismo mexicano.

Para remontarme a los antecedentes de la ética periodística en nuestro país debí remitirme a la bibliografía fundamental sobre la historia del periodismo en México y buscar aquellos datos que me permitieran configurar un perfil de la conducta ética de los periodistas en el pasado.

En este proceso encontré una serie de hallazgos que nos hablan del sentido ético que guiaba a los precursores de nuestro periodismo: las luchas sociales, ideológicas y políticas.

Pero también observé que el ejercicio periodístico en México se desarrolló en medio de grandes limitaciones, represión y un fuerte control proveniente casi siempre del poder gubernamental.

Advertí que el periodista del pasado como el del presente -aun cuando entre ellos medie el desarrollo del periodismo como actividad profesional- son guiados por determinados valores y principios éticos, los cuales se encuentran en estrecha relación con las circunstancias históricas que los rodean: las costumbres, los valores morales, la ideología, la lucha política, las leyes, el poder del gobierno.

En suma, fue preciso entender a la ética periodística como un fenómeno histórico que está vinculado, además, con el desarrollo tecnológico de la prensa y los medios de difusión en general, así como con la evolución del propio periodismo como actividad especializada.

Consecuentemente el desarrollo de una conciencia ético-profesional (en el sentido del periodismo contemporáneo) se halla condicionado por una serie de factores, entre los cuales, quizá el más importante, es el grado de libertad que goza el periodismo en el país. No puede haber ética si no hay libertad.

Al revisar la historia del periodismo mexicano en el siglo XX, me encontré con lo que para muchos es un lugar común: el control político y económico que el gobierno ha ejercido sobre la prensa. Sin embargo, éste era un elemento imprescindible para explicar la ética periodística en la actualidad.

¿Cómo podría hablarse de ética periodística en un país donde la "libertad de prensa" ha sido controlada, restringida o conducida por el poder?, ¿cómo pedir actualmente ética a los periodistas en un país donde las empresas periodísticas han mantenido una relación de complicidad, conveniencia y dependencia con el gobierno?, ¿cómo desear que exista una cultura de la ética periodística en unos medios informativos que han reproducido el esquema autoritario del poder?

En consecuencia, mi investigación debía contemplar necesariamente los condicionamientos de la ética periodística como forma de comprender los orígenes de los problemas de ética en el periodismo actual.

¿Hasta qué punto el control y la dependencia oficial de la prensa engendraron las prácticas no éticas en el periodismo mexicano?, ésta era una pregunta pendiente de contestar antes de preguntarse por las posibilidades de avanzar en pos de una ética del periodismo y la adopción de códigos deontológicos para la profesión.

Por ello fue que decidí partir de la premisa de que la ética tiene un carácter histórico y social. Es decir, que el comportamiento ético de las personas está determinado en gran medida por las condiciones materiales, sociales y políticas concretas en que se desarrolla su existencia en una época determinada.

Aun cuando en sus actos morales, el hombre actúa conforme a su conciencia individual, también es cierto que el progreso histórico-social crea las condiciones para el

progreso moral humano. Este principio resulta especialmente aplicable para el trabajo de los periodistas que se encuentra fuertemente influido por las condiciones políticas, económicas y sociales que orientan los ideales, fines y principios de los órganos informativos.

El periodista se halla permanentemente en medio de un complejo entramado de relaciones sociales, intereses y fuerzas que actúan decisivamente sobre su conducta profesional. Es por ello que estimé que el análisis de algunos condicionamientos fundamentales de la ética periodística mexicana podían contribuir a dar sustento a mi aproximación al tema.

El afán de comprender las causas que han impedido en nuestro país el ejercicio de un periodismo libre de control político y comprometido con sus fines sociales, puede además ofrecer una visión sobre las posibilidades actuales de adoptar un código ético que cubija a toda la profesión y que emane de la discusión libre y democrática de los periodistas mismos.

En los últimos años, diversas propuestas de código ético han sido formuladas por periodistas de manera individual y, ocasionalmente, en forma colectiva. Pero desafortunadamente tales iniciativas son poco conocidas y no han podido ser objeto de una amplia discusión entre el grupo profesional ni contar con las vías para concretizarse en una carta deontológica formal y públicamente reconocida.

El propósito de rescatar y valorar algunas de estas propuestas de código ético es también uno de los principales móviles de esta investigación.

Todas estas inquietudes fueron las que determinaron la forma que daría finalmente a este trabajo. Y como consecuencia de ello, sentí la necesidad de fundamentar ampliamente cada una de sus partes.

La bibliografía sobre ética periodística que se aboca específicamente al caso mexicano es aún muy escasa. Sólo se cuenta con libros clásicos que describen los problemas derivados del control informativo y la dependencia oficial de la prensa. La

bibliografía del tema, en su mayoría extranjera, obviamente no responde con fidelidad a nuestros problemas de deontología periodística, *sin embargo es de enorme utilidad.*

En este sentido, nuestra investigación aspira a proporcionar un basamento teórico-conceptual e histórico que pudiera servir de referencia o sustento a investigaciones posteriores sobre problemas específicos de la ética periodística mexicana.

La presente tesis está integrada por cuatro capítulos. En el primero de ellos buscamos *ofrecer una base teórica conceptual que permita comprender el sentido ético de la prensa y el periodismo.* Elaboramos una reseña histórica del desarrollo de la prensa como punto de partida necesario para entender cómo la ética periodística se encuentra condicionada por las circunstancias político-sociales que han impulsado el desenvolvimiento de este medio informativo.

Asimismo, revisamos la definición de prensa para comprender cómo sus funciones sociales constituyen el eje que guía sus ideales de servicio a la sociedad. Con la misma intención, creímos pertinente esbozar la definición de periodismo, pues en la búsqueda de su esencia se pueden encontrar sus propósitos éticos. Igualmente necesaria resulta la búsqueda de una delimitación conceptual del periodista, ya que en la medida que se defina su identidad profesional podrán establecerse con mayor claridad sus deberes y responsabilidades.

En el segundo capítulo aspiramos a construir una postura teórica en torno a la ética periodística. Queremos, en primera instancia, dejar claro que la ética no debe ser comprendida como la obediencia mecánica a normas o preceptos morales, sino que es, ante todo, un ejercicio de crítica y reflexión para fortalecer la libertad y la conciencia de nuestras acciones. Hacemos también una revisión histórica de la ética pues en ella se encuentra el fundamento teórico que permite proyectar esta ciencia hacia el estudio de los problemas prácticos del periodismo.

Analizamos también los conceptos de deontología y ética profesional para mostrar cómo el comportamiento ético constituye la más alta expresión de la conducta profesional orientada a fines sociales. Enseguida, abordamos el tema de la ética periodística, su significado y su importancia en la defensa de las libertades de expresión e información, la dignidad de la profesión periodística y el servicio a la sociedad.

Al final de este capítulo discutimos la importancia de los códigos de ética periodística como expresión concreta de los ideales de servicio profesional que, lejos de representar instrumentos de autocensura, son una forma de orientar al periodista en el cumplimiento de sus compromisos con la sociedad. Aquí consideramos también el surgimiento y desarrollo de los códigos deontológicos del periodismo como una lucha constante de los periodistas por darse directrices y cumplir los deberes de su actividad profesional.

El tercer capítulo se aboca propiamente al análisis de la ética en la historia del periodismo impreso mexicano. Presentamos un esbozo histórico de la ética periodística en la prensa mexicana cuya forma y estilo pretenden acercarse a los de un ensayo, pues en él exponemos ideas y reflexiones personales que se ponen a discusión desde el enfoque actual de la ética periodística proyectado hacia la interpretación de acontecimientos del pasado. Al propio tiempo, en esta parte buscamos ofrecer una visión panorámica del desarrollo histórico de la prensa mexicana.

Para acercarnos al momento actual, hacemos un análisis de los que a nuestro juicio han sido los principales condicionamientos de la ética periodística de la prensa capitalina en el presente siglo, bajo los gobiernos revolucionarios. Aquí hemos partido de una serie de temas que, a nuestro parecer, deben ser reflexionados para interrogarse por las posibilidades de concretizar un código de ética y otras fórmulas de autorregulación.

En el cuarto capítulo buscamos destacar y analizar los esfuerzos que se han realizado en nuestro país durante los últimos años, para adoptar un código deontológico

de la profesión periodística. Nuestra aproximación al problema gira en torno a un análisis comparativo de las declaraciones de principios editoriales de tres diarios capitalinos y cuatro propuestas de código ético formuladas por periodistas de la prensa.

El propósito fundamental de este análisis es resaltar el valor de estas fórmulas como planteamientos propositivos para estimular el comportamiento ético-profesional en los periodistas. El estudio comparativo puede revelarnos también algunos de los principales problemas éticos actuales del periodismo mexicano y sus posibles soluciones desde la perspectiva deontológica.

En la configuración de este análisis partimos de un breve recuento de los proyectos inacabados para adoptar un código deontológico del periodismo en México. Nos apoyamos en un análisis conceptual de los principios fundamentales de la ética periodística -que son nuestro principal criterio comparativo- y discutimos algunas de las omisiones, imprecisiones o insuficiencias de las declaraciones y los códigos comparados. Ponemos especial énfasis en aquellas condiciones que reforzarían o darían cimiento a la aplicación de los principios deontológicos propuestos.

Por último, a manera de conclusión, anotamos algunas reflexiones finales sobre los desafíos que enfrenta la prensa mexicana en aras de lograr un conjunto de condiciones que favorezcan y estimulen la conducta ética de los periodistas.

En el anexo documental presentamos el *Decálogo para periodistas* formulado por el periodista español Joaquín Estefanía y que diera a conocer en México, en 1993. También incluimos los *Principios generales de la ética periodística* del investigador mexicano Ernesto Villanueva (1996). Más que tener el carácter de códigos éticos, estos documentos constituyen reflexiones que por su universalidad, claridad y precisión, tienen un enorme valor para cualquier investigación o propuesta sobre el tema.

También se incluyen aquí opiniones de periodistas, editores e investigadores de la comunicación sobre el código deontológico y la ética del periodismo, con el fin de

ofrecer una breve muestra del interés creciente de los profesionales mexicanos por discutir estos temas.

La intención de contribuir a la reflexión sobre las condiciones que favorecerían una actitud ética del periodista es la inquietud esencial que mueve este trabajo que, colateralmente, quiere despertar algún interés por el tema entre quienes estudiamos periodismo en nuestra universidad.

CAPÍTULO I

PRENSA Y PERIODISMO: SUS FINES Y SU SENTIDO ÉTICO

"El disfrute de la libertad de los medios debe estar guiado por los valores de servicio a la sociedad que dieron origen a esa libertad"

Hugo Aznar

1.1 Reseña histórica del desarrollo de la prensa

Definir a la prensa es una tarea difícil si consideramos que ésta, como medio de difusión, representa un fenómeno social cambiante, dinámico y determinado por la estructura social en que se inscribe. Pero precisamente lo que buscaremos aquí es comprender a la prensa en su desarrollo histórico, es decir, de acuerdo con las funciones específicas que cumple en cada época y sociedad.

De esta forma buscaremos delinear la fisonomía de la prensa actual vista como industria periodística. Con ello trataremos de establecer una base que nos permita comprender cómo la ética periodística se encuentra fuertemente condicionada por las circunstancias concretas en que se desenvuelve la prensa.

Por otro lado, haremos un esfuerzo por establecer las funciones que cumple la prensa en su ideal de servicio a la sociedad, pues, aún con todos sus condicionamientos, tiene un papel vital como transformadora de la conciencia humana.

Aproximarnos a una definición de prensa nos permitirá, pues, preguntarnos por su razón de ser, por sus deberes y, por lo tanto, valorarla en su dimensión ética.

El concepto original de prensa nos remite, en primera instancia, a la idea de la máquina que es utilizada en la impresión para obtener la reproducción sobre un soporte a partir de un molde o forma¹.

Vista como instrumento técnico, la prensa es un medio que posibilita la difusión de ideas mediante un soporte material: el papel. Pero su peculiaridad como tal es que permite que esta difusión de ideas se realice mediante un proceso de producción tecnificado, que de artesanal en sus inicios se transformaría en industrial y, en consecuencia, tendría repercusiones sociales de gran trascendencia.

En la actualidad, la transformación hacia la digitalización de la producción editorial, sigue revolucionando nuestros conceptos tradicionales de prensa.

De allí la enorme relevancia de la invención de Gutenberg a mediados del siglo XV. "La aparición de la imprenta -dice Taufic- significó un terremoto social, una revolución cultural que afectó a todas las clases sociales..."².

La prensa forma parte de un desarrollo tecnológico en las formas de comunicación, así como de un desarrollo cultural que supone la existencia de condiciones materiales y sociales que permitan su desenvolvimiento como un medio que satisface determinadas necesidades humanas de información.

Al mismo tiempo, la prensa, como medio de difusión, se convierte en un instrumento transformador de la conciencia de la sociedad y de su concepción de la realidad.

Pero, por supuesto, no es la prensa -la máquina- en sí, la que determina estos cambios en la conciencia social, sino la utilización que se hace de ella. Frente a esto debemos insistir en que la prensa es un medio que permite la transmisión de ideas, de mensajes y, por esta razón, se encuentra determinada por las condiciones sociales que, en última instancia, definen el carácter de las ideas que transmiten. Esto implica, además, el concebir que la prensa es utilizada por determinados grupos sociales ante ciertas necesidades históricas y, desde luego, con propósitos específicos.

Por ello, para arribar a nuestra definición de la prensa como industria periodística estimamos necesario hacer una revisión de las condiciones que impulsaron el periodismo impreso.

Durante sus primeros años, la prensa estuvo al servicio de la impresión de libros. Pero también hizo posible, posteriormente, el surgimiento de la información periódica.

La clase gobernante europea se valió de la imprenta para dar a conocer sus leyes, decisiones y comunicados creando lo que se podría considerar como *periódicos oficiales*. Asimismo, las primeras *Relaciones* impresas que, como en el caso de España, daban cuenta de las noticias provenientes del Nuevo Mundo, se consideran verdaderos gérmenes del periodismo moderno.

Sin embargo, el impulso decisivo que reciben las publicaciones periódicas está ligado al desarrollo de la clase burguesa mercantil del siglo XV. En los puertos comerciales de Italia, esta clase social requería de informaciones frescas sobre las salidas de navíos, los precios de mercancías y la seguridad de las vías de comunicación, las cuales quedaron impresas en las llamadas *notizze scritte o foglie d'avvisi*. A estos informes se añadían también noticias de tipo político.

En Alemania, el periodismo impreso tiene como antecedente a los *Fugger*, ricos negociantes y terratenientes que para tener éxito en sus operaciones comerciales necesitaron de importantes servicios de información, precisos y al día, sobre actividades políticas, guerreras y económicas, las cuales fueron registradas en las colecciones llamadas *Ordinari Zeittungen* y, las noticias de última hora en *Extraordinary Zeittungen*.

En esta forma, las publicaciones impresas comienzan a adquirir su carácter informativo determinadas por las necesidades económicas y políticas de la época moderna.

Hacia 1505 aparece por primera vez el nombre de *Zeitung*, aplicado a las hojas que sin periodicidad fija relataban las noticias de la época. Pero es a mediados del siglo XVI cuando comienzan a circular en forma popular las hojas impresas con informaciones de última hora. En algunas ciudades alemanas como Nürenberg, Estrasburgo y Basilea, los impresores comienzan a numerar las llamadas *hojas volantes* para llevar un registro de su periodicidad.

Al popularizarse las *hojas volantes* en Europa comenzaron a ser conocidas por varios nombres: en Italia se arraigó el de *gazzetas*; en Alemania se conocen como *zeitungen*; en Inglaterra se les llama *mercurys*; en Francia se les denomina *courriers* o *journaux*. En otros lugares se les da el nombre de *avisos, cartas y relaciones*. Hacia 1534 surge el primer periódico con regularidad en Nuremberg.

Podemos advertir que el periodismo impreso fue abriéndose camino entre publicaciones de diferente naturaleza (como crónicas reales, comunicados oficiales, informes de la nobleza, etc.) al tiempo que se desarrolla la producción de mensajes específicamente informativos.

En los inicios del siglo XVII aparecen los primeros semanarios, como el *Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen*, publicado en Estrasburgo en 1609. Hacia 1615 surge el primer periódico diario en Alemania, titulado *Die Frankfurter Oberpostants Zeitung*. Asimismo, en 1623 también se publica la *Gaceta de Amsterdam*, primer periódico holandés.

Con los ejemplos que citamos no aspiramos a hacer una historia detallada de la prensa, pero sí creemos necesario subrayar algunos momentos que nos ayuden a caracterizar la forma en que adquiere la periodicidad y la índole popular que le son propias.

Es en Francia donde las publicaciones periódicas reciben un notable empuje del doctor Teophraste Renaudot, quien, tras haber desarrollado las *Nouvelles á Main* (para dar un motivo de distracción a sus enfermos con la lectura de noticias), extiende una importante red de servicios informativos que lo llevan a fundar la *Gazette de France*, en 1631. Esta se convierte ya en un importante órgano informativo y es considerada como el primer periódico francés, pero quedaría bajo la influencia del rey Luis XIII y del cardenal Richelieu, pues en diversos momentos se valen de ella para divulgar noticias de su particular interés.

La producción en serie de textos impresos se fue complejizando paulatinamente. En un principio ésta tenía un carácter artesanal, pues el impresor conoce y domina todas las partes del proceso de producción. Pero el desarrollo de las artes gráficas supondrá la existencia de distintos especialistas dedicados a aspectos específicos del proceso de producción: fabricación de papel, de las tintas, de los tipos e incluso de las prensas.

La mayor capacidad de producción de los talleres de impresión y las innovaciones técnicas de la prensa durante el siglo XVII contribuyen a hacer posible la aparición de los primeros diarios.

En 1660 aparece el *Leipziger Zeitung*, considerado uno de los primeros periódicos diarios de Alemania. En 1702 surge el primer diario británico titulado *Daily Courant*, del cual se dice que no era un diario de "expresiones políticas", pues no contenía noticias nacionales, sino que sus inquietudes estaban más abiertas al exterior, además de publicar noticias escuetas, sin comentarios, por estimar que a los lectores les competía hacer éstos.

Hacia 1704 se publica el primer periódico diario de Norteamérica, el *Boston News Letter*, que tiene ya propósitos comerciales en la difusión de las noticias.

Con la aparición de los primeros diarios, la prensa fortalece su carácter expresamente periodístico, es decir, la divulgación y comentario de los acontecimientos de actualidad como función principal de la prensa. El estrecho vínculo entre prensa y periodismo, hace que éstos se conviertan en términos equivalentes.

Cabe recordar que hasta el momento la prensa se ha encontrado bajo el control y las limitaciones establecidas por los gobiernos monárquicos, lo cual no quiere decir que no haya desempeñado un papel activo en los cambios sociales.

El siglo XVIII, la era del iluminismo, representa una etapa de ascenso de la burguesía que abre paso a sus inquietudes políticas y filosóficas a través de las publicaciones periódicas.

En Inglaterra, los periódicos se convierten en importantes foros de debate de ideas filosóficas, morales y políticas con la publicación de "ensayos". Destacan aquí títulos como *The Tatler* (1709) de Richard Steele, *The Spectator* de Joseph Adison (1710) y *The examiner* de Jonathan Swift (1711).

En Francia, el periodismo impreso cobra un auge sin precedente desde los años previos a la Revolución de 1789. Los pensadores de la Ilustración desataron en este

país un ambiente de discusión, debate, curiosidad y polémica que se desborda de los salones de la aristocracia. La agitación de las conciencias y la lucha política de ideas hubiera sido impensable sin la participación de los periódicos literarios, científicos, económicos y técnicos de la época.

La Revolución Francesa marca en forma indeleble el carácter político y partidista que tendría la prensa. Junto con los clubes revolucionarios proliferan los periódicos que propagan su propia perspectiva de la revolución. Entre los numerosos títulos de estas publicaciones destacan *L'Ami du Peuple*, de Marat, *Patriote Francaise* de Brissot; *Revolutions de France et de Barbant*, de Desmulins y *Tribun du Peuple* de Babeuf.

En tanto, en Norteamérica había surgido también una prensa revolucionaria desde 1721 con la aparición del *New England Curreant*, editado por James Franklin, en donde aparecen artículos de su hermano Benjamin. En 1748, Samuel Adams lanzó el *Independent Advertiser*, considerado como uno de los primeros periódicos rebeldes que, junto con la *Boston Gazette* que él mismo publicaría en 1775, fomentan el espíritu de lucha y afirmación de los derechos individuales entre los colonos frente al dominio británico. Thomas Paine se sumaría también a la causa independentista con la publicación del *Pennsylvania Magazine* y, hacia 1770 se funda también el *Massachusetts Spy* que en 1774 llevó el lema de "unirse o morir".

Es incuestionable la influencia que tuvo la prensa para formar la conciencia revolucionaria que llevaría a las colonias norteamericanas a su independencia. Incluso, una vez terminado el movimiento armado, la prensa participa activamente en el debate político para definir la forma de gobierno de la nueva nación, como lo demuestra la aparición del *El Federalista*, publicado por Alexander Hamilton.

La entrada del siglo XIX representa un importante cambio en las formas de producción gráfica que repercutirá en el desarrollo de la actividad periodística. Con respecto a los avances de la imprenta, Diego Portales concluye que "desde el siglo XV

al XIX hubo escasos progresos técnicos³. Según este autor es en este último siglo cuando ocurre la transformación de la gráfica que pasa de artesanía a industria.

Tendremos presente lo que señala el mismo Portales al hacer ver que es necesario separar la producción gráfica de la producción periodística, pues, dice, "se puede sostener que la gráfica condiciona al periodismo..."⁴.

En los talleres de impresión donde predominaba el trabajo manual se irá supliendo la fuerza de trabajo humana por la de la máquina. Al mismo tiempo, las relaciones patriarcales entre maestros y aprendices tienden a desaparecer.

El surgimiento y desarrollo de lo que se denomina "gran prensa" está condicionado por este cambio en los métodos de producción. Por eso creemos necesario destacar algunos acontecimientos que determinaron el paso de la prensa artesanal a la industrial.

El primer avance hacia la industrialización de la prensa tiene su antecedente en 1810, cuando el alemán Federico Koenig modifica la prensa manual y crea la primera prensa de vapor; en 1812 él mismo fabrica la primera prensa de cilindro. Pero el momento culminante de su invención ocurre en 1814 cuando, con el apoyo del empresario John Walter del *The Times* de Londres se logra publicar la primera tirada de este periódico con la nueva prensa que es capaz de imprimir 1100 pliegos por hora.

En estos mismos años, los grandes periódicos de Nueva York alcanzan ya enormes cifras de circulación, como la del *Mercantile Advertiser* que en 1816 llega a los 2250 ejemplares. En 1832 se instala en Norteamérica la primera prensa de cilindro fabricada por Robert Hoe. En este mismo año el surgimiento de *The New York Sun* marca el inicio de la prensa de *masas*, pues se trata de un diario casi gratuito. En 1835 James Gordon Bennet, considerado un innovador de las transformaciones técnicas de la prensa, funda el *New York Herald*. Este periódico marca el principio de la prensa industrial.

Cabe mencionar que en esta época tanto Inglaterra como Estados Unidos, son países que viven una relativa estabilidad política y social que les permite desarrollar el periodismo informativo y comercial estimulado por las necesidades del capitalismo creciente.

La revolución industrial, además de modificar las diversas ramas de la producción, propicia cambios sociales como la concentración urbana y la movilidad social. La prensa para "las masas" es producto de esta sociedad industrial, pero su carácter popular dependía tanto de la capacidad de producción de las prensas como del desarrollo cultural de la población a la que está destinada.

Si bien se había iniciado y difundido en Norteamérica y parte de Europa la prensa de carácter comercial, aún no se puede afirmar que esta orientación será definitiva, pues las contradicciones sociales derivadas del capitalismo hacen que la prensa (especialmente europea) siga tomando parte abiertamente en la lucha ideológica.

Tras la era napoleónica se abre una etapa de conservadurismo en Europa que define los nuevos escenarios de lucha para la prensa. Bajo el signo reaccionario de las monarquías restauradas que censuran la libertad de expresión se gesta una importante prensa liberal que reúne importantes hombre de letras y cuya influencia es crucial en los movimientos revolucionarios del siglo XIX.

Así, en Francia, numerosos periódicos dan cuenta de las variadas tendencias políticas que se enfrentan durante las revoluciones de 1830 y 1848.

En Alemania e Italia, en estas mismas fechas, los intentos de unificación, el nacionalismo y las aspiraciones republicanas son un estímulo poderoso para la prensa política que se convierte en el instrumento de combate por excelencia.

El fenómeno de la llamada prensa partidista, doctrinaria o prensa de opinión se manifiesta prácticamente en toda Europa y alcanza también a la Latinoamérica. Puede

afirmarse que la prensa vive una etapa de efervescencia: no sólo es testigo sino activa participante y protagonista de los grandes acontecimientos y convulsiones del siglo XIX.

Paralelamente a los diarios de gran difusión, voceros del conservadurismo o de la burguesía liberal, aparecen también publicaciones marginales que expresan los problemas e intereses de la clase obrera, dan a conocer las ideas del socialismo utópico y, más adelante, del socialismo científico.

Queda de manifiesto que la prensa se encuentra indisolublemente ligada a los intereses de clase, sirve a los grupos políticos y es eficaz instrumento de combate en la lucha ideológica.

En el curso del siglo XIX se demostró que la prensa no sólo se ocupa de la transmisión de noticias, sino que se orienta abiertamente al enjuiciamiento de los hechos a la luz de las corrientes ideológicas. Pero a finales de este siglo la prensa comienza a tomar un nuevo rumbo definido por la intención de cumplir una función específicamente informativa. El acelerado desenvolvimiento de la prensa como una industria y las necesidades peculiares de información "neutral" por parte de las empresas capitalistas y del comercio, hacen que emerja una prensa que privilegie cada vez más la información sobre la opinión.

Podemos afirmar que este giro en la orientación de la prensa tiene su origen en los Estados Unidos, en donde se busca amortiguar el tono partidista de las noticias con el fin de aumentar la circulación y el crecimiento de la publicidad como fuente de ingresos. Esta tendencia se extiende pronto en Europa y América Latina.

Las publicaciones periodísticas adquieren gradualmente su peculiar carácter de empresas que ofrecen un servicio informativo. De esta forma, también logran una relativa independencia en la medida en que el desarrollo económico y cultural de la sociedad les permite transformarse en grandes negocios.

Sin embargo, la adquisición de la moderna maquinaria y equipos de impresión, evidentemente, no es accesible a todos los sectores sociales y las pequeñas empresas periodísticas no podrán competir fácilmente con la gran industria periodística.

Por eso es preciso señalar que aún cuando la prensa va adquiriendo su carácter de industria periodística, ello no significa que entre a una etapa de absoluta libertad, independencia e imparcialidad. Por el contrario, ahora la prensa se encuentra sujeta a los intereses del sistema económico capitalista y, virtualmente, se convierte en vocera de grupos de poder económico.

La objetividad, la imparcialidad y la independencia son con frecuencia, membretes que ocultan múltiples intereses políticos y la propagación de la ideología empresarial.

No obstante lo mencionado, se debe subrayar que estas transformaciones en la prensa promovieron la configuración del periodismo contemporáneo como una actividad profesional con características especiales y funciones sociales de enorme trascendencia en nuestra época.

Los vertiginosos avances técnicos en la industria de la impresión logrados en la segunda mitad del siglo XIX abren una etapa de fuerte competencia entre los grandes diarios de Norteamérica. Ya en 1876, el *New York Times* exhibe una rotativa capaz de imprimir 17,000 ejemplares en una hora. En ese mismo año se desarrolla la máquina de linotipia que en 1886 sería lanzada al mercado por Mergenthaler. En 1884 también se introduce la impresión offset.

Al mismo tiempo, los grandes periódicos de Nueva York despliegan un conjunto de estrategias periodísticas y publicitarias con las que buscan ponerse a la vanguardia: se valen de redes de corresponsales, agencias informativas y enviados especiales; se aprovechan los adelantos de la comunicación: telegrafía, cable submarino, telefonía. Asimismo explotan la venta de espacios publicitarios, los sistemas de suscripciones, los anuncios comerciales, los clasificados, la propaganda, las inserciones, la nota de

sociales, etc. Se publican también noticias sensacionalistas y se desarrolla la *prensa amarilla*.

Todos estos elementos contribuyen a delinear la fisonomía de la gran prensa, es decir, la moderna empresa periodística que se desarrolla vigorosamente durante el siglo XX.

La transformación hacia lo que denominamos *gran prensa*, tiene su origen, como lo afirma George Weill, en causas técnicas, económicas y sociales a la vez⁵, que podríamos resumir en esta forma:

1. Desde la aplicación de la máquina de vapor al proceso productivo de la prensa comienza una etapa acelerada de perfeccionamientos técnicos que la dejan en condiciones de abaratar los costos de venta, permitiéndole así llegar a un público cada vez más extenso.
2. La disminución y supresión de impuestos sobre el timbre, el papel y los anuncios, también contribuye al abaratamiento de los costos de producción de los periódicos y, por lo tanto, a que estos sean accesibles a las capas sociales medias y bajas.
3. La evolución política de los países occidentales representa un estímulo para el desarrollo de la prensa, pues las clases medias se incorporan en forma más activa a la vida política, convirtiéndose en consumidoras de periódicos.
4. Para las "masas" obreras la instrucción llegó gradualmente, pero los progresos educativos serían los mínimos para permitir que esta clase social comience también a formar parte del público consumidor de la prensa en forma creciente.
5. El desenvolvimiento de las formas de comunicación (transporte terrestre, ferrocarril, telegrafía, correos, cable, telefonía) son elementos fundamentales que estimulan la eficiencia y desarrollo del periodismo impreso.
6. Los factores mencionados permiten que la prensa se convierta en una industria que influye poderosamente sobre la sociedad y el sistema político, al tiempo que constituye una importante fuente de negocios.

7. El periódico, producto de la industria periodística, llega a numerosos lectores que, cada vez, desean información más accesible, abundante y rápida, modificándose así en forma importante el estilo de hacer periodismo que se orienta hacia la información "neutral". Esto da origen a la división de los géneros periodísticos informativos y de opinión, así como al desenvolvimiento de funciones cada vez más especializadas dentro de la división del trabajo periodístico: reporteros, redactores, corresponsales, articulistas, etc.

Consideramos de importancia haber hecho esta breve reseña del desarrollo de la prensa puesto que el interés por la ética periodística nace como resultado de la evolución de este medio de difusión. La concepción de la prensa como una institución que tiene deberes y responsabilidades que cumplir es producto de su consolidación como medio transformador de la conciencia social.

La ética periodística nace del esfuerzo por alcanzar una conciencia profesional, lo cual tiene como condición necesaria la configuración del periodismo como una actividad especializada, con funciones definidas. Esto no hubiera sido posible sin el *desenvolvimiento que ha alcanzado la prensa hasta su concepción actual.*

Una de las ideas centrales que conducen esta investigación es que la ética periodística se encuentra fuertemente condicionada por la forma concreta en que actúa la prensa en cada lugar y época; es decir, por el papel específico que tiene en la sociedad, por las funciones determinadas que le impone una formación social, el desarrollo de sus fuerzas productivas, la evolución política, las ideologías dominantes y los valores morales y culturales que prevalecen.

De lo anterior se deduce lo difícil que resulta separar la ética periodística de los intereses económico-políticos que rigen a la prensa.

Es en este siglo cuando las asociaciones profesionales de periodistas, conscientes de la relevancia de su función social, han luchado por trascender las barreras y condicionamientos que tiene la prensa para desarrollar una amplia discusión

sobre la posibilidad de establecer principios de ética profesional que tiendan a adquirir una dimensión universal.

1. 2 La prensa como servicio informativo

Los antecedentes históricos esbozados nos permiten hacer algunas consideraciones sobre el actual concepto de prensa como servicio informativo para la sociedad, mismo que guía nuestra investigación.

La prensa, en tanto que medio de difusión masiva, está constituida por el conjunto de empresas que utilizan recursos humanos, tecnología y equipos materiales que transmiten mensajes destinados a públicos numerosos⁶.

Basándose en la teoría general de los sistemas, Raúl Rivadeneira, define al periodismo impreso como " un sistema abierto de comunicación humana tecnificada que procesa acontecimientos, ideas y sentimientos procedentes de una o varias fuentes para transmitirlos a destino mediante un canal llamado periódico"⁷.

Esta concepción de la prensa nos parece una interesante aproximación a un enfoque científico de su comprensión, pero estimamos necesario agregar algunas precisiones que nos ayuden a entender su trascendencia social y, por tanto, su dimensión ética.

Tradicionalmente, la noción de prensa está identificada con la de periodismo. Por extensión, se ha utilizado la palabra prensa para denominar también a la radio y a la televisión en su función informativa. Por ello, la expresión " prensa escrita " se ha usado para distinguirla del periodismo que realizan los medios de difusión electrónicos.

Como detallaremos posteriormente, en este trabajo nos restringimos a denominar *prensa* al conjunto de los medios de difusión impresos, particularmente los de periodicidad diaria.

En un sentido amplio, el periodismo impreso tiene dos formas de presentación: como diarios y como revista⁸. Ambas, según Leñero y Marín, están definidas por su fisonomía editorial (signada por la naturaleza de los asuntos que se abordan y la política editorial de cada empresa periodística) y su fisonomía física (dada por la presentación, tamaño, maleabilidad, tipografía, distribución de materiales gráficos y escritos, distribución de secciones, clase de papel, etc.)⁹.

Esta investigación centrará su interés en los diarios, por lo que haremos también algunas precisiones al respecto. El diario es una publicación periódica. Se considera que un periódico es, en general, todo impreso o escrito que aparece a intervalos regulares de menos de un año y continúa por un período indefinido¹⁰. Los expertos de la UNESCO, reunidos en 1961, definen al diario como el periódico que aparece cuando menos de cuatro a seis veces por semana.

Martínez de Sousa ha aclarado que con frecuencia en nuestra lengua "periódico" y "diario" tienden a confundirse y establece que el diario es un periódico, pero no todo periódico es diario¹¹.

Sin embargo, convencionalmente se considera que el diario es el periódico por antonomasia, por lo que comúnmente se hace referencia a los diarios como "periódicos".

Diversos autores, entre ellos Jorge Calvimontes en su conocido estudio, emplean el término periódico como equivalente al de diario, e incluso lo hacen extensivo al designar también con esta palabra a la empresa periodística.

El diario, como objeto concreto (material) constituye el soporte de la información periodística, es el canal por el cual ésta se difunde: es un medio de información impreso. Pero para completar la definición debemos indicar aquello que le es esencial, es decir, sus funciones.

Aunque la consulta de diarios a través de la red cibernética nos ofrece una nueva dimensión de este concepto, consideramos que en esencia la finalidad del "diario

electrónico" es la misma y su versión en papel conserva un enorme arraigo y utilidad práctica.

La función principal del diario es dar a conocer noticias, esto es, los acontecimientos de interés público de actualidad, ignorados o desconocidos por la sociedad, así como el análisis e interpretación de dichos acontecimientos. Es decir, que además de informar sobre los hechos, los explica, los interpreta, los relaciona, hace ver su importancia para la sociedad.

Cabe aclarar aquí que ambas funciones, información y análisis, idealmente, se realizan a través de géneros periodísticos distintos (informativos y opinativos).

Las tareas de informar y opinar sobre los acontecimientos actuales tienen sentido en tanto que responden a una necesidad humana concreta: enterarse, saber del mundo, del entorno que nos rodea. El conocimiento de los sucesos de actualidad puede tener un propósito práctico-utilitario -dependiendo de los requerimientos individuales o colectivos de la información-, pero, uno de sus fines primordiales es contribuir a que el ser humano tome conciencia de su sociedad y de su mundo y, que esta conciencia, lo ayude a ser transformador, creador y participativo en su sociedad.

Además de las ya señaladas, diversos autores consideran otras funciones que estiman de gran importancia, tales como: educar, difundir cultura, hacer propaganda, difundir protestas de grupos sociales, ofrecer entretenimiento y dar promoción a productos comerciales.

Sin duda debemos considerar que, efectivamente, los diarios cumplen funciones múltiples y que existe entre ellas una relación de interdependencia, pero también se debe tener presente que éstas tienen jerarquías y, por lo tanto, unas deben considerarse prioritarias con respecto a otras.

Como podemos advertir, en esencia, las funciones de un diario son básicamente las funciones que tiene el periodismo en sí. A continuación, recogemos algunas impresiones de diversos autores al respecto.

Raúl Rivadeneira enfatiza que " el periódico debe concebirse como un sistema funcional para el cumplimiento de servicios a la sociedad en el campo de las comunicaciones colectivas " y agrega que sus funciones básicas serían: informar, interpretar, opinar, entretener y educar, mientras que las accesorias son: promover productos comerciales y difundir ideologías¹² .

Ferguson y Patten indican que la prensa tiene una función política, pues debe proporcionar al público "información que le sirva de base para tomar decisiones..."; en segundo lugar, una función económica, ya que el público "necesita información sobre productos y mercancías..."; en tercer lugar le atribuyen la función de " centinela ", dado que no sólo informa sobre el presente sino que también puede advertir " lo que sucederá mañana "; agregan a éstas la función de " esparcimiento " (en tanto los consumidores del periódico necesitan " diversión "), la función social (pues los periódicos sustituyen la antigua comunicación de persona a persona) y la función de mercado (la prensa llega a ser " un mercado de ideas ")¹³ .

Por su parte, Fraser Bond habla de cuatro funciones básicas: informar, interpretar, guiar y divertir¹⁴ .

Jorge Calvimontes señala como funciones del periódico las siguientes:

- a) Informar
- b) Opinar
- c) Promover productos comerciales
- d) Entretener
- e) *Difundir protestas u opiniones de los grupos sociales en torno a problemas que afectan al interés de la colectividad*¹⁵ .

El autor comenta que estas funciones reciben un tratamiento diferente, según " la orientación de la política editorial " y agrega que, además de la función informativa, el

periódico " compara y contrapone unos sucesos a otros, argumenta, concluye y plantea soluciones (...) orienta cultural e ideológicamente"¹⁶.

Por último, revisaremos las funciones que atribuye Carmen Alcalde a un periódico, las cuales pueden resumirse en cuatro puntos:

- 1) Suministrar noticias
- 2) Suministrar explicaciones y comentarios sobre las noticias que produce
- 3) Entretener y divertir al lector
- 4) Hacer la función de vehículo publicitario¹⁷

Para esta autora " el periódico cotidiano es un producto de síntesis para explicar la vastedad de los hechos que ocurren en el mundo "¹⁸.

De esta breve panorámica sobre las funciones del diario podemos deducir algunas conclusiones.

Todos los autores revisados coinciden en que la función principal de diario es de informar, de lo cual se deriva que esta tarea constituye uno de sus deberes o responsabilidades fundamentales. Esto nos permite afirmar que del deber de informar se derivan las pautas éticas que ha de seguir el diario.

Estrechamente ligada a la función informativa se encuentra la función de interpretación y análisis, que es concebida por los autores como *opinión, explicación, comentario, etc.* ; se considera que estas tareas son complementarias de la primera, pues en ellas reside gran parte de la razón de ser del diario: que el lector pueda valorar el acontecimiento, comprenderlo, conocer su importancia y los juicios que se emiten en torno a éste.

Estimamos que estas dos primeras funciones son el eje en torno al cual se articulan las demás, pues sin ellas un diario no sería tal (sería una publicación de entretenimiento, publicitaria o propagandística más no un diario en el sentido que hemos establecido).

Advertimos que a la función de entretenimiento se le ubica, en términos generales, en una tercera o cuarta jerarquía. Se puede pensar que la función de entretenimiento se opone a las dos primeras (informar y opinar), pues se asocia con una distracción o evasión de la realidad, particularmente, se le relaciona con lo superfluo, lo frívolo, lo espectacular o lo sensacional, ejerciéndose, de esta forma, una marcada manipulación ideológica.

Se debe hacer aquí la precisión de que al entretenimiento lo concebimos como una actividad creativa, una estimulación intelectual, una recreación. Mier y Carbonell comentan que entretener no es divertir o distraer, pues el periodismo es una suerte de "artesanía" útil y hermosa, esto es, cumple el ideal periodístico de informar y entretener simultáneamente¹⁹. Es en este sentido que el entretenimiento puede ser comprendido como una misión del diario.

Consideramos que las funciones de orientar, educar y guiar, están comprendidas en la función informativa y opinativa, pues, la información representa en sí misma un elemento que permite orientar al lector y ello es aún más visible cuando se trata de la valoración o enjuiciamiento de los hechos de actualidad.

Por lo que se refiere a la educación, se entiende que el diario no tiene un fin explícitamente pedagógico si concebimos a la educación como un acto consciente y deliberado ejercido por profesionales de la enseñanza e instituciones que hacen uso de técnicas y métodos especiales para la transmisión de conocimientos y experiencias.

Pero, evidentemente, la información y el análisis influyen decisivamente en la articulación de las concepciones y valores del individuo. Es cierto que en diversos momentos de la historia, la prensa ha tenido la función transmitir información y conocimientos a amplios sectores de la sociedad.

Si educar y orientar no fuesen funciones derivadas de la información y el análisis, podríamos pensar que la finalidad educativa se identifica con el adoctrinamiento y la de orientación con la propaganda.

Por ello, desde un punto de vista actual, coincidimos con José Woldenberg, al sostener que la prensa "tiene que asumir un compromiso pedagógico, aunque la palabra esté en desuso, dado que está obligada, desde mi perspectiva, a contribuir a inyectar los valores de la democracia que, contra lo que el sentido común cree, nunca aparecen revelados como la buena nueva".

Aunque a la función publicitaria la mayor parte de los autores le asignan un lugar menos relevante, resulta imprescindible, ya que constituye el principal soporte económico del diario. No obstante, se debe tener presente que la promoción de mercancías sólo se sustenta en la medida en que el diario cumpla su función primordial: el servicio informativo.

Resulta de interés que la función ideológica o propagandística sea considerada como la última por algunos de los autores revisados o incluso, no sea tomada en cuenta. Ello responde, seguramente, a que se aleja del ideal de servicio informativo. Sin embargo, no puede omitirse el hecho de que la "propagación de ideología" juega también un papel importante en los diarios. La prensa no puede ser aséptica, neutra o blanca. Debe admitirse que aún en los géneros periodísticos informativos, existe, inevitablemente, un contenido ideológico.

Pero aquí hay que precisar que, idealmente, la función propagandística no debe interferir con la informativa. Antes éstas deben encontrarse diferenciadas e identificadas cada una como tales. También es preciso tener presente que la propaganda puede representar una importante fuente de recursos para el diario en forma de publicidad oficial y política.

Aquí nos resulta valiosa la apreciación de Calvimontes al admitir como una de las funciones del periódico la de "difundir protestas u opiniones de grupos sociales", pues

plantea como un deber el dar cabida a estas manifestaciones, más allá de plantearlas solamente como manipulación ideológica.

Rivadeneira sustenta que las cuatro funciones del diario -opinión, entretenimiento, educación y propaganda- establecen interacciones y relaciones entre sí y que la información periodística se encuentra en la intersección de éstas²⁰.

Ello nos permite corroborar que hay una simultaneidad e interpenetración en las funciones del diario. Pero debemos agregar que todas ellas deben ceñirse finalmente a un principio fundamental: el servicio a la sociedad. Es a partir de esa premisa que podríamos preguntarnos por los principios éticos que rigen a un diario.

1.3 El periodismo, un servicio para la sociedad

La existencia del periodismo como una actividad humana responde a la necesidad de informar y ser informado. La información es esencial para el desenvolvimiento del ser humano y el desarrollo de sus actividades sociales.

La Comisión Internacional sobre problemas de la Comunicación de la UNESCO definió a la información de esta forma: "se refiere a los signos o mensajes codificados transmitidos unilateralmente por un emisor (o fuente) a un receptor"²¹.

La información es además un bien social, puesto que es capaz de satisfacer una demanda o necesidad colectiva. La información es también parte esencial del fenómeno de la comunicación.

Comunicar, proviene del latín *comunicare* que significa *poner en común*. Para Antonio Paoli la comunicación " es el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado"²². En función de este concepto y, fundamentalmente, de su raíz etimológica, creemos pertinente considerar a la

comunicación como un acto humano en el que se comparten, se intercambian y se participa de los significados.

Mientras la información implica una relación unilateral entre el emisor y el receptor, la comunicación supone una relación dialógica o bilateral, es decir, exige el intercambio, el diálogo, una interacción a partir de la cual las personas buscan un entendimiento mutuo.

La comunicación social, por consiguiente, corresponde a los fenómenos de intercambio por medio de signos y símbolos entre individuos y grupos²³.

A partir de estas breves definiciones esbozadas podemos afirmar que el periodismo es un fenómeno fundamentalmente informativo, debido a que se concretiza en el acto de transmisión de sus mensajes a través de un instrumento técnico o canal. Las posibilidades de que el receptor pueda asumir una condición de emisor y establezca un diálogo auténtico con quien originó el mensaje, son generalmente reducidas en el caso de los medios de difusión colectiva.

Desde una perspectiva más amplia, se puede considerar al periodismo como una forma de comunicación social dado que, para que éste sea posible, es también necesario establecer relaciones bilaterales con instituciones y personas, es decir, con las *fuentes* cuya información será procesada por un conjunto de personas quienes, a su vez, la transmitirán al público, y éste último tendrá la posibilidad de responder de alguna forma ante esta información y divulgarla. Es decir, se formaría un *sistema* donde hay varios *participantes* en el acto comunicativo, tal como lo postulan las recientes perspectivas teóricas del enfoque sistémico.

No obstante, como se analizará adelante, consideraremos que lo esencial en el periodismo es el informar, dar a conocer, transmitir, por lo que sustentaremos que el periodismo es una actividad esencialmente informativa.

María Teresa Camarillo establece que "el significado de 'periodismo' ha discurrido por modalidades diferentes, cada una de ellas en estrecha relación con el

momento histórico correspondiente"²⁴. Así pues, la concepción del periodismo está condicionada por la realidad en que se desenvuelve esta actividad y por las funciones sociales que ejerce.

Por lo anterior, el periodismo debe considerarse, en primera instancia, como un producto social, esto es, como una actividad destinada a satisfacer determinadas necesidades sociales de expresión y de información, además de ser el resultado de una evolución en las formas de comunicación y de los avances técnicos relacionados con ésta.

Hernán Uribe hace notar que aún cuando algunos autores quieren remontar el origen del periodismo a la antigüedad, su surgimiento no va más allá del siglo XVIII y aparece como una necesidad informativa de los productores burgueses. El autor añade que el periodismo "nace ligado a una clase y la aparición de su contrario, la prensa obrera y revolucionaria, no hace más que confirmar tal aserto"²⁵.

De acuerdo con Raúl Rivadeneira, la primera definición de periodismo la ofrece el filósofo alemán George Hamann: "narración de los acontecimientos más recientes y más dignos de recordar, impresos sin orden ni coherencia especial"²⁶.

En este concepto ya se destaca la función informativa, la actualidad y la trascendencia en el periodismo, aunque se le concibe con una presentación desordenada e incoherente, falta de sistematicidad y técnica.

Sin embargo, tanto el perfeccionamiento técnico de la prensa como otros adelantos que permitieron la agilización de los procesos informativos, dan lugar al perfeccionamiento de los métodos y técnicas de información periodística. Al mismo tiempo, las necesidades informativas derivadas del crecimiento y expansión del capitalismo determinan que se dé un tratamiento más especializado y sistematizado a las informaciones.

Asimismo, la industrialización del periodismo y su consecuente carácter empresarial y comercial, exige una división y especialización mayor en las funciones

que intervienen en el proceso de producción periodística. Estas circunstancias, que ya hemos expuesto, son las que fueron definiendo la concepción moderna del periodismo.

El periodismo, como indica Horacio Guajardo, deriva su nombre de la periodicidad²⁷, esto es, la regularidad, los intervalos de tiempo en los que se transmite la información. Esta característica nos hace pensar en que el periodismo responde a la necesidad de dar satisfacción en forma cotidiana y permanente a la demanda de información de la sociedad.

Precisar el concepto de periodismo es también una tarea compleja, pues esta actividad encierra todo un proceso que parte de la recolección o búsqueda de la información hasta la transmisión de los mensajes, pasando por la elaboración y tratamiento que recibe la información.

Con un propósito comparativo presentamos a continuación algunas definiciones del periodismo que nos servirán para comprender su sentido ético.

Carlos Septién definió el periodismo como: "la síntesis de conocimiento con el fin de divulgar y enjuiciar la conducta humana de importancia colectiva"²⁸.

Para Andrés Romero Rubio el periodismo es: "la técnica literaria de la comunicación urgente y continua, cuyo objeto son las materias de actualidad"²⁹.

Susana González Reyna apunta que el periodismo: "es un modo de ejercer la comunicación y su propósito a partir de la noticia, puede entenderse en tres etapas:

1. La búsqueda de información de interés general;
2. La elaboración del mensaje, y
3. La difusión masiva de ese mensaje..."

La autora agrega que "el periodismo se ocupa sólo de la información de actualidad, de la noticia, de su registro y difusión"³⁰.

Raúl Rivadeneira ofrece la siguiente definición del periodismo: "entendemos por periodismo una parte de la comunicación humana destinada a la transmisión de noticias

y cuyas características esenciales son: actualidad, universalidad (geográfica, temática y social), periodicidad y acceso al público"³¹.

José Martínez de Sousa señala que el periodismo: "es una ciencia y una técnica que recoge noticias de acontecimientos, las elabora para su presentación pública, las difunde a través de los medios de comunicación y con ello persigue fines: informar, orientar, prestar un servicio, educar y contribuir al bien común"³².

Vicente Leñero y Carlos Marín definen al periodismo como "una forma de comunicación social a través de la cual se dan a conocer y se analizan los hechos de interés público"³³.

Por último, transcribimos la definición del periodista Vladimir Hudec: "por periodismo entendemos los conjuntos de expresiones escritas o impresas, habladas o gráficas o de combinación mutua que se publican periódicamente y están destinadas a interpretar la realidad social de actualidad y de importancia universal, en forma documentada y que mediante su difusión por los medios de comunicación de masas ejercen un impacto a escala de masas sobre un público socialmente diferenciado"³⁴.

Sobre qué es *en sí*, el periodismo, encontramos diferencias importantes:

- Síntesis de conocimiento (Septién)
- Técnica literaria (Romero)
- Modo de ejercer la comunicación (González Reyna)
- Parte de la comunicación humana (Rivadeneira)
- Ciencia y técnica (Martínez)
- Forma de comunicación social (Leñero y Marín)
- Conjunto de expresiones (Hudec)

Lo que resulta claro aquí es que no puede reducirse al periodismo a una concepción única y universal, pues la naturaleza compleja y diversa de las funciones que comporta esta actividad tienen implicaciones epistemológicas, técnicas y profesionales. Esta circunstancia dificulta su definición precisa y una acepción única.

Quizás las definiciones más abarcadoras son aquellas que consideran al periodismo como una forma de comunicación social y humana, pues en ellas queda comprendido el proceso de búsqueda y elaboración de la información periodística que, a su vez, involucra el empleo de conocimientos y técnicas, así como su manifestación concreta en forma de mensajes transmitidos. No obstante, haría falta precisar cómo entiende la comunicación cada autor pues, conforme lo hemos asentado, la comunicación supone también, la posibilidad de diálogo e interacción.

Si analizamos la *acción* o quehacer fundamental del periodismo encontramos mayores coincidencias:

- Divulgar y enjuiciar (Septién)
- Búsqueda, elaboración y difusión (González)
- Transmisión (Rivadeneira)
- Recoge, elabora, difunde (Martínez)
- Dar a conocer y analizar (Leñero y Marín)
- Interpretar, difundir (Hudec)

Se aprecia que la esencia de la actividad periodística se sintetiza en el proceso informativo, es decir, al emitir mensajes independientemente de cómo lo exprese cada autor (divulgar, transmitir, difundir, dar a conocer, expresar). En el acto de informar se concretiza la actividad periodística. Allí encuentra su razón de ser.

Resulta significativo que algunos autores omiten la interpretación, el enjuiciamiento, la opinión y el análisis. Esto puede revelarnos la primacía de la información sobre la opinión en el periodismo. Sin embargo, estas funciones son complementarias y se encuentran íntimamente ligadas, aunque están diferenciadas por los géneros periodísticos.

Las opiniones o juicios, por otra parte, en un sentido estricto constituyen también información, pero con diferentes propósitos de los que tienen los denominados géneros informativos.

Al entender al periodismo como actividad informativa, advertimos al mismo tiempo su deber fundamental como quehacer profesional, y en consecuencia, su sentido ético.

Los autores que agregan que el periodismo busca, recoge y elabora, nos ayudan a afirmar su carácter de quehacer informativo, pues como indican J.B. Fages *et al.* al explicar el origen de la palabra información: "del latín in-formativo, indica una elaboración hecha con fines de divulgación"³⁵.

Informar en el caso del periodismo, implica un proceso previo de búsqueda y elaboración. Paoli, por su parte, especifica que la información es " un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar datos de su ambiente y estructurarlos en una forma determinada"³⁶, lo cual también es aplicable a la forma en que trabaja el periodismo.

Sobre *qué* es lo que informa o transmite el periodismo, también advertimos acuerdos en lo esencial:

- Conducta humana de importancia colectiva (Septién)
- Materias de actualidad (Romero)
- Información de interés general, noticias (González)
- Noticias (Rivadeneira)
- Noticias de acontecimientos (Martínez)
- Hechos de interés público (Leñero y Marín)
- Realidad social de actualidad(Hudec)

Aquí resulta esencial comprender que la *noticiabilidad* de un acontecimiento está en función de los valores concretos adoptados por cada medio informativo, pero existen ciertos criterios convencionales que guían al periodista en la selección de los acontecimientos que son materia de la noticia y que han sido codificados por diversos autores: actualidad, proximidad, trascendencia, oportunidad, magnitud, conflicto, etc.

El hecho noticioso es, pues, el principal objeto de interés periodístico.

Sin embargo es oportuno señalar que el interés periodístico puede trascender lo noticioso y extenderse a temas y hechos de interés permanente.

Por lo anterior, coincidimos con Milán Kasik, quién señala que la información periodística "es toda información social procesada y adaptada a las necesidades del órgano periodístico y a las condiciones de divulgación mediante los diversos géneros periodísticos y los medios de comunicación de masas"³⁷.

En estrecha relación con lo anterior, sólo algunos autores especifican las características que debe presentar la información periodística:

- De importancia colectiva (Septién)
- Urgente, continua (Romero)
- De actualidad (González)
- Actualidad, universalidad, periodicidad y acceso público (Rivadeneira)
- Actualidad, importancia universal, documentada (Hudec)

La coincidencia fundamental que resalta en las definiciones es la *actualidad*, esto es, el registro de los acontecimientos recientes o que están ocurriendo. De allí que Romero Rubio hable de comunicación continua y urgente. Septién García también llamó al periodismo "la relación de la vida que está fluyendo ahora". Esta característica es esencial, ya que determina *lo oportuno* del periodismo.

Dos de las definiciones subrayan la característica de la universalidad. Rivadeneira acota que esta universalidad es "geográfica, temática y social". La información periodística está dirigida a la sociedad, en consecuencia debe ser de interés público o colectivo. Leñero y Marín entienden el interés colectivo como todos aquellos acontecimientos " que despiertan, pueden o deben despertar el interés del público"³⁸.

Cabe destacar que Rivadeneira atribuye un lugar importante a la periodicidad; esta característica según Guajardo es la "regularidad y sistema en la publicación"³⁹; es

también el elemento distintivo del periodismo pues, como hemos mencionado, de él deriva su nombre.

También debe resaltarse que Hudec señala que la información periodística es "documentada", con lo cual entenderíamos que es completa, fundamentada en hechos e informaciones verificables.

Para concluir esta comparación trataremos un aspecto que sólo se aborda en dos de nuestras definiciones : el medio por el cual se transmite la información.

- "...a través de un medio de comunicación" (Martínez)

- "...por los medios de comunicación de masas" (Hudec)

Estimamos de gran relevancia indicar el medio por el que se transmite la información periodística, pues es en la empresa o institución que cuenta con los medios materiales y técnicos para difundir mensajes a una colectividad, donde se concretiza el periodismo como trabajo humano destinado a ofrecer un servicio.

A partir del análisis anterior ofreceremos nuestras apreciaciones sobre el periodismo.

El periodismo, como trabajo humano y como proceso informativo, comprende un conjunto de actividades y funciones relacionadas entre sí que hacen posible la producción y difusión de mensajes con características determinadas: actualidad, importancia universal y periodicidad.

Este proceso informativo es concebido como una forma de comunicación social, en tanto puede hacer que los individuos se entiendan, se vinculen y adquieran conciencia de su realidad.

Al ser de importancia universal, la información periodística tiene como principal interés los acontecimientos y asuntos que conciernen y afectan a la sociedad. Es por ello que este tipo de información debe ser *periódica*, oportuna y actual.

Los medios informativos como empresas o instituciones con propósitos y finalidades propias, establecen criterios para seleccionar los hechos noticiosos de

acuerdo con ciertas convenciones (trascendencia, proximidad, magnitud, etc.) y con su política informativa y editorial.

El periodismo tiene como propósito fundamental, el informar, pero al mismo tiempo *interpreta, enjuicia y opina, a través de sus diferentes géneros.*

La producción de la información periodística exige la utilización de conocimientos especializados y técnicas, por lo cual el periodismo es concebido también como una técnica, una ciencia, y como una profesión.

Al satisfacer una necesidad humana, la información periodística constituye un bien social.

De lo anterior se deduce que el periodismo cumple una función social, y en consecuencia, tiene deberes y responsabilidades que derivan de su esencia y razón de ser: informar, interpretar, analizar. De estos fines fundamentales se derivan los principios éticos que distinguen al periodismo como profesión.

No podemos dejar de considerar que el periodismo tiene propósitos políticos e ideológicos que son *inherentes a toda producción de mensajes en la sociedad.* Manuel Buendía afirmó:

"Todo periodismo pertenece a la política. Es la política en acción"⁴⁰.

El periodismo se desarrolló precisamente impulsado por los grandes movimientos político-sociales de la historia. Las luchas ideológicas han sido un poderoso acicate para que el periodismo encontrara sus propósitos fundamentales.

María Teresa Camarillo señala que el periodismo "tiene como una de sus finalidades -tal vez la principal- vigilar y criticar los excesos de los poderosos"⁴¹.

Esta concepción de la función crítica del periodismo define al mismo tiempo un *principio ético, un compromiso con la sociedad.* El periodismo como fiscalizador del poder representa también una forma de servir a la sociedad, pues así contribuye a las transformaciones sociales y políticas.

Sin embargo, como instrumento de lucha, el periodismo puede servir también para los fines contrarios: ocultar los excesos de los poderosos. Lo cual, sin duda, es contrario al sentido ético del periodismo.

Así pues, es inevitable el carácter político-ideológico del periodismo. Camilo Taufic subraya que la información periodística " es parte de la ideología y tiene un carácter de clase, no puede dejar de tenerlo", por lo tanto "es un instrumento de organización y dirección de la sociedad"⁴².

Sería inútil, por principio, negar el carácter ideológico del periodismo. Ello sería tanto como negar el carácter subjetivo del periodista y el compromiso de una empresa periodística con la defensa de sus principios e ideas, así como de sus intereses. No puede existir un periodismo aséptico, carente de personalidad, de una postura frente a los acontecimientos.

Guido Fernández dice: "el medio de comunicación puede ser conciliador, árbitro, desinteresado, pero no indiferente ni olímpico"⁴³.

Lo mismo puede decirse en el caso concreto del periodismo. No hay periodismo de dioses. No es posible olvidar que el periodismo es ejercido por humanos y éste solo hecho ya nos remite a los valores, principios, ideas, puntos de vista e intereses de los empresarios, editores y periodistas.

Sin embargo, como señala el propio Fernández "...es posible hacer un periodismo honesto que esté en función de los ideales y la concepción de la organización social y productiva del conglomerado humano..."⁴⁴.

Aceptar las limitaciones ideológicas y políticas del periodismo es el paso fundamental para encontrar las formas de aproximarse a un ejercicio ético de la profesión. Con lo cual no queremos sugerir que se deba asumir una actitud conformista que impida al periodismo rebasar los límites establecidos por las empresas periodísticas. Por el contrario, partir de la conciencia de los obstáculos que enfrenta la ética periodística es una condición necesaria para abrirle paso.

El periodismo, dentro de sus naturales marcos ideológicos de referencia, tiene la posibilidad de servir a la sociedad, mejorar y perfeccionar el contenido de sus informaciones constantemente.

El periodismo no sólo es instrumento de control. Puede también estimular la conciencia, la reflexión, la crítica y la comprensión del mundo, puede provocar la participación. En ello reside su permanencia como servicio y como un bien social.

Horacio Guajardo dice: "periodismo no es vanidad, ni lucro fácil. Es servicio"⁴⁵.

Diversos códigos de ética, nacionales e internacionales conciben al periodismo como un servicio de interés colectivo, como un servicio público o un servicio a la sociedad.

Para concluir, a riesgo de que parezca una afirmación idealista, citaremos al mismo Manuel Buendía: "o está al servicio de la sociedad o el periodismo no se justifica"⁴⁶.

1.4 Los periodistas: en busca de su identidad profesional

Alejo Carpentier escribió:

"El periodista fue anterior al periódico: cuando nadie hubiera podido pensar todavía en gacetas, hojas de avisos y otras publicaciones de tipo informativo, consagradas a los sucesos del momento, a lo que ocurre, a lo que puede interesar al hombre en el día, el instinto periodístico se manifestaba ya en el hombre"⁴⁷.

Como bien precisa Carpentier, el *instinto* periodístico ha estado presente en los hombres en tanto seres sociales que desean informar e informarse. Pero el periodismo, no como *instinto*, sino como actividad profesional es relativamente reciente.

Antonio Sánchez-Bravo hace una exploración del sentido original del *periodista* como *mensajero* y explica que éste " como notificador y como intérprete de los sucesos (...) se interesa por los procedimientos implicados en el quehacer interpretativo"⁴⁸.

Así pues, el emisario tenía una función que iba más allá del transporte de información: tenía una responsabilidad social, pues éste además esclarece, interpreta, explica. Los mensajeros eran depositarios de la confianza pública.

Emisarios, heraldos, escribas, juglares, trovadores, pregoneros y cronistas, como portadores de información y antecesores de los periodistas proporcionaban un bien a la sociedad - o a ciertos sectores de ésta- y, en consecuencia, el cumplimiento de su tarea dependía del sentido ético con que ejercían su oficio.

La información, como elemento vital para el desarrollo de la sociedad, ha exigido históricamente de aquellos que la buscan, la reciben, la transportan, la interpretan y la transmiten, estén regidos por principios éticos que sustenten la *razón de ser* de su actividad.

No obstante, la actividad periodística, como hemos señalado, surge como resultado de las necesidades económico-políticas de la época moderna. Aunque el periodismo como actividad profesional es aún más reciente.

La información periódica que adquiere un carácter popular con el surgimiento de la imprenta y su evolución, exige que las personas que intervienen en el proceso de su producción desempeñen tareas cada vez más especializadas.

La concepción del periodista está pues, también ligada a las transformaciones tecnológicas y a las condiciones sociopolíticas que determinan la naturaleza de los mensajes informativos.

El periodista se ha definido también por el papel específico que desempeña en la sociedad en una etapa histórica determinada.

Los periodistas han sido buscadores y redactores de informaciones necesarias para las actividades comerciales; cronistas que relatan los sucesos de las colonias imperiales; impresores de hojas volantes que difunden las noticias al pueblo; diaristas que conducen un órgano integrado por corresponsales, redactores y técnicos; hombres de letras, políticos y pensadores que dan a conocer sus ideas filosóficas y sociales.

En sus inicios, los impresores trabajan con un sistema artesanal, conocen las diversas etapas de la producción periodística: desde la búsqueda y recolección de información hasta los procesos técnicos que implica el diseño de la impresión que será difundida. Así, los primeros periodistas configuran su quehacer a partir de una estrecha relación entre las tareas técnicas e intelectuales.

Pero gradualmente, las tareas de la producción periodística tienden a separarse y diferenciarse por su grado de especialización. La industrialización del periodismo que comienza en el siglo XIX profundizó la distinción entre el trabajo intelectual y el trabajo manual, entre los que participan en la elaboración de los contenidos y aquellos que los procesan para convertirlos en materiales de consumo para la sociedad. Aún cuando los periodistas como editores, pueden conocer y dirigir las etapas del proceso tecnificado de la producción, sus tareas fundamentales se centran en el trabajo intelectual.

No es posible omitir el hecho de que el periodista se define también en función de su participación en las faces del proceso de producción de la información periodística, así como por la jerarquía que ocupa dentro de la estructura organizativa del medio informativo.

La multitud de funciones que caben en el proceso de la información periodística ha dificultado la definición precisa de *periodista* y ha propiciado que este término sea aplicado a personas que se relacionan de muy distintas formas con esta actividad.

No obstante, es preciso ir a la búsqueda de lo esencial en el periodista, pues de ello depende la definición de sus principios de ética profesional.

El informe de la Comisión Internacional para el Estudio de la Comunicación -la comisión Mc Bride- acotaba en 1979:

"En un mundo constantemente transformado por los adelantos científicos y técnicos, los agentes de la comunicación son principalmente unos profesionales que se encargan de recoger, crear y difundir diferentes mensajes, preparar y manipular los medios y las tecnologías necesarias en todos los campos de la información. Su número

aumenta constantemente y su perfil se diversifica a la vez que se diversifican y aquilatan las especializaciones"⁴⁹.

El informe muestra la dificultad que existe para precisar la profesión del periodista, pues dentro de las personas que intervienen en la generalidad de los procesos informativos caben grupos ocupacionales muy variados que van desde lo investigadores y académicos hasta los técnicos especializados. Por ello se hace necesario delimitar con mayor precisión la profesión periodística.

Las actuales tecnologías digitalizadas de comunicación e información (navegación cibernética y disposición instantánea de amplias bases de datos, etc.) como instrumentos imprescindibles en el ejercicio profesional, están transformando nuestro concepto tradicional de periodista.

En la reunión de consulta sobre la protección de periodistas de la UNESCO, realizada en París en 1980, se definió al periodista en esta forma:

"Se entenderá por periodista toda persona que, sea cual fuere su nacionalidad, y en calidad de redactor, reportero, fotógrafo y operador o técnico de la prensa, la radiodifusión o televisión o de actualidades filmadas ejerza su profesión regularmente y de manera retribuida con el debido respeto a los principios y usos éticos determinados por la profesión y cuya actividad profesional consiste en recabar, recibir o comunicar observaciones, opiniones, ideas, análisis o comentarios destinados a publicaciones diarias o periódicos, agencias de prensa, servicios de información radiodifundidos y televisados y de actualidades filmadas"⁵⁰.

Esta definición opera para fines de la protección internacional de los periodistas y por ello incluye también a los técnicos dentro del grupo profesional. Sin embargo, ya enfatiza el respeto a la ética de la profesión como una condición esencial del periodista, además de subrayar el aspecto laboral al establecer que es una actividad regular y retribuida.

Desde una perspectiva laboral, en 1968, la Organización Internacional del Trabajo, en su Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones, estableció que las tareas del periodista consisten: "...en reunir, relatar y comentar noticias e informaciones de actualidad para su publicación en diarios y revistas o su difusión por radio o televisión"⁵¹.

El Congreso de la Federación Internacional de Periodistas (FIP) realizado en Niza en 1978, concluyó que es periodista profesional: "toda persona cuya actividad principal, regular y retribuida consiste en aportar su contribución por medio del texto la palabra o la imagen a una o varias publicaciones de prensa escrita o audiovisual, y que con tal actividad obtiene la parte principal de sus ingresos"⁵².

Como se observa, la dificultad de establecer una definición universal del periodista estriba también en las diferentes exigencias que se presentan en cada país para ser considerado periodista.

En algunos países es el Estado quien está facultado para determinar el estatus profesional del periodista, en otros, son las organizaciones profesionales o las empresas quienes lo hacen; en otros países participan conjuntamente las entidades señaladas. Pero en ciertos países - como apunta Uribe- priva la anarquía en este sentido, como en el caso de México⁵³.

Al respecto Bohére señala que: "la práctica efectiva varía (...) según los países y según a qué se atribuya más importancia: a la necesidad de organizar la profesión o la de preservar el libre acceso a ella, considerado como uno de los elementos de la libertad de prensa"⁵⁴.

Consideramos que nuestro país se encuentra en este último caso, pero como veremos, ello también entraña algunos riesgos en la ética profesional.

A manera de ejemplo, citaremos las condiciones que para acceder a la profesión deben satisfacerse en algunos países.

Según la ley del 29 de marzo de 1935, modificada en 1974, en Francia, el periodista profesional "es aquel que tiene por ocupación principal y regular y retribuida el ejercicio de su profesión en una o diversas publicaciones diarias periódicas o en una o diversas agencias de noticias y que obtiene de ellas la mayor parte de sus recursos..."⁵⁵. Nuevamente vemos que es necesario el ejercicio permanente y retribuido como criterio de profesionalidad.

En Argentina, el estatuto profesional del periodista establece que los periodistas son personas "que realizan en forma regular, mediante retribución pecuniaria las tareas que les son propias en publicaciones diarias o periódicas y agencias noticiosas"⁵⁶.

Otros países dan importancia también a la experiencia profesional. En Bélgica una de las condiciones que prevé la ley del 30 de diciembre de 1963 para reconocer al periodista es "ejercer a título principal y habitual desde hace dos años por lo menos, la profesión de periodista, es decir, participar en la redacción de periódicos, diarios o títulos publicados con cierta periodicidad, de emisiones de información radiodifundidas o televisadas, de noticieros filmados o de las noticias de agencias de prensa consagradas a la información general"⁵⁷.

El gobierno puede ser también una instancia definitoria del carácter profesional del periodismo. En Colombia, la ley de 1975 establece que para ser reconocido como periodista "es necesario poseer el título universitario en la especialidad del periodismo, o comprobar haber ejercido el periodismo durante un lapso no inferior a cinco años antes de la vigencia de la ley"⁵⁸, además de haber aprobado los exámenes reglamentados por el Ministerio de Educación.

Como apreciamos en los casos citados, no es posible aclarar con exactitud las tareas propias del periodista pues algunas de las definiciones llegan a ser tautológicas.

En cambio, sí nos ilustran cómo es que pueden ser las leyes o estatutos profesionales los que definen el ejercicio periodístico.

En una definición más precisa de las funciones del periodista, el Colegio de Periodistas de Venezuela considera que:

"Son funciones propias del periodismo profesional la búsqueda, la preparación, la redacción, la ilustración fotográfica o de cualquier otro tipo y la presentación de noticias u opiniones en los departamentos de dirección, redacción e información de las empresas públicas o privadas que tengan por objeto la edición de publicaciones periodísticas impresas y de difusión audiovisual, o en las agencias informativas y en las secciones u oficinas de prensa e instituciones no periodísticas"⁵⁹.

Si bien la reglamentación del acceso al ejercicio periodístico y la colegiación no son en sí mismos una garantía de desempeño ético, sí representan un esfuerzo importante para darle al periodismo un estatus profesional que promueva una actitud de responsabilidad social y finque principios éticos en el periodista.

Aunque el carácter obligatorio de la colegiación profesional ha sido criticado por la Sociedad Interamericana de Prensa (por considerar que vulnera el libre acceso a la profesión y la libre expresión), es importante indicar que ésta debe ser voluntaria si se desea reforzar su condición de instancia que promueva valores y conductas éticas.

Dice Hernán Uribe que en México cualquier persona puede ostentarse como periodista.

Quizás esta apreciación apunta a una de las principales razones del desprestigio que muchas veces sufre esta actividad en el país y, por consiguiente, a un problema íntimamente relacionado con la ética periodística.

Si bien la carencia de un estatuto profesional puede representar una ventaja para el acceso a la libre expresión de las ideas, también es una circunstancia que repercute en la dificultad de adoptar principios de ética que identifiquen a la profesión y la falta de garantías para la protección de los periodistas y el libre acceso a la información.

No obstante lo anterior, se debe tener presente lo que señalan Herrán y Restrepo:

"En el sentido ético, periodista es aquel que ejerce una actividad periodística aún que no tenga las condiciones jurídicas requeridas para ejercer legalmente la profesión"⁶⁰.

Ello supone que los principios de ética alcanzan no sólo a los que trabajan en forma permanente en el periodismo como su actividad principal y fuente de ingresos básica, sino también a los colaboradores ocasionales, a los periodistas independientes, a los que ejercen el periodismo de manera no profesional, así como a todos aquellos que no cuentan con un reconocimiento jurídico de su calidad profesional.

Si tomamos en consideración la situación del ejercicio periodístico en México, creemos que es válido considerar con Leñero y Marín que son periodistas "...todos aquellos quienes hacen del periodismo su actividad principal cualquiera que sea su especialidad"⁶¹.

A partir de esta concepción del periodista, deducimos que puede considerarse periodista al que busca, investiga y recoge la noticia, al que la redacta y la prepara, al que la interpreta, la enjuicia y la analiza dándola a conocer por los distintos medios informativos.

Esta concepción implica las diversas actividades especializadas que realizan las personas que hacen posible la elaboración de la información periodística: el reportero, el corresponsal, el redactor, el cablista, el corrector, el cabecista, los articulistas, los colaboradores, los columnistas, el director -en su condición de responsable de la política editorial e informativa-, el jefe de redacción, el jefe de información, y el jefe de sección o editor.

Consideraremos, pues, periodistas a aquellas personas que intervienen en las distintas etapas de la producción de la información periodística y, por lo tanto, están capacitadas para valorar el acontecimiento noticioso y participar, desde el campo de su especialidad, en su procesamiento y elaboración para ser presentado al público. Como consecuencia de ello, desde el punto de vista ético, la participación de cada uno de

estos especialistas en el proceso informativo, les confiere una responsabilidad sobre lo publicado.

El investigador Ernesto Villanueva propone un concepto breve y preciso del periodista:

"Periodista es toda persona física que hace del ejercicio de las libertades de expresión y de información su actividad principal, de manera permanente y remunerada".⁶²

El periodista Rogelio Hernández López sostiene que en México se carece de una definición del periodista que lo ubique jurídica, social, económica y profesionalmente. Por ello, en un concepto sumamente abarcador establece que periodista es:

"La persona que posee conocimientos suficientes del contexto social y del entorno directo de su actividad, que con aptitudes, habilidades y actitudes adecuadamente formadas puede y/o tiene como labor principal informar para establecer la comunicación social. Esto es: intervenir directamente en la captación, procesamiento, análisis y difusión de la información susceptible de ser noticia, contextualización, comentario o análisis de los hechos de interés público; presentarla con criterios y en géneros informativo-periodísticos para divulgarse a través de los medios de difusión masiva, sean éstos impresos o electrónicos. Es el profesional más directamente responsable de la información noticiosa para la comunicación en cualquiera de sus fases o instancias directas, que se dedica de tiempo completo a ello y que debe recibir remuneración justa y protección jurídica y social como profesionista en las especialidades básicas de reportero, redactor, corrector especializado de textos, cartonista, comentarista de noticias, editor o conductor de noticiarios en medios impresos o electrónicos".⁶³

Aun cuando en México no se haya logrado una completa profesionalización del periodismo y se carezca de un criterio jurídico o de colegiación profesional para definir la categoría de periodista, consideramos que el establecimiento y adopción de

principios éticos contribuye precisamente a definir la profesión a través del señalamiento de sus ideales de servicio y deberes fundamentales, independientemente del reconocimiento jurídico o académico-profesional.

Diversos códigos de ética periodística, nacionales e internacionales, se preocupan por trazar los deberes y principios de los periodistas como una forma de crear conciencia sobre la identidad de la profesión misma.

NOTAS

Capítulo I

1. Martínez de Sousa, José, Diccionario de información, comunicación y periodismo, Madrid, Paraninfo, 1992, p.417
2. Taufic, Camilo, Periodismo y lucha de clases, México, Nueva Imagen, 1981, p.65
3. Portales, Diego, Poder económico y libertad de expresión, México, Nueva Imagen, 1981, p.44
4. *Ibid.*, p.48
5. Weill, Georges, El periódico, México, UTEHA, 1979, p.137
6. Martínez de Sousa, José, *op. cit.*, p.418
7. Rivadeneira, Raúl, Periodismo, la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación, México, Trillas, 1994, p.34
8. Leñero, Vicente, Marín, Carlos, Manual de periodismo, México, Grijalbo, 1986, p.22
9. *Ibid.* p.22
10. Kayser, Jaques, "Le quotidien francais", en Cahiers de la Fondation National de Sciences Politiques, no. 122, París, 1963, p.7
11. Martínez de Sousa, *op. cit.*, p.151
12. Rivadeneira, Raúl, *op. cit.*, p. 208
13. Ferguson, Donald L., Patten, Jim, El periodismo en la actualidad, México, Edamex, 1988, pp. 32-34
14. Bond, Fraser F., Introducción al periodismo, México, Limusa, 1983, p.21
15. Calvimontes y Calvimontes, Jorge, El Periódico, México, Trillas, 1983, p.59
16. *Ibid.*, p.59
17. Alcalde, Carmen, Cómo leer un periódico, Barcelona, ATE, 1981, p.41
18. *Ibid.*, p.110
19. Mier, Luis Javier, Carbonell, Dolores, Periodismo interpretativo, México, Trillas, 1989, p.24
20. Rivadeneira, Raúl, *op. cit.* p.210
21. Uribe, Hernán, Ética periodística en América Latina, México, UNAM, 1984, p.27
22. Paoli, Antonio J., Comunicación e información, México, Trillas-UAM, 1986, p.11
23. Fages, J. B., *et al.*, citado por Uribe, Hernán, *op. cit.*, p.27
24. Camarillo Carbajal, María Teresa, El sindicato de periodistas, una utopía mexicana, México, UNAM, 1988, p.13
25. Uribe, Herán, *op. cit.*, p.32
26. Rivadeneira, Raúl, *op. cit.*, pp.17-18
27. Guajardo, Horacio, Elementos de periodismo, México, Gernika, 1994, p.32
28. Septén García, Carlos, citado por Guajardo, Horacio, *op. cit.*, p.35
29. Romero Rubio, Andrés, Teoría general de la información y la comunicación, Madrid, Pirámide, 1975, p.52
30. González Reyna, Susana, Periodismo de opinión y discurso, México, Trillas, 1991, p.19
31. Rivadeneira, Raúl, *op. cit.*, pp. 34, 35
32. Martínez de Sousa, José, *op. cit.*, pp. 398, 399
33. Leñero, Vicente, Marín, Carlos, *op. cit.*, p.17
34. Hudec, Vladimir, citado por Uribe, Hernán, *op. cit.*, p.32

35. Fages, J.B., *et al.*, citado por Uribe, Hernán, *op. cit.*, p.27
36. Paoli, Antonio J., *op. cit.*, p.15
37. Kasik, Milán, citado por Uribe, Hernán, *op. cit.*, p.11
38. Leñero, Vicente, Marín, Carlos, *op. cit.*, p.30
39. Guajardo, Horacio, *op. cit.*, p.36
40. Buendía, Manuel, Ejercicio periodístico, México, Fundación Manuel Buendía-Océano, 1985, p.12
41. Camarillo Carbajal María Teresa, *op. cit.* p.28
42. Taufic, Camilo, *op. cit.* pp. 21, 26
43. Fernández, Guido, Agonía a la hora del cierre, México, Trillas, 1994, p.26
44. *Ibid.*, p.26
45. Guajardo, Horacio, *op. cit.*, p.33
46. Buendía, Manuel, *op. cit.*, p.56
47. Carpentier, Alejo, "Al principio fue el periodista", en *El Búho*, suplemento semanal de Excélsior, México, 17 de mayo de 1998. p.1
48. Sánchez-Bravo Cenjor, Antonio, Periodistas, mensajeros y escribas, Madrid, Paraninfo, 1988, p.206
49. Mc Bride, Sean, citado por Uribe, Hernán, *op. cit.*, p. 34
50. *Ibid.*, p. 36
51. Bohére G., Profesión: periodista, un estudio de los periodistas como trabajadores, Ginebra, Organización Internacional del Trabajo, 1985, p.9
52. *Ibid.*, pp. 8-9
53. Uribe, Hernán, *op. cit.*, p.33
54. Bohére, G., *op. cit.*, p.10
55. *Ibid.*, p.8
56. *Ibid.*, p.7
57. *Ibid.*, p.8
58. Herrán, María Teresa, Restrepo, Javier Darío, Ética para periodistas, Bogotá, Tercer Mundo Editores, 1991, p.37
59. Uribe, Hernán, *op. cit.*, p.37
60. Herrán, María Teresa, Restrepo, Javier Darío, *op. cit.*, p.36
61. Leñero, Vicente, Marín, Carlos, *op. cit.*, p.23
62. Villanueva, Ernesto, Régimen jurídico de las libertades de expresión e información en México, México, UNAM, 1998, p.137
63. Hernández López, Rogelio, Sólo para periodistas, México, Grijalbo, 1999, p. 69

CAPÍTULO II

LA ÉTICA PERIODÍSTICA COMO FORMA DE CRÍTICA Y TRANSFORMACIÓN

"La ética no es un ejercicio estático, es reflexión orientada a la acción que examina críticamente la dimensión ética de las acciones humanas, desentierra los principios que guían estas decisiones y los intereses que representan, y relacionando la teoría con la práctica, plantea la acción adecuada"

Cees Hamelink

2.1 La ética: ¿obediencia a normas o ejercicio de libertad?

Por principio, es pertinente hacer la distinción entre la ética y la moral, si bien, como advertiremos, ambas palabras tienen una raíz etimológica común.

Nos adherimos fundamentalmente a la definición de ética que ofrece Adolfo Sánchez Vázquez:

"La ética es la teoría o ciencia del comportamiento moral de los hombres en sociedad"¹.

Este concepto necesariamente nos remite a la definición de la moral:

"La moral es un sistema de normas, principios y valores de acuerdo con el cual se regulan las relaciones mutuas entre los individuos o entre ellos y la comunidad, de tal manera que dichas normas, que tienen un carácter histórico y social, se acatan libre y conscientemente, por una convicción íntima y no de un modo mecánico, exterior e impersonal"².

El acto moral es un tipo de comportamiento humano peculiar. Al vivir en sociedad el hombre se adhiere a ciertas normas, valores y principios que le permiten convivir con los otros y asegurar la cohesión y permanencia de la comunidad.

Estas normas, principios y valores pueden estar establecidos por la costumbre o ser impuestos de acuerdo con necesidades sociales específicas. Pero si el individuo no actúa conforme a ellas como resultado de su convicción, de su conciencia, su conducta no puede ser considerada como un acto moral.

El individuo debe aceptar íntimamente los valores, principios y fines de una comunidad determinada, que él no ha escogido, sino que al nacer en ella dichos valores se le presentan como algo definido, en un tiempo y espacio, y bajo ciertas circunstancias concretas.

Sin embargo, ello no significa que el individuo sea incapaz de transformar tales valores y normas y deba limitarse a obedecerlas. La libertad es una condición esencial

para el acto moral: que sea posible elegir de manera consciente el rumbo de nuestra acción.

El individuo debe reconocer, pues, el motivo que lo lleva a actuar en cierto sentido, debe de ser consciente de sus fines, de los medios que utiliza y de los resultados y consecuencias de su acción.

Por otra parte, los valores y principios asumidos por el individuo no son estáticos, permanentes e iguales para toda sociedad, sino que se transforman, evolucionan junto con la sociedad. De allí su carácter histórico y social.

La moral tiene entonces la función social de contribuir a que los actos de los individuos o de un grupo social se desarrollen en forma favorable para toda la sociedad.

La ética, como disciplina, estudia el comportamiento moral de los hombres: no sólo se limita al estudio de sus normas, valores y principios, sino que también se ocupa de la moral efectiva, es decir, de la forma en que los individuos ponen en práctica dichos valores y principios.

Otras definiciones de ética pueden ayudarnos a comprender su campo de acción. Uribe señala que la ética es: "la disciplina filosófica que se empeña en la explicación científica de los problemas básicos del bien y del mal, del deber, de la justicia, la conciencia y el sentido del deber"³.

Por su parte, Rodolfo F. Peña, define a la ética como "...ciencia de la conducta humana o (...) parte de la filosofía que se encarga de los asuntos de la moral y las obligaciones de los hombres"⁴.

Para García Máñez el objeto de la ética es "definir y explicar la moralidad positiva", es decir, el conjunto de reglas de comportamiento y formas de vida a través de las cuales tiende el hombre a realizar el valor de lo bueno⁵.

El filósofo Bertrand Russell nos esclarece también la concepción común de la ética:

"El estudio de la ética se considera muy corrientemente dedicado a las cuestiones: 'qué tipo de acciones deben realizar los hombres?' y '¿qué tipo de acciones deben evitar los hombres?'. Es decir, se concibe como algo que trata de la conducta humana y que decide qué es virtuoso y qué es vicioso entre los tipos de conducta entre los cuales, en la práctica, la gente tiene que escoger".

Estas definiciones nos permiten constatar que la ética tiene como preocupación fundamental el problema de los valores, las normas morales, el sentido del bien, la responsabilidad y los deberes. Sin embargo, estimamos que la definición de Sánchez Vázquez comprende los aspectos enfatizados en las posteriores.

Con base en lo anterior también debemos aclarar que el estudio de la normatividad moral forma parte del fenómeno del cual se ocupa la ética. Es decir, la ética, en tanto disciplina, no crea las normas (no es legislación), sino que las analiza, las descubre y las explica.

No obstante, existe una íntima relación entre la ética y las normas que provoca la identidad entre los conceptos de ética y normatividad. García Máynez esclarece el problema al indicar que existe un fuerte vínculo entre las normas y los valores, pues las normas expresan un *deber ser* y éste supone la existencia de un *valor*.

"El deber ser postulado por las proposiciones normativas - dice- no es otra cosa que la exigencia de realización de lo valioso"⁶.

Es por ello que se emplea con frecuencia otra acepción o connotación de *ética*, que es la de *normativa* o señalamiento de principios.

La ética puede llevar al hombre a adquirir conciencia de los principios que orientan sus actos, proporcionarle directrices que influyan en su libre albedrío. En ese sentido existe una identidad entre la ética y la normatividad.

Como veremos, para los propósitos de nuestro tema, resulta fundamental dejar asentada la distinción e identidad entre ética y normatividad, en tanto los códigos de

ética postulan principios que actúan como normas de carácter exclusivamente moral, o sea, son seguidas sólo por convicción íntima de los periodistas.

Llegados a este punto conviene también hacer la distinción entre normas morales y normas jurídicas.

Su diferencia esencial reside en que las normas jurídicas no son, generalmente, expresión directa de la voluntad del individuo, mientras que las morales requieren necesariamente de la aceptación íntima del sujeto. Las primeras son *bilaterales* y las morales son *unilaterales*.

No existe una persona que pueda obligar a otra a cumplir una norma moral. Las normas jurídicas en cambio, pueden hacerse cumplir por una autoridad.

Las normas morales representan esencialmente un deber del individuo consigo mismo. Aún cuando puede influir fuertemente la sociedad, estrictamente hablando, sólo su conciencia puede reclamar el acatamiento de estas normas.

Las normas jurídicas por el contrario, dependen del poder del estado para ser puestas en práctica, es decir, puede actuar el poder coercitivo para obligar su cumplimiento.

En muchos casos, las normas jurídicas pueden cobrar la forma de imposiciones, mientras las normas morales provienen de la propia convicción moral individuo y pueden expresar mejor sus principios.

En resumen, la principal diferencia entre normas jurídicas y normas morales se encuentra en el carácter *heterónimo* de las primeras y el carácter *autónimo* de las segundas.

Esta importante distinción nos permitirá advertir que si un código de ética periodística tuviese un carácter coercitivo o fuese impuesto por cualquier instancia, entonces estaríamos simplemente ante una regulación jurídica disfrazada de regulación moral.

2.2 Perspectiva histórica de la ética

A continuación haremos una breve revisión del desenvolvimiento de la ética en la historia con la finalidad de comprender cómo esta disciplina y sus concepciones fundamentales también están determinadas por condiciones sociales, ideológicas e incluso políticas que cambian en cada época.

Etimológicamente, las palabras *ética* y *moral*, tienen el mismo significado. *Ethos*, en griego, y *mos*, en latín, quieren decir costumbre, hábito⁷.

La costumbre, en efecto, fue una primera forma de regular las relaciones entre los individuos en una comunidad social. La reiteración de determinadas prácticas, unidas a la convicción de quienes la realizan, determinaba que lo acostumbrado fuera al propio tiempo lo obligatorio o debido. La moral tiene que ver, así, con un comportamiento adquirido o conquistado por el hombre.

Según Bertrand Russell, en las sociedades primitivas existen ya *creencias* y *sentimientos éticos*: "se alaban algunas acciones, se condenan otras. Se cree que algunos actos de los individuos traen prosperidad no sólo a los individuos, sino a la comunidad y se cree que otros producen desastres"⁸.

La unidad y preservación de la comunidad provoca la germinación de la conciencia ética de los individuos. Aunque inicialmente esta conciencia no siempre era la propia voz *interior* del individuo, sino la de sus ancestros, la de sus mayores o la de sus dioses.

Sin embargo, la conciencia moral emerge gradualmente ya no como tradición o costumbre, ni por temor a los dioses o para ajustarse a la opinión de los demás, sino como expresión del reconocimiento de normas libre e íntimamente aceptadas.

En la antigua Grecia el comportamiento ético se convierte en objeto de reflexión filosófica. Los *primeros filósofos* se orientan a la contemplación del mundo natural y

tratan de investigar la naturaleza ética del hombre como parte del cosmos. Pero será Sócrates quien se ocupe específicamente del mundo moral del hombre.

Los sofistas griegos, como Protágoras, caen en el subjetivismo al considerar al hombre como *medida de todas las cosas*. Piensan que es imposible saber lo que verdaderamente existe y lo que no existe. En consecuencia, lo que para unos es actuar *bien*, para otros no lo es. No puede haber un conocimiento universal de los valores. Así el mundo moral es parte de ese relativismo.

A diferencia de los sofistas, Sócrates consideró que es posible llegar a un conocimiento universalmente válido de los valores. El hombre obra correctamente si sabe qué es el bien. Sócrates concibe al bien como la "felicidad del alma" y piensa que es posible alcanzarlo mediante la virtud (*areté*), la cual puede ser transmitida o enseñada.

Así, la bondad, el conocimiento y la felicidad se enlazan estrechamente. El método filosófico de Sócrates, la mayéutica, era el medio de realizar su máxima "conócete a ti mismo" y dar al mismo tiempo *cause* y *proporciones* al alma: la realización del *bien* unido a la *belleza*.

La ética de Platón proviene, en gran parte, de los principios éticos de su maestro, Sócrates, pero bajo el enfoque de su propia concepción dualista del mundo sensible y el mundo inteligible. En el primero sólo existen imágenes, lo que perciben los sentidos, allí no es posible encontrar la *verdad*, pues los sentidos no pueden dar cuenta de lo que es el *bien* o la *justicia*, por ejemplo. En cambio en el mundo inteligible es posible alcanzar el conocimiento de las ideas (*eidós*) permanentes, eternas, inmutables y perfectas.

Por ello la posesión del *bien* y de la *felicidad*, que constituyen la mira final del esfuerzo humano, se obtiene por la elevación al mundo superior supra-sensible.

La división del mundo en sensible e inteligible determina la ética de Platón, pues el bien y las virtudes (valor, justicia, templanza, etc.) sólo se alcanza en el mundo de las ideas o perfecciones supremas.

Para Platón, la parte superior del alma, la razón, debe regir a la inferior, el apetito (necesidades corporales). El fin último del hombre es purificarse o liberarse de la materia para contemplar la idea del bien.

La ética de Sócrates y la de Platón están íntimamente ligadas a la política, pues es en el Estado dónde el individuo se forma moralmente; fuera de la *polis*, de la relación con los demás, no puede existir un actuar ético.

De ello se deriva también el carácter aristocrático de la ética de estos filósofos, pues aquellos que no son ciudadanos (esclavos) no pueden tener un verdadero comportamiento ético. Las virtudes sólo pueden ser alcanzadas por las clases superiores (gobernantes, guerreros) y, más aún, sólo aquellos que lleven una vida contemplativa podrán tener una verdadera noción del *bien*, por lo que sólo unas cuantas almas selectas podrán llevar una vida auténticamente moral.

La búsqueda del *bien* fuera del mundo concreto-sensible hace que la vida ética quede, finalmente, fuera de las acciones cotidianas de los individuos y la razón de su actuar ético no pueda ser valorada en las condiciones concretas que lo determinan.

Al romper con el dualismo de su maestro, Aristóteles considera que las ideas no existen separadas de los individuos concretos. De acuerdo con su concepción ontológica del *acto* y la *potencia*, todos los seres tienden hacia un fin. El hombre, con su actividad, pasa de la potencia al acto, hacia su realización plena. Por lo tanto, todas las acciones humanas tienden a un fin.

Dice Aristóteles en su *Ética Nicomaquea*:

"...toda acción y elección parecen tender a algún bien; y por ello definieron con toda pulcritud el bien los que dijeron ser aquello a que todas las cosas aspiran"⁹.

Para el filósofo todas las acciones humanas tienen como fin el bien. Pero ¿en qué consiste éste bien supremo? Aristóteles responde: en la felicidad.

Esta felicidad no consiste en la riqueza ni en el placer, sino en alcanzar la vida teórica o contemplativa siendo guiados por la razón.

La vida teórica no se da en forma accidental, sino mediante ciertas acciones o modos constantes de obrar que son las virtudes. Estas no son aptitudes innatas, sino que se conquistan por el ejercicio, son hábitos.

Según Aristóteles, la virtud consiste en el término medio entre dos extremos (un *exceso* y un *defecto*) por ejemplo, el *valor*, se encuentra entre la *temeridad* y la *cobardía*. La virtud nos permite entonces alcanzar la felicidad, el fin último.

No obstante, Aristóteles reconoce que son necesarias ciertas condiciones, pues, dice, es imposible que haga bellas acciones quien está desposeído de recursos¹⁰.

La vida contemplativa es accesible sólo para una élite que puede tener libertad personal, política y económica. Sólo los ciudadanos pueden llevar una vida ética o aspirar a ella.

El pensamiento de Aristóteles es crucial en la historia de la ética, pues al preguntarse el por qué y para qué se actúa, es decir el "fin último" de nuestras acciones, encendió la luz de una interrogante que alumbró la actualidad con plena vigencia, y que, particularmente el periodismo debe hacerse constantemente en la búsqueda de la realización cabal de sus fines y de su sentido de servicio.

En la etapa de crisis del mundo antiguo griego surgen doctrinas filosóficas que expresan los problemas morales de ese momento histórico: el estoicismo y el epicureísmo.

Para los estoicos cuyo representante en Grecia fue Zenón de Citium, el bien supremo consiste en vivir conforme a la naturaleza, o sea, de acuerdo con la razón, con conciencia de nuestro destino y papel en el universo, sin dejarse llevar por pasiones o afectos interiores, o por las cosas externas.

Así, la premisa de la conducta ética es el conocimiento de la naturaleza, del universo. El sabio, puede someterse razonable y virtuosamente a la necesidad del mundo sin dejarse perturbar por el placer o el dolor.

En la antigua Roma, Séneca, Epicteto y Marco Aurelio serán continuadores del estoicismo.

Epicuro sostenía que el conocimiento materialista de la naturaleza es capaz de liberarnos del temor que despiertan las supersticiones y darnos la tranquilidad de ánimo que necesitamos, sin la cual resulta imposible la felicidad.

El hombre, liberado de temores, puede alcanzar el *bien*. El *bien* es para Epicuro el placer. Pero no todos los placeres son buenos, se debe escoger sólo aquellos que dan paz al alma, los espirituales.

Sin embargo, este ideal de vida supone el retiro de la vida comunitaria y política, así como la autosuficiencia, es decir, una vida serena que sólo se alcanza de manera privada.

En la antigua Roma, Séneca, Epicteto y Marco Aurelio serán continuadores del estoicismo.

Ambas éticas, estoica y epicúrea, nacen de la necesidad de tranquilidad en épocas de crisis y decadencia, tanto en Grecia como en Roma antiguas.

Los filósofos del mundo antiguo sentaron los cimientos para el estudio del comportamiento moral del hombre.

La ética de la edad media está definida por el cristianismo como doctrina e ideología dominante en esta época. Las verdades *reveladas* acerca de Dios y la relación del hombre con éste delinear el modo de vida práctico que se ha de seguir para salvarse en el *otro mundo*.

Como el hombre proviene de Dios, toda su conducta debe apuntar hacia él como objeto supremo.

Dios reclama obediencia al hombre y la sujeción a sus mandamientos, que en este mundo tienen el carácter de imperativos supremos¹¹.

San Agustín hace resonar la concepción dualista de Platón ante las necesidades de la fe cristiana: el hombre pertenece al mundo de la materia y del espíritu, pero debe esforzarse por abandonar su "jaula corporal" y purificar su alma elevándose ascéticamente a Dios. El hombre, pecador potencial, oscila entre el bien y el mal, pero cuenta con la fuerza ética para triunfar sobre los placeres de la carne y ser un hombre espiritual.

Santo Tomás, influido por Aristóteles, se pregunta por el fin último del hombre y responde que Dios es el fin supremo, es el *bien objetivo*. El hombre ha de esforzarse por alcanzar el conocimiento de Dios, cuya posesión es causa de goce o felicidad. Los pasos de hombre han de ir hacia tal fin.

La ética cristiana, sin embargo, regula la conducta con vistas a otro mundo. El comportamiento moral del individuo no tiende a realizar la plena felicidad en la sociedad terrenal. Además, los principios que ha de seguir el hombre por venir de Dios, son absolutos y no nacen de la propia conciencia de los hombres, son externos.

Al mismo tiempo, el clero tiende a valerse de la ética cristiana ya no como expresión de su sentimiento moral, sino como instrumento de dominio del pueblo.

La ética de la edad moderna se ve influida por una serie de cambios en la sociedad: el surgimiento de las relaciones capitalistas de producción, el desarrollo de las ciencias, la formación de grandes Estados nacionales y la aparición de la burguesía como nueva clase social.

Los humanistas del Renacimiento contribuyen a devolver al hombre su valor propio, -independiente de la religión - y, por lo tanto, su autonomía moral.

El desenvolvimiento de las ciencias y el conocimiento de la naturaleza a través de la experiencia provocan una subversión de los valores y se inicia una nueva

búsqueda de la esencia de la moralidad, pero ya bajo un enfoque racional y materialista.

La filosofía de los materialistas y los ilustrados del siglo XVIII servirá para destruir los pilares de un mundo ya caduco y para formar -mediante la *Ilustración*- un nuevo hombre acorde con su naturaleza racional.

La filosofía iluminista (Holbach, Helvetius, Lamettrie, etc.) es también expresión del ascenso de la burguesía vanguardista que busca libertades individuales y políticas.

Karl Kautsky escribe:

"Según los materialistas franceses, el tipo y la manera de las concepciones morales están determinados por las relaciones vitales de los hombres, y en particular por la constitución del Estado y por la educación. Siempre es el interés particular el que determina al hombre, pero puede convertirse en un interés social si la sociedad está organizada de modo que el interés particular se fusione con el interés por la comunidad..."¹².

Se ha criticado a la ética de estos pensadores como la ética del egoísmo, de lo útil, del placer.

El economista Adam Smith en su "Teoría de los sentimientos morales" (1759) indagó los efectos de los móviles de la acción humana: parte de la *simpatía* como el vínculo más importante de la sociedad humana, pero también presupone que el egoísmo, el interés material del individuo, es el móvil de las acciones humanas.

Frente a la ética de tendencia utilitaria, se encuentra la ética de Immanuel Kant, de riguroso y profundo sentido moralista.

Para el filósofo alemán nada en el mundo puede considerarse bueno sin restricción a excepción de la *buena voluntad*. Ésta consiste en actuar no sólo *conforme al deber*, sino *por deber*. Esto es, no se debe actuar para satisfacer un gusto, una necesidad, una intención egoísta o por temor, sino por el puro respeto a la exigencia ética.

"Una acción hecha por deber -dice Kant- tiene su valor moral no en el propósito que por medio de ella se quiere alcanzar, sino en la máxima por la cual ha sido resuelta; no depende, pues, de la realidad del objeto de la acción, sino meramente del principio del querer"¹³.

Para Kant, como vemos, el valor moral de la acción no depende de sus resultados, sino del principio que guió esa acción que está en consonancia con la voluntad del individuo, con su íntima convicción de seguir el deber. Por eso es que dice que la buena voluntad es como "una joya muy brillante por sí misma".

La voluntad está determinada por el *respeto puro* a la ley, sin obtener ningún provecho de ello. En consecuencia, Kant establece: "...yo no debo obrar nunca más que de modo que pueda querer que mi máxima deba convertirse en ley universal"¹⁴.

Con ello se quiere decir que, por ejemplo, no puedo desear que el principio que me ordenó mentir en un momento de apuro se convierta en ley universal, pues si todos lo hicieran así, alguien me "pagaría con la misma moneda" y el principio quedaría destruido.

Este principio de Kant es de tipo formal (pues es aplicable a todos los seres humanos sin excepción) y constituye el *imperativo categórico* o criterio supremo de la moralidad.

Al asentar que el valor moral de un acto procede de una norma que el individuo se ha dado a sí mismo, en consonancia con lo universal, Kant hace una aportación decisiva al pensamiento ético que trasciende hasta nuestra época como un ideal que, en el caso del periodismo, resuena en su finalidad ética: actuar *por deber* pero con plena autonomía y libertad.

Con Hegel el formalismo ético es llevado más lejos bajo el enfoque idealista de su filosofía. Para el pensador alemán el individuo sólo encuentra su libertad efectiva en el Estado, pues es allí donde puede armonizar su voluntad con la de los demás. Sólo

hay moral si el individuo vive conforme a las costumbres de la sociedad y las leyes del Estado.

Sin embargo, a través de su método dialéctico, Hegel descubre que las relaciones y principios morales de los hombres decaen, se violan y se destruyen ya que "aún siendo infinitos y eternos por su esencia interna, son limitados en sus manifestaciones exteriores y se hallan sujetos a las leyes de la naturaleza, así como a la acción de la causalidad"¹⁵, por lo que los fines morales también son transitorios.

Pero para Hegel en última instancia, la actividad del hombre forma parte del desenvolvimiento del *Espíritu* (el absoluto) por el cual éste se manifiesta como verdadero sujeto y se realiza. Así, los actos morales del hombre se ven disminuidos en su valor histórico concreto.

También en el siglo XIX se desarrollan las ideas que fundamentan la ética utilitaria con Jeremy Bentham y John Stuart Mill. La ética utilitaria se basa en la concepción de *lo bueno como lo útil*.

Tratando de superar el egoísmo ético (sólo es bueno lo útil o provechoso para mí), el utilitarismo sostiene que lo bueno es lo útil o beneficioso "para el mayor número de hombres".

Contrariamente a Kant, el acto moral será bueno de acuerdo con sus consecuencias -sin importar el motivo que impulsó a hacerlo- para el bien de la comunidad.

La objeción que encuentra esta ética reside precisamente en la forma de conciliar la mayor felicidad con el mayor número de personas, pues este principio tropieza con los límites impuestos por la propia estructura económico-social, ya que si una clase social basa su felicidad en la explotación de la otra, será imposible que la felicidad o el bien de unos no recaiga sobre la infelicidad de otros.

La ética derivada del pensamiento de Karl Marx hace una crítica a las posturas idealistas-formales y utilitarias, basándose en el materialismo dialéctico. Para esta

corriente, la formación económico-social es el presupuesto de la ética tanto a nivel de las instituciones como a nivel de la conciencia individual.

Ereesto Masticcelli indica: "la conciencia ética del individuo (...) es reflejo del momento ético de la superestructura relativa a una época dada del desarrollo de la sociedad; la moral es entonces un instrumento ideológico de la clase dominante a través del cual se expresa y se consolida la legitimidad del dominio de las conciencias individuales"¹⁶.

Al formar parte de la superestructura, la moral está determinada por las relaciones de producción y se presenta como ideología de clase. La división del trabajo crea intereses materiales capaces de determinar en forma distinta a la sociedad y al comportamiento social. En consecuencia no puede haber una moral única, pues no hay intereses homogéneos. Las reglas morales aparecidas en el curso de la historia se toman en obligaciones que se imponen a la colectividad, como expresión de la moral de la clase dominante.

La crítica fundamental que se hace al marxismo es que, al hablar de la moral como producto de la lucha de clases, cae en un relativismo que desemboca en que los valores carezcan de sentido (pues son meras invenciones de la burguesía) reduciéndolos a instrumentos de control ideológico. La moral sólo cumple una función social, en virtud del dominio de una clase.

No obstante, debe destacarse que el marxismo considera que el hombre puede y debe transformar sus condiciones de vida. La transformación de las relaciones económicas puede producir un cambio en las concepciones morales; es sobre esta base como podría alcanzarse una verdadera moral despojada de su carácter puramente ideológico.

La crítica de Nietzsche a la razón y a la moralidad provocó un escepticismo ético. Su negación de los valores cristianos y de los valores clásicos de la moral desemboca en que los valores éticos sólo sean realidades subjetivas que cada quien cree y acepta.

La ética es un asunto individual. No obstante la severidad de su crítica, Nietzsche contribuye a afirmar el valor de la voluntad humana liberada de sus cadenas ideológicas.

El Darwinismo Social, reflejado en la filosofía positiva de Hebert Spencer, también cuestiona la existencia de una moral única y absoluta pues la vida moral, como en toda sociedad está sometida a leyes evolutivas y, por tanto a un incesante cambio y mutación en los valores.

La ética del siglo XX o ética contemporánea, reacciona contra el formalismo y racionalismo, reivindica al hombre concreto y el reconocimiento de lo irracional.

La corriente existencialista hace una importante contribución a la ética al plantearse como problema fundamental al individuo concreto en su subjetividad. La existencia humana real, el hombre de "carne y hueso" que nace, sufre y muere es el dato fundamental de toda reflexión filosófica. La existencia es anterior a la esencia.

Su iniciador, Soren Kierkegaard, opone al racionalismo Hegeliano su irracionalismo en favor del subjetivismo total. Lo único que cuenta para el hombre es su existencia plenamente subjetiva, la cual ha de transitar por tres estados: estético, ético y religioso. Para el filósofo danés el *hombre ético* lleva una vida que sigue reglas universales y necesarias, lo cual limita su autenticidad que sólo alcanza en el estado religioso.

Entre los diversos representantes del existencialismo (Jaspers, Heidegger, Marcel, etc.) sobresale Jean Paul Sartre, para quien el hombre es esencialmente libertad. Cada hombre tiene una libertad absoluta para elegir lo que quiera ser, nada lo ata: ni su pasado, ni su naturaleza, ni Dios. El hombre es hacedor de su propio ser. Para Sartre no existen valores objetivamente fundados; cada uno escoge sus valores y normas de conducta. Lo único que determina el valor de cada acto, es el grado de libertad con que lo haya realizado.

Siendo plenamente libre, el hombre es también completamente responsable de sus acciones. Sin embargo, "existen los otros y sólo puedo tomar mi libertad como fin , si tomo también como fin la libertad de los demás"¹⁷. Es decir, en cada decisión que tomo no sólo me comprometo yo, sino que comprometo a toda la humanidad, lo que tomo como bueno para mí lo considero bueno para los demás, por lo que la vida se convierte en un compromiso constante, un constante escoger para mí y escoger para los demás.

La ética del existencialismo es una expresión de las crisis sociales, políticas y morales de nuestro siglo.

Otros autores contemporáneos han abordado el problema ético desde diversos puntos de vista. G. E. Moore se pronuncia contra toda ética que pretenda definir lo bueno como una propiedad natural, pues se trata de algo que no puede ser definido. Moore concluye que lo bueno sólo puede ser captado por la vía de la intuición; lo mismo ocurre con conceptos como el deber, justicia, obligación, etc. Qué es lo bueno y qué debe hacerse, es algo que debe ser aprehendido de modo directo, inmediato, es decir, intuitivamente.

Para Alfred J. Ayer los conceptos éticos (lo bueno, el deber, etc.) no existen como propiedades, son sólo expresiones de las emociones del sujeto. Se llega entonces al emotivismo ético, pues los términos éticos sólo expresan las emociones del sujeto y éste es su único valor.

Autores como Stevenson, R. M. Hare y Nowell Smith se plantean el problema de la ética a partir del lenguaje. El lenguaje de la ética no sólo es expresión de emociones sino que produce emociones en otros, prescribe modos de acción y está, por lo tanto, relacionado con la lógica de los imperativos.

Sin embargo, las investigaciones de estos autores tienden a olvidar que el lenguaje sólo es el medio de expresión de las relaciones reales y efectivas de los individuos.

Más recientemente, Rubert de Ventós habla de una "naturaleza funcional" de los criterios morales:

"Entiendo que tanto los criterios morales como el concepto de bondad que de ellos se sigue son criterios y conceptos estrictamente funcionales; que los términos con los que se juzga moralmente un acto no hacen más que dar cuenta de la adecuación o la inadecuación del mismo a la función, papel o destino que quien juzga atribuye al responsable"¹⁸.

Herrán y Restrepo señalan la importancia de la "ética de la responsabilidad solidaria" o "ética comunicativa", elaborada por tratadistas como Karl Otto Apel y J. Habermas. Según esta teoría "hay que buscar los valores por la vía del diálogo, porque ya los principios no convencen absoluta y generalmente, como sucedía en otras épocas"¹⁹.

Se trata de una "moral civil" que "sin importar cuáles son las creencias últimas de las personas, nos obliga a colaborar en el perfeccionamiento de los grupos sociales a los que pertenecemos"²⁰.

Recientemente el periodista español Juan Luis Cebrián, quien fuera director fundador de *El País*, afirmó que la red global de telecomunicaciones constituye un medio para lograr consensos a nivel planetario sobre criterios éticos, como forma de buscar valores comunes.

"En la red, la moral va a ser diferente -afirma-. Los conceptos de jerarquía y autoridad desaparecen, ya que todo el mundo tiene algo que aprender y también que enseñar (...) La moral en la red terminará por crearse, ya se ha empezado a crear a través de chats o comunidades cibernéticas"²¹.

En contraste, el filósofo e investigador español Norbert Bilbeny, señala que uno de los mitos de la globalización es pensar que estamos ante un mundo interactivo, cuando, de avanzar la comunicación impersonal que se ha fomentado con las nuevas tecnologías, nos convertiremos en una sociedad virtual.

Advierte además que "se incrementará ansiedad y la angustia" y que "la individualización masiva nos conducirá a una infelicidad mayor que la de las sociedades industrializadas que nos penetran".

Bilbeny propone "un mínimo común moral" para combatir la vorágine globalizadora de las nuevas tecnologías que terminan por imponer una determinada visión de la economía y la política. "Es necesario -dice- crear una ética transcultural que no tenga contenidos ideológicos específicos sino que contenga principios morales que puedan ser asumidos universalmente"²².

No obstante las infinitas posibilidades de los nuevos vehículos de comunicación, creemos que lograr una *ética global* no sólo depende de la posibilidad de transmitir valores por internet. Al tiempo que se desenvuelve la tecnología de la comunicación se han acentuado las diferencias entre los países industrializados y los dependientes, entre los generadores de nuevas tecnologías y los consumidores de las mismas; las diferencias sociales al interior de las naciones también hacen ver las dificultades para adoptar una moral de alcance global.

A partir de lo expuesto hasta aquí, podemos advertir que la ética ha atravesado por diversas etapas de desarrollo que se encuentran en estrecha relación con las condiciones históricas que orientan el objeto de su reflexión y sus concepciones mismas.

Creemos que no es posible descartar ninguna de las aportaciones que han hecho los filósofos al estudio de la ética - desde los antiguos hasta los contemporáneos- pues todos ellos han dado cimientos y contribuido a la construcción de las concepciones éticas actuales. La universalidad de sus ideas puede ser redescubierta y proyectada hacia muchos de nuestros problemas actuales.

Más aún, la historia del pensamiento ético constituye una fuente de reflexión permanente a la cual puede recurrir la ética profesional y en donde, particularmente, la profesión periodística puede encontrar respuestas a sus problemas prácticos.

En ocasiones se identifica a la ética con una postura ideológica moralista, reaccionaria y censurante (y no es raro que se la use como instrumento ideológico de la élites). Pero en este trabajo asumimos lo contrario: la ética transforma, critica, interroga, concientiza.

Parece irónico que la ética, repentinamente, en este fin de milenio resurja con un nuevo impulso. No sólo los filósofos se plantean problemas de ética proyectados hacia la nueva realidad mundial. La ética de pronto se hizo rentable. Y no es extraño encontrarse con el desgaste de la palabra *ética* en la política o toparse con seminarios de *ética* en los negocios, como forma de aumentar la *productividad*.

Diversas profesiones vuelven su mirada hacia la ética como forma de enfrentar la corrupción y la crisis de valores que las deterioran. De la ética policial hasta la ética empresarial, distintas ocupaciones buscan encontrar en la ética respuestas a sus grandes problemas.

En organismos públicos y en partidos políticos se habla también de asumir códigos de ética para recuperar eficiencia y *credibilidad*. Diversos escritores se ocupan también de analizar las relaciones entre ética y política.

Necesaria consecuencia de ello debe ser el estudio de los pensadores clásicos de la ética, pues sus enseñanzas deben alumbrar este fin de siglo.

Por supuesto, algunos medios de difusión también descubren la ética como útil disfraz de credibilidad, o bien, se dan cuenta de que decir la verdad *vende*. Pero otros adoptan principios éticos con una auténtica voluntad de cumplir con sus fines de servicio a la sociedad.

Cabe entonces preguntarse si la ética se convierte solamente en un instrumento para ganar eficiencia, si se la utiliza solamente como tabla de salvación para la política o para los negocios o para reforzar la actividad mercantil de los medios *masivos*. Sería irónico que la ética sea sólo un medio para alcanzar un fin.

De ser así, podríamos estar frente a una "ética" funcional: sólo una herramienta para restaurar la *moralidad* de un orden social y que sólo aspira a "reforzar" los valores útiles para una estructura socio-económica determinada.

El filósofo español, Fernando Savater, escribe:

"La ética en el mundo actual difícilmente puede parecerse a un conjunto de mandamientos, normas y proscipciones nítidamente establecidas: es más bien una perspectiva de reflexión personal sobre la libertad que ejercemos eligiendo y descartando en una realidad demasiado rica como para no romper las costuras de todos los formularios"²³.

Asimismo, según Martin Jay, el pensamiento postestructuralista (representado por Foucault, Lyotard, Lacan, entre otros) tiene como denominador común "el rechazo a definir la ética en términos de sistema, normas, reglas, leyes o valores que puedan ser rigurosamente codificados.

Michel Foucault definió sus valores morales como "la refutación, la curiosidad y la innovación".

Precisamente porque no podemos desconocer estos alcances del pensamiento ético contemporáneo, discutiremos más adelante que un código ético no debe ser una rígida normatividad, sino sólo un fundamento, un punto de partida que guíe y oriente nuestras acciones.

En nuestra investigación asumimos que la ética, al orientarse a los problemas concretos, prácticos, de los hombres debe analizar críticamente todos los actos morales y considerar las circunstancias histórico-sociales que lo condicionan.

El propio carácter teórico-científico de la ética debe impedirle convertirse sólo en una preceptiva, debe ser una ciencia que enseñe a entender y a analizar los factores que intervienen en el comportamiento moral, para cuestionarlos permanentemente.

La ética debe permitir al individuo criticar su comportamiento moral como parte de la crítica a su sociedad.

La ética no es sólo limitarse a seguir normas, es sobre todo una lucha, tensión permanente con todo lo que a ella se opone. La ética es libertad y posibilidad de transformar conscientemente.

2.3 Deontología, el sentido ético de una profesión

Deón o *deontos*, en griego, significa *deber*, y *logos*, tratado. La deontología se define como la ciencia, tratado o estudio de los deberes²⁴.

La palabra deontología fue acuñada por el filósofo Jeremy Bentham (1748-1832) autor de *Deontology or science of Morality*. Bentham estima que esta disciplina concierne sólo al ámbito de la moral y no al aspecto jurídico. Se restringe, pues, a la responsabilidad que la conciencia impone al individuo.

El enfoque que da Bentham a la deontología es de tipo utilitario: "una acción es buena o mala, digna o indigna en proporción de su tendencia a acrecentar o disminuir la dicha pública"²⁵. El filósofo inglés pone mayor énfasis en el principio clásico utilitario: la mayor felicidad para el mayor número. Ya hemos mencionado las limitaciones que enfrenta la ética utilitaria.

La deontología será llevada al estudio de los deberes profesionales en 1845, cuando Max Simon la adapta a la profesión médica. De aquí la estrecha relación e identidad entre el concepto de deontología y el de ética profesional.

Por lo anterior, resulta necesario destacar la relevancia de la ética en el ejercicio de una profesión.

Desde un enfoque teleológico, todo quehacer humano responde a determinados fines. El trabajo, como transformación de la naturaleza y de la realidad social, como actividad creativa específicamente humana, exige la participación social en la

producción de determinados bienes destinados a satisfacer ciertas necesidades humanas.

De esta forma, la ayuda mutua, la solidaridad, la disciplina, etc., son valores que responden a los intereses de la comunidad y que se ponen de relieve en el trabajo.

En una *gens* o tribu estos valores, puestos en práctica en el trabajo, son fundamentales para la protección y subsistencia de sus miembros.

La división social del trabajo determina la necesidad de que cada hombre desempeñe su oficio u ocupación correctamente como forma de asegurar el bien común, la unidad y permanencia de la comunidad.

Para Sócrates la justicia consistía en que cada uno permanezca dentro de los límites de su empleo. Cada uno deberá hacer aquello que mejor sabe hacer. Al interrogar a sus conciudadanos quería acercarlos al conocimiento de sí mismos para descubrir así su vocación y hacerlos mejores ciudadanos.

Así, toda ocupación desempeña un papel primordial no sólo en el desarrollo económico de la sociedad sino en el desenvolvimiento de las capacidades humanas en forma individual y social. *Todo trabajo debe humanizar.*

Por su propio carácter social, toda actividad u ocupación debe perseguir un fin ético.

Bertrand Russell dice:

"los soldados deben luchar, como los bomberos deben arriesgar sus vidas(...), los guardacostas deben salir al mar cuando hay tormentas, los doctores deben correr el riesgo de una infección durante la epidemia..."²⁶

Cada ocupación u oficio responde, pues, a fines determinados que están socialmente orientados.

Sin embargo no basta que cada uno cumpla bien con su oficio, pues, como indica Russell, incluso "un pirata debe mostrar valor en el combate y justicia en el reparto del botín; si no lo hace así no es un buen pirata"²⁷.

Podría hablarse, por ejemplo, de la ética de un ladrón que hace muy bien su oficio. Es por ello que una determinada ocupación debe tener como mira el bien común: el conjunto de las condiciones que contribuyen al perfeccionamiento social y a la realización de los fines a los que la sociedad aspira.

Aquiles Menéndez define la profesión como una "capacidad cualificada, requerida por el bien común, con peculiares posibilidades económico-sociales"²⁸.

Mitchell establece que "la profesión (...) es una actividad que presenta características bien definidas: cultiva principios operativos transmisibles de un agente a otro; opera sobre un cuerpo de conocimientos preciso y en constante progreso; tiene su base en una cultura general; posee un código de ética; quienes la practican están motivados por una preocupación de bienestar público"²⁹.

Aunque originalmente a la profesión se le concibe como una ocupación, un empleo o una facultad, comúnmente se ha designado con esta palabra a la actividad que se ejerce con la acreditación o respaldo de estudios superiores o universitarios -un cimiento cultural amplio, una formación especializada y competencia académica-, o bien de colegios o asociaciones profesionales y por un estatuto legal de la profesión.

Hemos ya discutido los problemas que intervienen en la definición del estatus profesional del periodista.

Toda actividad humana es manifestación de una capacidad. Esta capacidad se desarrolla primeramente como resultado de la praxis, de la forma en que el hombre se relaciona con su mundo y con los otros seres humanos para transformarlo. La experiencia permite la acumulación y articulación de conocimientos. La especialización en una determinada actividad es resultado de una preparación, un dominio de los conocimientos y técnicas necesarios para desempeñar esa actividad.

Todo trabajo humano, toda actividad especializada se convierte en un bien social en tanto es capaz de satisfacer una necesidad colectiva.

Una actividad profesional u ocupación no puede dejar de considerar el desarrollo individual como parte del desarrollo colectivo: busca el desenvolvimiento o realización de sus fines dentro del marco de las relaciones económicas y sociales.

Es aquí donde se ponen en juego los valores éticos. Una actividad es valiosa en la medida en que corresponda a una necesidad. El *valor* no existe al margen de la necesidades concretas de los individuos, sino en función de ellas.

Si para la sobrevivencia y equilibrio de la comunidad es necesaria la *veracidad* de un informador, entonces ésta se convierte en un *valor*. Quien habla con *veracidad* da algo valioso a la comunidad.

Es en este campo donde se identifican el concepto de deontología con el de la ética profesional.

Fernando Savater señala:

"... en las sociedades complejas, hay una serie de éticas concretas de acuerdo con la actividad o el puesto o el papel social que cada uno desempeña en un grupo humano. La expresión técnica para designar a este tipo de éticas concretas es la deontología, que viene de la expresión griega *taderontak*, que significa lo debido, lo que corresponde a un grupo determinado".

"La deontología -agrega- no es entonces una ética global o general para todo el mundo, sino el código ético que tiene un tipo de persona determinada que hace una acción determinada, por lo que hay límites deontológicos para unas profesiones, o para unos puestos en la vida, que no corresponden en cambio a otros"³⁰.

En este sentido, Francisco Vázquez Fernández define la deontología profesional como "los deberes profesionales extrajurídicos y éticos, pero mínimamente exigibles dentro de cada profesión"³¹. Es decir, que se trata de una disciplina que se encuentra justamente entre la ética y el derecho.

José María Desantes Guanter define la deontología como "el conjunto sistemático de normas mínimas que un grupo profesional establece y que refleja una concepción ética común o mayoritaria de sus miembros"³².

Al ocuparse de los deberes y las normas, la deontología se ocupa de una parte especial de la ética, pues, como ya apuntamos, ésta comprende las normas, valores y principios que guían la acción humana.

Es por ello que diversos autores usan el término *deontología* para precisar o enfatizar el aspecto normativo-moral de los deberes periodísticos.

En nuestro trabajo preferimos usar con mayor frecuencia el término *ética periodística*, puesto que la ética no sólo se interesa en el estudio de los deberes, sino que analiza las causas y circunstancias en que ocurre el acto moral y los problemas que le rodean.

No obstante, debemos indicar que por motivos operacionales es necesario partir también de las nociones de *deontología periodística* o *deontología de la información*, como aspecto medular de nuestro tema. Hacemos uso del término *deontología* para referirnos a los aspectos específicos de la normativa de los deberes de los periodistas.

2.4 La ética periodística: libertad y conciencia

Conforme lo hemos establecido anteriormente, la ética no sólo se ocupa de establecer deberes que ha de seguir el hombre. No dicta normas. La ética analiza las circunstancias en que se desenvuelve el comportamiento moral de los individuos y explica el sentido de los valores y principios que lo rigen.

Por ello, creemos oportuno indicar que la *ética periodística* además de considerar el conjunto de principios que guían el comportamiento profesional también debe tomar en cuenta los problemas y condiciones que rodean al trabajo del periodista, así como su

capacidad individual para discernir, con independencia de lo que establecen los preceptos.

Como principio de nuestra investigación creemos pertinente adherirnos a la definición de ética periodística que ofrece Ernesto Villanueva:

"es la ciencia normativa de la conducta que permite al periodista elegir, entre distintas opciones, cuál debe ser el camino correcto en el ejercicio de su profesión"³³.

Esta capacidad de elegir entre distintas opciones no significa, naturalmente, una obediencia mecánica a normas establecidas que han sido impuestas al periodista por la tradición o por la empresa a la que sirve. Por el contrario, las decisiones del periodista deben ser el resultado de su reflexión y su conciencia, como condiciones necesarias para que actúe por convicción, por su íntima adhesión a un principio.

Por ello, también coincidimos plenamente con el periodista y escritor Federico Campbell, para quien la ética periodística es "un sistema de convicciones personales y deberes sin los cuales la labor del periodista no tiene razón de ser".

La ética enseña, no a obedecer, sino a analizar, criticar, ponderar y guiar nuestros actos: responde a un sentido de perfeccionamiento humano.

Es por esta razón que para el objeto de nuestra investigación suscribimos plenamente la concepción de ética que nos ofrece el investigador de la comunicación, Cees Hamelink, en un estudio sobre los códigos éticos a nivel mundial:

"La ética no es un ejercicio estático, es reflexión orientada a la acción que examina críticamente la dimensión ética de las decisiones humanas, desentierra los principios que guían estas decisiones y los intereses que representan, y relacionando la teoría con la práctica, plantea la acción adecuada. La ética es un proceso en movimiento que mejora el conocimiento, crea conciencia y propone acción práctica".

Nos parece que no puede haber definición más amplia y correcta para ser trasladada íntegramente al concepto de ética periodística, pues se adapta con toda

fidelidad al mundo dinámico, de decisiones constantes y rodeado de intereses en que se desenvuelve el periodismo.

Consideramos que la ética en el periodismo se funda en la conciencia sobre los deberes sociales de la profesión, el dominio de los conocimientos y técnicas para alcanzarlos y un amplio margen de autonomía de conciencia en la práctica cotidiana.

Estimamos que la ética periodística es la disciplina que puede proveer al periodista de esa capacidad para distinguir " el camino correcto" en sus decisiones, impulsarlo a asumir la responsabilidad de sus actos y auxiliario aún en las decisiones más difíciles.

La ética periodística no debe fomentar actitudes pasivas, temerosas o autocensurantes en los periodistas, debe estimular la transformación hacia un periodismo mejor documentado y exhaustivo. La ética periodística debe propiciar una actitud de integridad y valor en los periodistas, un espíritu de compromiso con la sociedad y su transformación.

Es por ello que si bien la ética periodística se plantea como una "ciencia normativa", ello no implica el concebirla como una "productora" de leyes, sino como una ciencia que ayuda al periodista a ejercer su profesión con mayor conciencia y libertad.

Por lo anterior, es pertinente señalar que los principios de ética periodística no buscan obligar al periodista a actuar en cierto sentido, no son coercitivos, pues ello sería contrario a la libre determinación, y por lo tanto, a un comportamiento verdaderamente ético. La función esencial de estos principios es la de servir de guía, de orientación a las acciones del periodista y, más aún, estimular su reflexión y su capacidad de decisión.

En la deontología como estudio de los deberes, se ha centrado el problema de la ética del periodismo, pues es en los principios éticos donde se concretan y expresan los más altos ideales de la profesión.

La deontología periodística es el término con el cual se ha precisado el estudio de los deberes y responsabilidades de la profesión, por lo que frecuentemente *ética periodística* y *deontología periodística* se usan como expresiones equivalentes.

Villanueva establece que la deontología periodística puede definirse como: "el conjunto de principios éticos asumidos voluntariamente por quienes profesan el periodismo, por razones de integridad, de profesionalismo y de responsabilidad"³⁴.

Este mismo autor señala que la ética de la información se encuentra directamente vinculada al perfil moral del periodista: cómo quiere vivir, cómo se ve a sí mismo, cómo son los valores morales que aplica al momento de recabar y difundir la información, y qué relación debe existir entre el público y su tratamiento periodístico³⁵.

Federico Campbell también resalta el papel de la aceptación íntima de los principios en su concepto de deontología del periodismo: "al conjunto de convenciones morales y deberes que regulan – por convicción personal: *in foro interno*, y no por obligatoriedad legal – el ejercicio del periodista, puede llamársele deontología periodística".

La importancia de la ética periodística reside en una serie de fundamentos esenciales para toda sociedad:

- a) El ejercicio ético del periodismo defiende y preserva la libertad de expresión e información: pues el primer deber del periodista es exponer o comentar los hechos con veracidad y en la consecución de este ideal de la profesión se pueden sufrir graves limitaciones. Al dar a conocer lo que observa, el periodista ha enfrentado, históricamente, censura, agresiones, encarcelamiento y muerte. Al informar con veracidad, al conducirse éticamente, en contra de las fuerzas que a ello se oponen, el periodista se convierte en un defensor de la libertad de expresión e información.
- b) El ejercicio ético del periodista contribuye a la realización y defensa del derecho a la información: pues cuanto más se adhiera el periodista a los principios éticos de la profesión, mejor podrá contribuir al cumplimiento de esta garantía que figura en el

mundo como un derecho humano fundamental. Una información periodística oportuna, suficiente y veraz es un elemento que favorece decisivamente la participación democrática de la sociedad en los asuntos públicos.

c) El ejercicio ético del periodismo es una forma de luchar contra la manipulación, la distorsión y el control informativo: pues las distorsiones, errores y omisiones, voluntarias o involuntarias, que cometen los periodistas son frecuentes y, muchas veces, son parte de los riesgos inherentes a la profesión, pero también son resultado de los condicionamientos políticos y económicos de la empresa periodística. En consecuencia todo error y distorsión informativa debe ser corregida como forma de proteger a la sociedad y permitir al mismo tiempo la indispensable crítica del público al trabajo del periodista.

d) El ejercicio ético del periodismo permite establecer un compromiso con la sociedad: pues en los principios éticos del periodismo descansa no sólo la dignidad y el respeto de la profesión consigo misma, sino la credibilidad y confianza de la sociedad hacia el trabajo del periodista. A través de los principios éticos el periodista reconoce sus compromisos con el principal destinatario de la información: el ciudadano. Se define además el ideal de servicio entre el periodista y el público.

e) El ejercicio ético del periodismo dignifica a la profesión: pues lamentablemente existe una mala reputación tradicionalmente ligada a la profesión periodística, ya que comúnmente se ve al periodista como un individuo que manipula la información y obtiene ventajas de su posición profesional. Consecuencia de ello es la falta de credibilidad de la sociedad hacia la prensa. La adhesión a principios éticos es también una lucha contra el antiguo desprestigio de la profesión.

f) El ejercicio ético del periodismo permite crear una conciencia sobre identidad de la profesión: al establecerse principios de conducta en el periodismo se fortalece la conciencia profesional y, de esta forma, se consolida el *estatus* o calidad profesional del periodista, lo cual constituye un fundamento para poder ofrecer un servicio a la sociedad

con base en responsabilidades precisas, pero también en los derechos y la protección de la profesión periodística.

g) El ejercicio ético del periodismo preserva la libertad de la profesión: pues al ser el periodismo una tarea que por su naturaleza misma requiere una máxima libertad, la conducta ética tiende a contrarrestar la exigencia de normas jurídicas autoritarias (mas no suplir por completo a un marco legal) que en ciertos sistemas políticos constituyen formas disfrazadas de censura y no expresan cabalmente la voluntad de la sociedad ni la de los sectores concernientes en la información.

La ética periodística comprende el universo de decisiones y acciones que el periodista toma cotidianamente en el ejercicio de su profesión. Toda acción (u omisión) tiene un significado moral dentro de la profesión periodística. Cualquier camino que elija el periodista tendrá una enorme trascendencia en el servicio que presta a la sociedad.

Diariamente, y a cada momento, el periodista debe tomar decisiones, constantemente se halla en una bifurcación ante la cual debe escoger el camino que considera más pertinente para el bien público.

La profesión periodística, como ninguna otra, se encuentra en el centro de una intrincada red de intereses y fuerzas que la presionan y pueden hacerla muy vulnerable. Una multitud de condicionamientos, ponen permanentemente en peligro el frágil equilibrio de la ética profesional.

El periodista del *Washington Post*, Richard Harwood, considera que "lo que debiera ser una planicie ética para este oficio, es de hecho una selva ética"³⁶.

Efectivamente, el periodismo se encuentra en una "selva" porque no puede dejar de tocar las fibras más finas de la vida pública: está en medio de disputas y debates, de puntos de vista antagónicos, de guerras y tensiones; está en el centro de las fuerzas sociales y sus luchas, de la vida democrática, de los grupos políticos y económicos, de los sucesos y problemas que afectan a la humanidad. La enorme complejidad de los

acontecimientos es la materia prima del periodismo y, en consecuencia, se enfrenta a una muy alta y delicada responsabilidad.

Cada acto en la profesión del periodismo es un constante asumir responsabilidades. Todo cuanto escriba el periodista puede afectar la vida pública y la vida individual de las personas.

Pero precisamente por sus condicionamientos políticos, ideológicos y mercantiles, el periodismo se encuentra siempre caminando en una fina cuerda donde el equilibrio ético debe enfrentar multitud de amenazas que muchas veces comienzan en la propia empresa periodística.

Lo que es ético para un diario, no lo es para otro. Nos enfrentamos a un problema de relatividad moral que recae por principio en la política editorial e informativa del diario y en los factores que la condicionan.

Herrán y Restrepo describen un completo panorama de los condicionamientos de la ética periodística al hablar de las "dependencias" que limitan al periodista:

"De la experiencia de los periodistas se concluye que estas dependencias pueden proceder de la organización financiera del medio de comunicación, de sus limitaciones económicas, de sus fuentes de financiación, de las medidas restrictivas o de control impuestas por el gobierno; de la influencia ejercida por líderes y partidos políticos; de la actuación en juntas directivas, directores o editores de medios periodísticos; de la presión ejercida por lectores, oyentes o televidentes agrupados en asociaciones o consultados a través de raitings de sintonía o de circulación, de las opiniones y sentimientos personales del periodista, o de la relación del periodista con sus fuentes de información"³⁷.

En una exhaustiva investigación de ética periodística, Edmund Lambeth confirma lo señalado por los autores:

"...el alcance de la libertad de acción de los reporteros y editores se restringe ante presiones de los propietarios, los editores y los compañeros, los valores sociales y las costumbres, y los procedimientos legales y normativos"³⁸.

La profesión periodística no puede encontrarse sujeta solamente a la ideología e intereses de la empresa periodística para definir sus principios éticos de conducta profesional.

En la medida en que la profesión del periodismo ha consolidado su identidad, su razón de ser como quehacer humano y como actividad profesional, así como sus propios métodos, técnicas y su perfeccionamiento, ha conquistado una mayor autonomía que la pone en condiciones de establecer sus ideales de servicio por encima de los intereses de los grupos políticos o económicos que detentan o influyen en la prensa.

Al preguntarnos por estos ideales de la profesión, nos interrogamos justamente sobre sus principios éticos: éstos son los que nos dan cuenta precisa de en qué consiste la ética periodística.

Si bien existen principios de carácter universal cuyo origen se remonta al siglo XIX, una buena parte de éstos ha evolucionado conforme se desarrolla también el periodismo y la realidad en que se desenvuelve.

Es posible observar actualmente que los principios éticos de conducta en la profesión periodística son cada vez más específicos y, por tanto, más numerosos: de las premisas más generales se ha pasado a la sistematización de pautas de comportamiento cada vez más especializadas, que aspiran a cubrir una clase de casos de acuerdo con el problema particular que enfrenta el periodista.

Esta circunstancia ha sido motivada por la preocupación de muchos periodistas que aspiran a que la profesión cuente con pautas cada vez más precisas para enfrentar la inmensa multiplicidad de circunstancias en que se deben tomar decisiones cruciales. Pero, al mismo tiempo, esta especificidad es también resultado de la vasta experiencia

acumulada por la profesión a través del tiempo y del esfuerzo por adaptarla a los problemas que enfrenta el periodismo en cada país.

Los principios de ética periodística están sujetos a muy diversas interpretaciones que tienen que ver con la problemática que vive el periodismo en los diferentes países e incluso con las características de cada empresa periodística u organización profesional.

Pero es precisamente el afán de universalidad y generalidad de los principios de ética profesional lo que evita que se caiga en un relativismo absoluto que haga carecer de sentido la formulación de dichos principios.

Más aún, los principios universales cobran vigencia, validez y eficacia cuanto mejor se adaptan a las situaciones peculiares pertinentes, sin que por ello se vuelvan relativos e inaplicables.

Por estas razones analizaremos el código de ética periodística como manifestación concreta de las preocupaciones ético-profesionales de los periodistas y como una forma organizada y sistematizada de establecer pautas de comportamiento que orienten al periodista en sus tareas, pues la actitud ética es la expresión más elevada del comportamiento humano.

2.5 El código de ética: ¿autocensura o guía de conducta?

Desde la perspectiva del derecho, un *código* es un cuerpo de leyes o una recopilación de estatutos integrados de manera metódica y sistematizada. El código penal, por ejemplo, recopila las normas jurídicas destinadas a asegurar la subsistencia del hombre en la sociedad al establecer sanciones a conductas antisociales³⁹.

Pero, como se ha explicado anteriormente, las normas y principios morales presentan características diferentes a las de las normas jurídicas, pues éstas últimas

proviene de una voluntad externa y tienen un carácter coercitivo, mientras que las normas morales requieren de la aceptación íntima y voluntaria del sujeto. Por lo tanto, al hablar de un código ético deberemos hacer a un lado su connotación jurídica. No obstante, el concepto jurídico de *código* se relaciona con el de código ético en tanto *codificar* implica dar un orden, coherencia y sistematización a un conjunto de principios.

El código responde a una voluntad de normar, de establecer pautas, de dar directrices de conducta de acuerdo con una necesidad humana y conforme a la razón.

Para David Berlo el código es "todo un grupo de símbolos que puede ser estructurado de manera que tenga algún sentido para alguien". Aún cuando el sentido semiótico del código no se relaciona directamente con el código ético, podemos encontrar un vínculo en tanto que el código de ética es una estructuración y sistematización de significados que, idealmente, comparte un grupo, en este caso, profesional.

Sin embargo, para comprender la dimensión específica del código de ética periodística, revisaremos algunos de los conceptos que ofrecen de él diversos autores.

Para el investigador Cees Hamelink, el código de ética está constituido por "los principios profesionales éticos producto de la necesidad de idear un conjunto de reglas que definan y controlen sus derechos (de los profesionales) y deberes, su comportamiento ocupacional dentro del grupo, su ideal profesional y su relación hacia la sociedad en la cual funcionan"⁴⁰.

Hugo Aznar, por su parte, establece que los códigos deontológicos son documentos que recogen un conjunto más o menos amplio de criterios, normas y valores que formulan y asumen quienes llevan a cabo una actividad profesional.

H. Wilensky establece que "el código profesional define las reglas para el funcionamiento interno, colegial, intenta reducir la incompetencia interna y trata de eliminar a los no calificados y a los inescrupulosos. Así, el código da alguna identidad y estatus a la profesión"⁴¹.

De estas definiciones podemos resaltar que el código de ética:

- a) Es un instrumento vinculado con el carácter profesional de una actividad.
- b) Proporciona y fortalece la identidad de una actividad profesional.
- c) Establece ideales de conducta profesional como expresión pública del compromiso con la sociedad.
- d) Busca regular las relaciones entre el grupo profesional y el público al que sirve.
- e) Busca regular las relaciones entre los miembros del grupo profesional.
- f) Además de marcar los deberes profesionales, respalda también los derechos y condiciones que permiten su cumplimiento.
- g) Uno de sus principales fines es el perfeccionamiento de la profesión y, en virtud de ello, tiene un carácter selectivo.

Tomando en cuenta que el periodismo, en la práctica, no ha alcanzado un carácter plenamente profesional, planteamos dos observaciones:

1. Es necesario que aún quienes no tienen el reconocimiento jurídico o académico de periodistas profesionales, pero ejercen el periodismo como su actividad principal o en calidad de colaboradores, puedan adoptar los códigos de ética.
2. En consideración a que es necesario preservar la libertad de expresión, ya que el periodismo es ejercido con frecuencia por miembros de otras profesiones, no es posible que el código de ética tenga un carácter absolutamente aristocrático, al menos, en el aspecto profesional. Quizá su sentido de selectividad, sea más de índole moral.

Para Ernesto Villanueva, el código deontológico es "el instrumento normativo mediante el cual se plasman los deberes profesionales y se materializa la deontología". Y agrega el autor que "el código deontológico abstrae los valores éticos voluntariamente aceptados por un gremio profesional y los transforma en reglas de conducta obligatoria para los sujetos a ese ordenamiento deontológico"⁴².

Sobre este concepto deseamos enfatizar que el concebir al código como instrumento normativo, no implica entenderlo en el mismo sentido de la normatividad

jurídica, pues, como indica el propio autor, lo que lo distingue es su carácter voluntario y es precisamente de ahí donde extrae su fuerza de obligatoriedad moral.

Martínez de Sousa define al código de ética periodística como "el conjunto de reglas de deontología que se comprometen a seguir los periodistas de un grupo o país"⁴³.

Raymundo Ramos señala que el código de ética periodística es "la normatividad al uso establecida por la tradición, la costumbre, las políticas editoriales y la realidad social emergente de una época y una sociedad determinadas, pero siempre con una raíz profunda inmersa en los valores que informan a este tipo de quehacer público"⁴⁴.

El valor de este concepto reside en que toma en consideración tanto la política editorial como los factores histórico-sociales que rodean al trabajo periodístico.

El código de ética periodística propuesto por periodistas y alumnos del Primer Diplomado de Actualización del Ejercicio Profesional del Periodismo de la Universidad Iberoamericana, nos proporciona implícitamente una definición del mismo, pues lo conciben como "un conjunto de principios de comportamiento ético para quienes desarrollan el ejercicio profesional del periodismo y constituye una convención entre iguales, que únicamente involucra su ejercicio profesional y cuyo cumplimiento sólo está determinado por la convicción individual"⁴⁵. Esta definición nos parece una de las más apropiadas para los fines de nuestra investigación.

De los anteriores conceptos podemos extraer algunas conclusiones:

1. El código de ética constituye una forma de sistematizar, organizar y articular principios de ética profesional que orientan la conducta del periodista hacia el cumplimiento de los fines que le son propios y hacia el sentido del bien común y del propio perfeccionamiento.

2. Dichos principios son el resultado de la experiencia acumulada por la profesión a lo largo del tiempo y de los problemas concretos que enfrenta el periodismo en una realidad determinada.
3. Idealmente, estos principios deben ser formulados por los propios miembros de la profesión periodística con el propósito de que cumplan con su auténtico carácter ético, es decir, deben ser libremente determinados.
4. Del punto anterior se desprende un aspecto esencial: la adopción de estos principios debe ser completamente voluntaria. No debe haber ningún tipo de coacción que obligue al periodista a asumir el código ético pues ello anularía su esencia ética.
5. El carácter imperativo de los principios de ética proviene fundamentalmente de la convicción y la voluntad del propio periodista, por lo que, en sentido estricto, es sólo su propia conciencia quien puede exigir y motivar la observancia del código.
6. Empero, al ser adoptado el código en forma voluntaria por un grupo profesional solamente podría competir a los propios colegas ejercer una jurisdicción recíproca cuando se falta a uno de los principios del código que se han comprometido a seguir.
7. Las sanciones que puedan establecerse y aplicarse por la no observancia del código sólo pueden ser de tipo moral y no deben, por ningún motivo, representar un peligro al libre ejercicio de la profesión ni una limitación a las libertades de expresión e información.
8. El código de ética no busca ser una serie de rígidos mandatos que terminen maniatando la libertad de decisión del periodista. Sólo constituyen una guía, una orientación de la conducta, mas no una casuística ni una legislación.

En opinión de José Woldenberg el código de ética "sirve para que los profesionales de la información tengan un marco general que oriente su actividad, al igual que para poder ventilar diferencias que de manera recurrente surgen en el cumplimiento del oficio"⁴⁶.

Por su parte, la abogada y periodista Alejandra Arroyo estima que los códigos de ética "buscan proteger a los individuos del mal uso de la libertad de prensa; es decir, constituyen un intento de impedir la publicación de informaciones erróneas o mal intencionadas, más allá de las leyes sobre la responsabilidad de la prensa"⁴⁷.

La misma autora agrega que "los códigos de ética son, además, la defensa de la dignidad profesional de los periodistas y de los medios masivos de comunicación, porque contienen normas protectoras del abuso de las propias empresas a los profesionales del periodismo. Asimismo son una fuerza defensiva y organizada frente a los abusos de poder"⁴⁸.

De acuerdo con Black, "un código de ética se ubica entre los valores personales y los de la sociedad, por un lado, y la ley, por el otro. Un código no es tan subjetivo como las creencias y opiniones personales, ni tan rígido ni por obligación, como la ley"⁴⁹.

Consideramos que las palabras de Ernesto Villanueva pueden resumir apropiadamente la razón de ser del código de ética periodística:

"...la existencia de un código deontológico en el gremio periodístico representa la manifestación inequívoca de voluntad de cambio para ser mejor, la identificación del rol que juega en la vida social, y la existencia de periodistas libres que están convencidos de ejercer un periodismo con apego a la razón, a la sensibilidad y al compromiso con la sociedad"⁵⁰.

El mismo autor establece que lo anterior supone también la existencia de posibilidades materiales mínimas para que la ética pueda fructificar en normas deontológicas. Ello implica necesariamente la seguridad y el mejoramiento de las condiciones laborales de los periodistas, así como un estricto respeto a su dignidad y a sus convicciones éticas por parte de los dueños o accionistas de la empresa periodística.

Por último, es pertinente anotar que los códigos de ética periodística son designados de muy diversas formas en los distintos países que los adoptan. Entre las más comunes se encuentran:

- Código de deontología periodística
- Código de honor profesional
- Código de principios profesionales
- Codigo de deberes periodísticos
- Código de conducta periodística
- Código de prensa
- Carta deontológica profesional
- Carta de deberes periodísticos
- Cánones del periodismo
- Declaración de principios de la profesión periodística
- Declaración de deberes y derechos del periodista
- Pautas de ética profesional
- Reglas de conducta periodística

No obstante esta variedad de nombres, lo que los identifica es su propósito común de dar directrices para una correcta práctica periodística, que sean adoptadas en forma voluntaria.

Es oportuno también distinguir a los códigos de ética de otros instrumentos deontológico-normativos, tales como los libros o manuales de estilo, estatutos redaccionales y declaraciones de principios editoriales.

Estos instrumentos también tienen un indiscutible valor para propiciar conductas éticas en los periodistas, principalmente a nivel de las empresas. Sin embargo debe subrayarse que, con frecuencia, estos mecanismos no están al alcance de los lectores, no tienen una difusión pública suficiente o, definitivamente, tienen el carácter de reglas internas a las que no tiene acceso el público. Algunas de estas normas pueden ser

pautas no escritas que rigen la política informativa del diario y que les son impuestas a los periodistas en la práctica cotidiana desde la directiva o por los propietarios del medio informativo.

De allí la importancia que reviste el carácter público de los códigos éticos como forma de contraer compromisos de servicio con la sociedad y la necesidad de que todas estas modalidades de pautas deontológicas sean recogidas en documentos de acceso a los lectores. Además, su aprobación, en lo posible, debe basarse en la aceptación, la discusión y el consenso de los que trabajan bajo estos principios.

Asimismo, el funcionamiento de los códigos de ética como mecanismos de autocontrol se puede verificar en varios niveles, ya que pueden ser adoptados por :

- Asociaciones profesionales de periodistas
- Empresas periodísticas
- Sindicatos de periodistas
- Asociaciones de editores o de medios de comunicación
- Colegios profesionales de periodistas
- Consejos de prensa
- Federaciones o uniones nacionales de periodistas
- Organizaciones internacionales de periodistas (regionales o mundiales).

Es difícil señalar en cuál de estas modalidades los códigos adquieren mayor eficacia, pues, en última instancia, estas fórmulas son complementarias ya que cubren necesidades y tienen funciones específicas en cada nivel. Además, la realidad del periodismo en cada país determina la conveniencia de que el código sea adoptado en uno u otro nivel o instancia.

Sin embargo, como habremos de argumentar posteriormente, la adopción de los códigos por parte de asociaciones y colegios profesionales ofrece ciertas ventajas ya que deben ser los propios profesionales quienes participen directamente en su formulación.

2.6 Los primeros códigos de ética periodística

El origen de los códigos de ética periodística puede encontrarse, desde nuestro punto de vista, en las siguientes causas fundamentales:

- a) La creciente especialización y profesionalización del periodismo
- b) El surgimiento de organizaciones profesionales de periodistas
- c) La competencia por ganar mayor credibilidad y eficiencia entre las empresas periodísticas.

Hugo Aznar refiere que el antecedente más lejano de un código ético del periodismo se encuentra en la declaración de principios de Benjamin Harris, aparecida en el primer número de su periódico, *Publick Occurrences*, de Nueva Inglaterra, en 1690. Allí el editor se compromete a recoger y difundir las noticias con veracidad y exactitud, acudir a las fuentes, corregir los errores y evitar la difusión de falsos rumores.

Dos siglos más tarde, esbozos de lo que serían los principios de ética profesional pueden advertirse en las normas de objetividad que comienzan a formularse en algunos diarios norteamericanos del siglo pasado. Tal fue el caso del *New York Times*, cuando Adolph S. Ochs, al asumir la dirección del diario en 1896, proclama el siguiente credo: "proporcionar las noticias imparcialmente sin miedo o favor, sin que signifique diferencia cualquier partido, sector o interés" ⁵¹.

Efectivamente, bajo esta dirección, el *New York Times* adquirió un elevado prestigio basándose en su carácter predominantemente noticioso y contrarrestando así el vacío creado por los periódicos amarillistas, con información equilibrada y seria. Trátese de una actitud eminentemente empresarial o de carácter ético-profesional, esta pauta marcaba nuevas concepciones sobre la ética del periodismo.

También las agencias noticiosas de servicios cablegráficos fijaron normas para evitar emitir juicios y opiniones sobre temas controvertidos con el fin de satisfacer a sus clientes.

Asimismo, las grandes cadenas de publicidad (Associated Advertising Clubs of the World) adoptaron reglas comunes destinadas a combatir el fraude y la mentira.

En 1903, la cadena periodística Scripps-Mac-Rae nombró un sensor encargado de depurar los anuncios de toda la cadena y sacrificó alrededor de 300 000 dólares en un año.

Randolph Hearst, quien en el primer lustro del siglo contaba ya con unos treinta periódicos distribuidos en 15 estados de la Unión Americana, dictó una serie de principios a manera de "instrucciones personales", que marcan pautas éticas a seguir por los periodistas de sus diarios.

Joseph Pulitzer creó en 1913 una oficina especial encargada de examinar las quejas recibidas sobre noticias inexactas, y una vez que la queja fuera reconocida como justificada se publicaba la rectificación.

Diversos diarios norteamericanos, como el *Sacramento Bee*, *The Seattle Times*, *The Kansas City Journal Post*, *The Marion Star*, *The Springfield Union* y *The Detroit News*, establecieron sus códigos éticos internos también a principios de siglo. En ellos encontramos principios tales como: la "exactitud" y "limpieza" en el tratamiento de las noticias. No "editorializar" la información, no "exagerar" en el tratamiento noticioso, corregir cualquier error, obtener las declaraciones de un acusado, no interferir con la justicia, evitar el "escándalo", hacer uso de un lenguaje correcto, omitir detalles sórdidos al informar de accidentes, ofrecer siempre "los dos lados de la historia", presentar sólo los "hechos", ser imparcial en la información política, proteger a la niñez y ser "decente", entre otros conceptos.

Podemos advertir que una parte importante de los principios éticos se gestan tanto en las exigencias técnicas de la profesión como en las pautas empresariales que establecen los dueños de los diarios.

Pero, por otro lado, como lo asienta George Weill, las asociaciones profesionales de prensa, en la segunda mitad del siglo XIX, contribuyen decisivamente no sólo a la

defensa de los intereses laborales, sino que también despertaron un sentimiento de dignidad en la profesión periodística y pugnaron porque demandas como la "cláusula de la conciencia" aparecieran en los contratos de trabajo. Al mismo tiempo, ayudan a consolidar la identidad de la profesión, la conciencia de sus deberes, su honor y el respeto mutuo que se deben los periodistas.

Un interesante ejemplo de ello puede observarse en México, pues, desde 1872, surgieron las primeras asociaciones profesionales de periodistas que perseguían la honorabilidad de la profesión, el respeto, la ayuda mutua y la unidad gremial.

Algunas de estas agrupaciones fueron: la Asociación de Periodistas y Escritores (1872), la Prensa Asociada de México (1875) y la Prensa Unida de México (1907). Llama la atención que dentro de sus estatutos se consideren principios de ética profesional como la eliminación de los ataques personales, las injurias, las intrusiones en la vida privada, el evitar los excesos y abusos de la libertad de imprenta, así como el fomento de la identidad, el espíritu de cooperación y la formación profesional de los periodistas.

Como hemos anotado, el desarrollo de la conciencia ética está también ligado a la profesionalización del periodismo: si bien desde mediados del siglo XIX algunas escuelas norteamericanas imparten cursos sobre técnicas de periodismo, es hasta 1908 cuando la Universidad de Missouri organiza una escuela de periodismo donde se imparte la carrera en forma profesional; en esta universidad se encuentra el famoso "credo del periodista", escrito por Walter Williams, fundador de la Escuela de Periodismo, y que puede considerarse como uno de los primeros códigos éticos de la profesión.

En sus primeras líneas, el *Credo del Periodista* declara:

"Creo en la profesión del periodismo

Creo que el periódico es una misión de confianza pública:

que todos los hombres
relacionados con el periódico son,
en la plena medida de su responsabilidad
servidores del público; que aceptar un servicio menor que el servicio
público es traicionar esta misión"

El *credo* defiende principios tales como: la exactitud, la imparcialidad, la veracidad, condena la supresión de noticias y el soborno, el deber de la publicidad y las noticias de servir igualmente a los lectores, postula una actitud valiente e independiente del periodista, el "autocontrol", el respeto a los lectores, así como el patriotismo de los periodistas y la promoción de la "buena voluntad" internacional.

El desarrollo académico del ejercicio periodístico necesariamente va acompañado de la formulación de principios de conducta profesional, pues la ética es una característica esencial de una profesión.

De acuerdo con Martínez de Sousa, las primeras formulaciones del código de ética periodística se encuentran en los Estados Unidos a principios de nuestro siglo y en Francia en 1918⁵².

El primer código de ética formulado por una asociación profesional de periodistas es el *Código de Ética de Kansas para los Editores*, escrito por Willis E. Miller y adoptado por la *Asociación Editorial de Kansas* en 1910⁵³.

Hacia 1913, la Federación de Asociaciones del Gremio de la Prensa de Estados Unidos, adoptó el "Credo de la prensa Industrial", orientado a mejorar los estándares éticos de la prensa americana a partir de la colaboración de propietarios, anunciantes y directores.

La *Asociación de Prensa de Missouri* adoptó en 1921 la *Declaración de Principios y Código de Práctica de Missouri*, escrito por William Southern.

En 1922, la *Asociación de Prensa de Dakota del Sur*, adoptó su código de ética, escrito por un comité integrado por J. K. Mc keever, H. A. Struges, Paul W. Kiesser y J. A. Wright.

También en 1922 es adoptado el *Código de Ética de Oregon* para el periodismo, escrito por Dean Colin V. Dyment, por la *Asociación Editorial del Estado de Oregon*.

En 1923, Chapin D. Foster y otros, escribieron el *Código de Ética de Washington*, que fue adoptado por la *Asociación de Prensa* del mismo estado.

El 28 de abril de 1923, la *Sociedad Americana de Editores de Periódicos* adoptó un conjunto de normas éticas, conocidas como los "Cánones del Periodismo", redactado por el comité de ética encabezado por Harry J. Wright. Este fue el primer código de ética adoptado por organizaciones de periodistas de alcance nacional y desde entonces se ha considerado como una guía de las aspiraciones del periodismo norteamericano. El código de ética de esta asociación sería reestructurado y actualizado hasta 1975.

La *Sociedad de Periodistas Profesionales "Sigma Delta Chi"* (fundada en la Universidad de Depau, en Green Castle, Indiana, en 1909) adoptó sus propios principios deontológicos en 1926. Este código sería revisado en 1973, 1984 y 1987.

Durante los años veinte casi todos los grupos periodísticos en existencia y las grandes editoras adoptaron códigos de ética semejantes.

Goodwin señala que esta "explosión" de inquietud sobre la ética periodística en los grandes diarios fue motivada por los libros escritos sobre la materia por catedráticos nacientes⁵⁴.

León V. Sigal destaca que algunas partes del código ético (el "credo del periodista") se originan en la organización de la industria periodística a principios de siglo o antes y otras son legado de la tradición liberal norteamericana.

En efecto, el contenido de los primeros códigos de ética es un interesante reflejo no sólo de los problemas periodísticos que vivía entonces la prensa norteamericana, sino también de las concepciones morales tradicionales del pueblo norteamericano.

Tras un análisis global de los mencionados códigos elaboramos una clasificación de los temas que abordan, que a continuación presentamos.

El fundamento moral de estos cuerpos deontológicos reside en el reconocimiento de las responsabilidades del periodismo. En los preámbulos de estos códigos encontramos declaraciones sobre la concepción del periodismo como servicio público, el mantenimiento de altos estándares en la ética de los periodistas, el reconocimiento de la obligación del periodista con el público, el sentido del honor en los periodistas, la responsabilidad de la prensa con el bien público y la formación de opinión, etc.

Una característica común de estos principios es su tonalidad solemne y el estilo un tanto ampuloso. El código de Missouri, por ejemplo, hace referencia al estado de bienestar permanente que ha de alcanzar la humanidad y la salvación de la misma por medio de una práctica ética.

Encontramos también, como preocupación central de los códigos, la veracidad en las noticias. Consideran por ejemplo, la verdad como "base del periodismo honesto" y "piedra fundamental del periodismo" (Dakota, 1921 y Kansas 1910).

Una forma en que se hace referencia al afán de apego a la verdad es el uso de términos como "exactitud", "sinceridad" y "limpieza".

Se advierte además una identidad entre la moral y la veracidad de las noticias, pues las informaciones que se ofrezcan no deben transgredir los límites de las buenas costumbres, la privacidad, la decencia y los principios de la moral social.

Asimismo, establecen otras normas de apego a la verdad tales como la distinción entre noticias y opiniones, el evitar interpretaciones en la presentación de las noticias, ofrecer información completa e imparcial, no incluir publicidad en noticias, eliminar la distorsión, tergiversación y supresión, la correspondencia entre los titulares y el cuerpo

de la nota. Incluso el código de Kansas se refiere ya a no falsear ilustraciones y fotografías.

Se proclama también el procurar la exactitud en editoriales y artículos, no formular juicios sino después de presentar los hechos, mantener la libertad e independencia, ofrecer opiniones sinceras basadas en afirmaciones verdaderas y "argumentos honestos".

Con respecto a la actitud del periodista frente a acontecimientos delictivos, estos códigos ya recomiendan el no interferir con la ley, proteger la identidad de los sospechosos, no adelantar juicios o conclusiones y considerar todas las pruebas disponibles.

Hay también un especial interés por evitar el sensacionalismo como forma de proteger la moral social, pues los códigos establecen que se debe evitar la exageración de los acontecimientos, el lenguaje sugestivo, el ofrecer detalles sórdidos, la exaltación del crimen y la desproporción.

Especial atención les merece a los primeros códigos la protección de la vida privada, lo cual se refleja en principios como: el respeto al nombre, la imagen, la reputación de las personas, el no identificar a autores presuntos de un delito, solicitar el permiso de un entrevistado para ser citado, respetar los derechos y el honor privado, y el "trato justo" a todos los individuos.

Dentro del interés por proteger los derechos del público, resaltan los principios relativos a la publicidad: la condena a la publicidad falsa, engañosa, indecente o dañina a la sociedad, la responsabilidad sobre la autoría de la publicidad, la identificación de la información publicitaria, rechazo a la publicidad disfrazada de noticias, no ofrecer a los anunciantes publicidad gratuita por intereses políticos o comerciales y la resistencia a la influencia de los anunciantes en la política editorial.

En lo concerniente a la independencia se destaca: el evitar la influencia de las instituciones o personas ajenas en la política editorial, resistir cualquier control externo,

no aceptar favores, cortesías o beneficios que comprometan al reportero, mantener la independencia económica de la empresa, mantener la fidelidad al público, el rechazo al partidismo en el comentario editorial y la promoción de intereses privados contrarios al bien público.

En estos primeros códigos de ética vislumbramos muchos de los principios que estarán presentes en códigos futuros, aunque hacen uso de un lenguaje emotivo, reflejo de la moral, las costumbres, las creencias y la retórica empresarial norteamericana.

Por otro lado, algunos temas no se han tratado o no se desarrollan suficientemente, como son: el derecho a la información, la cláusula de la conciencia, las relaciones entre periodistas y su empresa, la rectificación y corrección, el secreto profesional, los derechos de autor, la protección de los periodistas y sus condiciones laborales.

Aun cuando las asociaciones de editores norteamericanas constituyen ya organizaciones profesionales, observamos que los códigos tienen como destinatario principal a los directivos de los diarios y sus principios deberán ser aplicables a los miembros de la redacción, mas no se observa una intervención directa de los reporteros en la formulación de principios éticos.

Además, en algunos casos, estos códigos parecen dar más énfasis a la regulación de las relaciones empresariales entre los diarios y definir su relación con el lector en términos de empresa-cliente.

Otra referencia sobre los primeros códigos de ética se encuentra en la Carta de los Deberes Profesionales de los Periodistas Franceses, que fue adoptada por el Sindicato Nacional de Periodistas Franceses en 1918 y fue reformada en 1923, 1938 y 1964.

En este código se formulan principios tan importantes como son: que el periodista sólo reconozca a sus colegas en materia de honor profesional, el aceptar

sólo misiones compatibles con su dignidad profesional (cláusula de la conciencia), no cometer plagio, no provocar el despido de un colega y guardar el secreto profesional.

En esta carta deontológica se comprenden además los principios básicos de responsabilidad profesional como el rechazo a la calumnia, la difamación, las acusaciones infundadas, los métodos honestos de obtención de información, evitar el soborno, la publicidad en noticias y el no interferir con la ley.

Aún cuando no se detallan las formas en que se han de realizar los principios, éstos constituyen una guía avanzada en su época, establecida ya por un organismo de tipo sindical.

Sousa se refiere al primer código de ética profesional de Suecia que fue adoptado por el Círculo de Editores Sueco en 1923, pero no hace mención de su contenido⁵⁵. Aznar indica que otros dos países escandinavos adoptaron códigos deontológicos: Finlandia, en 1924, y Noruega, en 1936.

Sobre los primeros códigos de ética periodística podemos concluir que:

1. Se originan como resultado del desarrollo y especialización de la actividad periodística dentro de la prensa industrial, que exige precisión, rapidez y eficiencia.
2. Para su formulación fue necesaria una consolidación de las asociaciones profesionales que desarrollaran la preocupación por la dignidad y el honor profesional.
3. La competencia entre las grandes empresas periodísticas y la lucha por ganar credibilidad ante el público estimula la formulación de principios éticos.
4. Al comenzar a impartirse el periodismo como una carrera profesional en las universidades, los académicos se interesan crecientemente por el estudio de los problemas de ética periodística y se comienzan a sistematizar sus conceptos.

2.7 Los esfuerzos para un código de ética periodística internacional

A nivel internacional, los esfuerzos por adoptar un código de ética periodística de alcances universales han representado una lucha permanente, tanto de organismos profesionales, como de organizaciones internacionales y regionales, especialmente de la UNESCO.

Tras la experiencia de la Segunda Guerra Mundial, que demostró el poder de los medios de difusión como instrumentos propagandísticos, se ha pretendido que exista un cuerpo de principios deontológicos que haga posible el cumplimiento universal del derecho de todo ciudadano a una información veraz, suficiente y oportuna. Sin embargo, muchos han sido los obstáculos que han debido enfrentar los proyectos internacionales para un código de ética periodística.

Tales dificultades están relacionadas tanto con factores de la situación política internacional, como con la problemática específica del periodismo en cada país.

Durante la posguerra, los obstáculos más poderosos se encontraban en los conflictos ideológicos derivados de la "guerra fría", así como en la geopolítica de la información que ha favorecido la hegemonía de las grandes empresas informativas, la concentración monopólica de los medios y ha tendido a preservar los intereses mercantiles de tales consorcios, muchas veces, en detrimento de los principios de ética profesional.

La bipolaridad del mundo, representada por el bloque socialista y el capitalista, representaba un factor de enorme peso ideológico que repercutía sobre el tratamiento informativo, el enfoque y la jerarquización de los acontecimientos, donde podían abundar las versiones maniqueas en torno a la satanización del comunismo y la glorificación de la democracia occidental. Otro tanto ocurría en la información generada en los países del bloque socialista.

Los periodistas debieron enfrentar también conflictos éticos en los que estaba en juego la paz, la seguridad nacional, las negociaciones entre países, los intereses de las naciones hegemónicas, etc. En este contexto, era imperativo que el periodista actuara con suma diligencia en su quehacer informativo y de interpretación.

Diversas conferencias internacionales de periodistas declaraban su rechazo a las ataduras ideológicas de la *guerra fría*, la concentración monopolista de la prensa, los perfiles mercantilistas de la información, la apología de la guerra y del racismo, etc., y se pronunciaban por una promoción de los valores humanos y democráticos universales, la libre circulación de la información, la hermandad y solidaridad mundial de los periodistas y, particularmente, por el cumplimiento de los principios éticos de la profesión periodística.

Se deben agregar las particularidades que ofrecen las distintas actitudes de las empresas informativas de cada país frente a los postulados deontológicos, pues muchas de ellas asumen que los códigos éticos representan fuertes obstáculos para la libertad de prensa (y por consiguiente para la libertad empresarial), otras consideran a los principios éticos como incompatibles con la realidad que vive el periodismo en su país y, otras más, estiman a los códigos como una suerte de inútiles "mandamientos" imposibles de practicarse.

En los países socialistas, la ética del periodismo estaba indisolublemente ligada a los fines del régimen político, del partido y del fortalecimiento del socialismo a nivel internacional. Los códigos éticos de los países que los adoptaron, como la desaparecida URSS o Checoslovaquia, así lo dejaban ver.

En tanto, en los países del "tercer mundo", la posibilidad de adoptar principios éticos se veía también condicionada por el limitado desarrollo profesional del periodismo, la carencia o atraso en la tecnología de comunicación, pero peculiarmente, por los distintos problemas producto de la falta de democracia y el autoritarismo al cual tendían muchos de estos regímenes de gobierno.

Particularmente, en América Latina, los regímenes militaristas o autoritarios han marcado, en la práctica, las restricciones de las libertades de expresión e información, cancelando de este modo las posibilidades de aplicación de los principios éticos asumidos en convenciones internacionales o que habían adoptado en sus códigos deontológicos nacionales.

A esta circunstancia debemos añadir que la mayor parte de las empresas informativas en los países de Latinoamérica, han sido propiedad de familias que tienen vínculos con la oligarquía gobernante o con los grupos de poder económico y político. Lo que de antemano supone una importante limitación al cumplimiento de los principios de ética profesional.

No obstante las dificultades que hemos señalado panorámicamente, se deben reconocer los grandes esfuerzos realizados por las organizaciones profesionales de periodistas nacionales e internacionales, para fomentar la unidad, la protección, la dignidad y la ética de los periodistas.

Alejandra Arroyo sostiene que desde 1926 a la fecha han sido frecuentes los esfuerzos para negociar un código ético internacional⁵⁶. Dado que algunos autores han examinado en detalle este problema, nos limitaremos a resumir la historia de estos esfuerzos, presentando una breve cronología de los pasos seguidos hacia un código de ética periodística internacional. También incluimos algunas de las convenciones regionales o continentales que nos pueden dar un precedente sobre el debate de la deontología informativa.

La información recopilada procede de las fuentes citadas en nuestra bibliografía (en algunos casos no se ofrecen detalles de los principios adoptados) y hemos abreviado en forma de lista sus principios esenciales.

1926

- La Primera Conferencia Panamericana de Prensa, celebrada en Washington en 1926, propone la primera iniciativa de un código de ética internacional en un texto escueto de nueve artículos.

1939

- La Federación Internacional de Periodistas adopta el primer "Código de Honor Profesional de los Periodistas"⁵⁷.

1948

- Se formula un primer "Proyecto de Código de Honor Profesional" de las Naciones Unidas

1950

- Una comisión de 12 expertos (designados por sus gobiernos) formula un nuevo proyecto de código internacional, en el seno de la Subcomisión de la Libertad de Información de la ONU.

1952

- Tras someterse a una consulta con al rededor de 500 entidades profesionales y empresariales del mundo, se presenta una nueva redacción del proyecto de código de ética internacional al Consejo Económico y Social de la ONU.

-La Subcomisión sobre la Libertad de Información y de Prensa, de la Comisión de Derechos Humanos de la ONU aprueba, por siete votos a favor y tres abstenciones (Estados Unidos, Reino Unido y la URSS), un proyecto de "Código Internacional de Ética Periodística", después de tres años de trabajo. Cabe destacar que este proyecto se vería frustrado precisamente por las tensiones y enfrentamientos ideológicos de la "guerra fría". Sin embargo, presentamos sus principios fundamentales:

1. Libertad de información como derecho humano fundamental y libertad de prensa
2. Veracidad y exactitud en la información
3. Deber de verificar las informaciones

4. No distorsionar ni suprimir información
5. Rechazo a las ventajas personales en ejercicio del periodismo
6. Calumnias y acusaciones falsas como graves ofensas profesionales
8. Identificar rumores y noticias no confirmadas
9. Sólo aceptar y asignar tareas compatibles con la integridad y la dignidad de la profesión
10. Asumir plena responsabilidad por lo publicado
11. Respeto a la reputación de los individuos y a su vida privada
12. Deber de dar oportunidad de réplica
13. Guardar el secreto profesional e invocarlo hasta los máximos límites de la ley
14. Deber de documentarse al informar sobre países extranjeros
15. Deber de observar la ética profesional y no intervención de los gobiernos en la aplicación del código.

1953

-En Viena, el Comité Ejecutivo de la Federación Internacional de Periodistas resuelve la creación de un nuevo código ético en el cual se recogieran sólo los "deberes esenciales" de los periodistas, de forma tal que pudiera recibir la aprobación general de todos y sirviera de base a códigos más concretos aprobados ya por cada organización nacional.

1954

- La Federación Internacional de Periodistas (FIP) adopta una "Declaración de Principios relativa a la Conducta de los Periodistas". También se le conoce como "Declaración de Burdeos" y en ella se enmarcan los siguientes puntos:

1. Respeto a la verdad y derecho del público a la verdad
2. Defensa del derecho a recolectar y publicar noticias
3. Conocer el origen de los hechos de los cuales se informa

4. No suprimir información ni falsificar documentos
5. Usar métodos justos para obtener información
6. Rectificar información perjudicialmente inexacta
7. Guardar el secreto profesional
8. Evitar la discriminación (racial, sexual, cultural, religiosa, política o nacional).
9. Condena al plagio, la distorsión maliciosa, la calumnia, la injuria, el libelo, las acusaciones infundadas y la aceptación de sobornos, como graves ofensas profesionales.
10. Respeto al derecho de réplica
11. Reconocer sólo la jurisdicción de los colegas en materia profesional y excluir la intervención del gobierno.

1960

-Se redacta la Resolución sobre Ética Profesional, en el Segundo Encuentro Mundial de Periodistas, en Baden, Austria. En este documento resalta que los periodistas deben actuar "contra la guerra fría", que la ética profesional exige "no permitir la deformación de la verdad" y oponerse a los monopolios de información que le impiden asumir su deber"⁵⁸.

1971

-Representantes de las federaciones de periodistas de la comunidad europea se reúnen en Munich, donde signaron la "Declaración de derechos y deberes de los periodistas", mejor conocida como "Carta de Munich". En este documento se asienta que "la responsabilidad de los periodistas ante el público está por encima de cualquier otra responsabilidad" y que la "misión de informar necesariamente comporta límites que los periodistas se imponen a sí mismos de manera espontánea".

1973

-La Organización Internacional de Periodistas (OIP), propone una serie de principios para ser incorporados a un código de ética internacional, entre cuyos temas se encuentran:

1. La precisión en la información
2. La responsabilidad sobre lo publicado
3. Respeto al secreto profesional
4. Evitar calumnias, difamaciones y ofensas
5. Velar por el honor de la profesión
6. No aceptar ventajas personales en la profesión
7. Defensa y solidaridad del gremio periodístico
8. Servir, ante todo, a intereses públicos

1978

-Se formula en París la Declaración de la UNESCO sobre los Medios de Comunicación, aprobada por 156 estados, en la que se recomienda la aplicación de sus principios a los códigos deontológicos de las organizaciones profesionales y de los medios de comunicación. Estos son sus puntos básicos:

1. Libre circulación, difusión más amplia y equilibrada de la información, como forma de fortalecer la paz, la comprensión internacional y luchar contra el racismo y la guerra.
2. Reconocimiento de las libertades de expresión e información como derechos humanos fundamentales.
3. Acceso a diversas fuentes de información para permitir que las personas verifiquen la exactitud de los hechos.
4. Necesidad de un estatuto que garantice a los periodistas mejores condiciones para ejercer su profesión dentro de su país y en el extranjero.

5. Reconocimiento del papel de los medios de comunicación en la educación de los jóvenes.
6. Deber de publicar los puntos de vista de las personas afectadas por una información.
7. Equidad de circulación informativa hacia y desde los países en desarrollo.
8. Crear y mantener las condiciones en el mundo para que los órganos y personas dedicadas a la difusión informativa alcancen los objetivos de la declaración.

1979

-En el Segundo Congreso de la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), en Caracas, es aprobado el "Código Latinoamericano de Ética Periodística" en el que se comprenden los temas:

1. La función del periodista en la democracia y la independencia de América Latina
2. Defensa de la libertad de expresión y derecho a la información
3. Libre flujo de noticias a nivel internacional y democracia informativa
4. Veracidad de las informaciones
5. Independencia en las opiniones
6. Responsabilidad sobre informaciones y opiniones
7. Reconocimiento del derecho de réplica
8. Respeto al secreto profesional
9. Integridad y dignidad de la profesión
10. Condena al plagio y al soborno
11. Condena a la omisión de información, difamación e injuria
12. Fortalecimiento de la unidad sindical o gremial
13. Defensa de los valores nacionales, la lengua y la ecología.

1980

-Se realiza en México la segunda Reunión Consultiva de Organizaciones Internacionales y Regionales de Periodistas, convocada por la UNESCO, en la cual se redacta la llamada "Declaración de México", documento aprobado por consenso cuyo

contenido es considerado como una base para la redacción de un código de ética internacional. La temática de sus principios es:

1. Derecho del pueblo a una información veraz
2. Responsabilidad social de la prensa
3. Integridad profesional del periodista (secreto profesional, condena al soborno y al plagio)
4. Acceso y participación del público en los medios (derecho de rectificación y réplica)
5. Respeto a la privacidad y la dignidad humana (protección de la reputación, condena a la injuria, la calumnia y difamación).
6. Respeto a las instituciones democráticas.
7. Respeto de los valores universales y las diversidades culturales.
8. Lucha contra males universales (guerra, armamentismo, violencia, racismo, colonialismo).
9. Promoción de un nuevo orden internacional de la comunicación y la información.

1983

-Se aprueba el Código Internacional de Ética Periodística de la UNESCO, el 21 de noviembre en París. En opinión de Hugo Aznar, su aprobación marca un hito fundamental en la historia de la ética periodística, ya que supuso el reconocimiento por primera vez a nivel mundial de unos principios morales universales del periodismo⁵⁹. Su contenido se basa en los temas expresados en la Declaración de México:

1. Derecho del pueblo a una información verídica
2. Adhesión del periodista a una realidad objetiva
3. Responsabilidad social del periodista
4. La integridad profesional del periodista
5. Acceso y participación del público
6. Respeto a la vida privada y a la dignidad del hombre
7. Respeto al interés público

8. Respeto a los valores universales y la diversidad de culturas
9. Eliminación de la guerra y otras plagas de la humanidad
10. Promoción de un nuevo mundo de la información y la comunicación.

1986

-Se reforma en Helsingor, Dinamarca, la "Declaración de Principios de Conducta de los Periodistas" de la FIP, durante el XVIII Congreso Mundial de la organización. Su modificación más importante se refiere al deber del periodista de evitar la discriminación por motivos de raza, sexo, ideología, etc.

1993

-La Asamblea General del Consejo de Europa aprueba el "Código Europeo de Deontología del Periodismo". Sus principios básicos son:

1. Responsabilidad ética de los medios de comunicación
2. Distinción entre informaciones y opiniones
3. Veracidad informativa: deber de verificar con rigor y exponer con imparcialidad los sucesos
4. Honestidad y veracidad en la expresión de opiniones.
5. Derecho a la información como derecho fundamental de los editores, propietarios y periodistas.
6. Deber de las empresas informativas de hacer posible el derecho ciudadano a la información
7. Respetar la presunción de inocencia de las personas y evitar el pronunciamiento de veredictos
8. Respeto a la vida privada
9. Obtener información mediante medios legales y éticos
10. Deber de rectificación de informaciones y opiniones falsas o erróneas
11. Garantía de un salario digno y condiciones de trabajo apropiadas para los periodistas

12. Independencia en las relaciones entre los periodistas y los poderes públicos
13. No confundir acontecimientos conflictivos o espectaculares con hechos importantes
14. No buscar el prestigio y la influencia personal en la profesión periodística
15. Exigencia de una adecuada formación profesional
16. Necesidad de establecer estatutos de redacción en las empresas informativas, para reglamentar las relaciones entre los periodistas, los editores y los propietarios. Prever la existencia de comités de redacción.
17. Obligación moral de los medios de comunicación de defender los valores de la democracia y el respeto a la dignidad humana
18. Evitar la difusión de emisiones que exalten la violencia, el sexo, el consumo y un lenguaje inadecuado.
19. Necesidad de crear organismos o mecanismos de autocontrol integrados por editores, periodistas, asociaciones de usuarios y representantes de universidades.
20. *Publicación de investigaciones sobre la veracidad informativa en los medios de comunicación, realizadas por los departamentos universitarios competentes.*

1998

-En enero, parlamentarios, periodistas y editores de medios europeos convocados por la FIP realizan un seminario en La Haya en el que se concluye que la autorregulación a través de códigos de conducta y otros mecanismos es la única fórmula para conseguir una comunicación más ética y responsable.

-En mayo, más de 500 periodistas de todo el mundo reunidos en Recife, Brasil, en el XXIII Congreso Mundial de Periodistas reiteran en su declaración final que la autorregulación constituye la forma más eficaz y menos peligrosa de supervisar la conducta ética en el ámbito periodístico.

En la actualidad, la formulación o actualización de los códigos de ética periodística forma parte de un debate mundial sobre el tema. En países de todos los continentes se han adoptado códigos de ética.

En Europa, prácticamente, todos los países cuentan con un código deontológico; aquí cabe señalar que estados de reciente formación como la República Checa, Eslovaquia, Croacia, Eslovenia y Letonia, cuentan ya con nuevos códigos de ética. Otros países, como Hungría, Rusia, Polonia y España, se han dado a la tarea de reformar sus cartas deontológicas de acuerdo con los valores democráticos y de pluralidad que reclama el mundo contemporáneo.

En Asia, países como Japón, Corea, Birmania, Singapur, Malasia, Nueva Zelanda e India, también han adaptado códigos éticos. En África, Egipto, Nigeria, Malí, Liberia, Somalia y Sudáfrica son algunos de los países que cuentan con códigos deontológicos. Irán, Israel, Líbano, Pakistán y Turquía, son estados del medio oriente que han formulado cartas de principios profesionales.

Australia y Canadá son países que han tenido preocupación por diseñar nuevos códigos deontológicos acordes a la nueva situación profesional del periodismo en el mundo.

Es particularmente significativo que en América Latina, diversos países hayan renovado recientemente sus códigos de ética, conforme se verifica el proceso de transición democrática en la región. Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Colombia, Perú y Venezuela, se cuentan entre los países que han reformado sus códigos deontológicos.

De lo anterior, se deduce que hay una tendencia mundial hacia la discusión de la deontología informativa que mira hacia la adopción de códigos que estimulen nuevos estándares de conducta profesional.

2.8 Las limitaciones y obstáculos del código de ética periodística

Además de las dificultades que ya hemos esbozado anteriormente en la historia de los códigos de ética, creemos necesario incluir algunas apreciaciones generales, desde el punto de vista de algunos investigadores que se han ocupado del tema y que nos pueden resumir esquemáticamente algunas de las dificultades esenciales que enfrentan estos instrumentos deontológicos.

El investigador de la ética periodística, Cees Hamelink, ha observado claramente los obstáculos que enfrentan los códigos de ética periodística y señala:

- a) Muchos códigos son demasiado imperfectos, de modo que no constituyen realmente guías de conducta.
- b) Varios principios - en realidad la mayoría - están concebidos en el marco de una ética individualista, que en los hechos, regula las relaciones de individuo a individuo.
- c) Algunos principios - léase: veracidad, imparcialidad, interés público, libertad de expresión -, podrían naturalmente elevarse a un plano internacional, pero ellos están sujetos a diversas interpretaciones según los países donde hayan sido formulados ⁶⁰.

Efectivamente, en otra de sus investigaciones, Hamelink argumenta que la aplicabilidad general de los códigos es muy restringida debido a que los principios que consignan varían ampliamente en su interpretación según el sistema social y la concepción del ideal de servicio.

El autor establece, asimismo, que no es claro cómo el aspecto crítico de la función profesional se relaciona con la aceptación general de las normas e instituciones sociales prevalecientes. Indica también que los códigos existentes no proporcionan un marco de referencia adecuado e inspirador para la discusión sobre la función de los periodistas, su cumplimiento y su obstaculización.

El investigador estima que los códigos existentes proporcionan insuficiente protección para los derechos de los periodistas frente a las instituciones que los emplean.

Al subrayar el enfoque individualista con el que son concebidos los códigos de ética, Hamelink concluye que se ignora que el desempeño y la responsabilidad periodística se refieren a fenómenos sociales, a procesos de comunicación social ejecutados por instituciones públicas. Por lo tanto -afirma- la ética profesional del periodismo deberá referirse a las estructuras sociales dentro de las cuales él opera, y deberá ser completada con una ética social. En este tipo de ética, la materia de la regla

ética es una colectividad: un grupo social, una nación, la comunidad internacional o las relaciones entre las colectividades⁶¹.

Estas apreciaciones llaman nuestra atención sobre un problema esencial de los códigos de ética periodística: sus posibilidades de aplicación fáctica. Como anteriormente señalábamos, las circunstancias políticas de un país, el desarrollo de su vida democrática, son fundamentales para favorecer la adopción de conductas éticas en periodistas. Donde no existen medios informativos libres no pueden asumirse actitudes profesionales responsables.

Es por eso que la ética del periodismo no se puede considerar de manera separada de la realidad específica en que busca encarnar. Es preciso tener en cuenta las condiciones concretas en que se desenvuelve el periodismo en cada país y los problemas peculiares que le rodean.

Rodolfo F. Peña dice que "la ética en los medios de comunicación no nos interesa tanto como teoría general de la moral ni como tabla o recetario de valores absolutos, sino como algo determinado histórica y sociológicamente, sujeto a relaciones sociales y, por lo mismo, cambiante en el tiempo y aun en los distintos espacios geográficos en tiempos coincidentes, esto es, como una técnica de la conducta cotidiana para que ésta se corresponda con necesidades y objetivos sociales aceptados aquí y ahora".

Por otro lado, es sumamente difícil que exista un consenso absolutamente general en lo referente a la interpretación de principios de la ética periodística, pues ésta puede cambiar de país en país y, más aún, entre las diferentes empresas informativas y las personas que ejercen el periodismo.

Al respecto, Hernán Uribe, observa que: "... la carencia de una definición científica, universalmente válida, de los conceptos y el antagonismo de clases en regiones mayoritarias del orbe, han dado pábulo para que en la confección de normas deontológicas, cada cual esgrima su propia *verdad y objetividad*"⁶².

La propia Federación Internacional de Periodistas ha reconocido que las empresas son renuentes a aceptar los códigos éticos elaborados por profesionales y ello nos proporciona uno de los indicativos que impiden frecuentemente la práctica de esas normas⁶³.

Quizá uno de los mayores riesgos que pueden enfrentar los códigos de ética en el actual mundo de intensa competencia empresarial, es justamente el hecho de que cada medio informativo defienda su propia ética, que puede ser tan flexible como lo demanden sus necesidades e intereses.

De allí la necesidad que los códigos éticos cobren la forma de convenciones empresariales y profesionales, además de ser un compromiso público.

En relación con lo anterior, se encuentra también el problema de la relación laboral y profesional de los periodistas con su empresa. El periodista no siempre coincide plenamente con la línea editorial de su empresa o con los manejos periodísticos que pueden emplearse para dar a conocer la información. Es frecuente que al periodista se le impongan tareas incompatibles con su ideología o sus convicciones ético-profesionales.

Kaarle Nordenstreng, quien fuera consultor de la UNESCO y presidente de la Organización Internacional de Periodistas, encuentra uno de los principales impedimentos para dar cumplimiento a los códigos:

"...los periodistas no son, por lo general, los responsables de la producción de la información de masas, puesto que constituyen una mano de obra remunerada por el empleador para realizar una determinada tarea. Sin embargo, puesto que los códigos conforman una guía de conducta, ayudan al profesional a un trabajo mejor y en este sentido son importantes, aunque no decisivos"⁶⁴.

En congruencia con lo que hemos establecido anteriormente en este capítulo, insistiremos en que la ética del periodista y, consiguientemente, un código ético, no puede ser independiente de la realidad en que buscan operar.

La estructura social en que se desenvuelve el periodismo ofrece una serie de condicionamientos que determinan la posibilidad de un comportamiento ético. Esta es la razón por la cual en nuestro tercer capítulo, decidimos hacer un análisis histórico de la ética en la prensa mexicana.

No obstante los obstáculos hasta aquí mencionados, es posible observar que los códigos de ética formulados recientemente, -como el Código Europeo de Deontología Periodística, del cual hemos expuesto sus principios-, ya contemplan condiciones esenciales que sirvan de fundamento a la ética periodística: autonomía de conciencia los periodistas, remuneración y condiciones dignas de trabajo, profesionalización, estatutos de redacción, consejos redaccionales, derecho de autorregulación, formación de consejos de lectores, así como una información concebida como un bien social.

NOTAS

Capítulo II

1. Sánchez Vázquez, Adolfo, Ética, México, Grijalbo, 1979, p.22
2. *Ibid.*, p.73
3. Uribe, Hernán, *op. cit.*, p.9
4. Peña, Rodolfo F., "Asuntos éticos", en La Jornada, México, 16 de mayo de 1996, p.5
5. García Máynez, Eduardo, Ética, México, Porrúa, 1982, p.12
6. *Ibid.* pp. 15-16
7. *Ibid.* p.11
8. Rusell, Bertnard, Sociedad humana: ética y política, Madrid, Cátedra, 1987, p.28
9. Aristóteles, Ética nicomaquea, México, Porrúa, 1998, p.3
10. *Ibid.* p.11
11. Sánchez Vázquez, Adolfo, *op. cit.*, p. 224
12. Kautsky, Karl, Ética y concepción materialista de la Historia, Buenos Aires, Cadernos del Pasado y Presente, 1975, p.15
13. Kant, Emmanuel, Fundamentación de la metafísica de las costumbres, México, Porrúa, 1996, p.25
14. *Ibid.* p.26
15. Hegel, Georg Friedrich, citado por Sishkin, A. F., Ética marxista, México, Grijalbo, 1969, p. 324
16. Mascitielli, Ernesto, Diccionario de términos marxistas, México, Grijalbo, 1985, p. 148
17. Sánchez Vázquez, Adolfo, *op. cit.*, p.234
18. Rubert de Ventós, Xavier, Moral y nueva cultura, Madrid, Alianza Editorial, 1971, p. 37
19. Herrán María, Teresa, Restrepo, Xavier Dario, *op. cit.*, p.22
20. *Ibid.* p.23
21. Gámez, Silvia Isabel, "Apuesta Cebrían por moral en la red". en Reforma, México, 30 de noviembre de 1998, sec. Cultrua, p.1
22. Audiffred, Miryam, "Cuestionan el avance de la sociedad virtual", en Reforma, México, 25 de junio de 1999, sec. Cultura, p. 9
23. Savater, Fernando, "Lo moral y lo legal", en Bucareli Ocho, suplemento semanal de El Universal, México, 8 de marzo de 1998, p.22
24. Uribe, Hernán, *op. cit.*, p. 20
25. Arroyo, Alejandra, "Valores éticos en el periodismo escrito mexicano" en Revista Iberoamericana de Derecho a la Información, México, mayo-agosto de 1998, p.98
26. Rusell, Bertnard, *op. cit.*, p.42
27. *Ibid.* p.39
28. Menéndez, Aquiles, Ética profesional, México, Herrero, 1992, p.20
29. Charnley, Mitchell V., Periodismo informativo, Buenos Aires, Troquel, 1976, p.455
30. Savater, Fernando, Ética, política, ciudadanía, México, Grijalbo-Raya en el agua-Causa Ciudadana, 1998, pp.44-45
31. Vázquez Fernández, Francisco, citado por Arroyo Alejandra, *art. cit.*, p.99
32. Desantes Guanter, José María, citado por Arroyo, Alejandra, *art. cit.*, p.99

33. Villanueva, Ernesto, Códigos europeos de ética periodística, México, Fundación Manuel Buendía-Generalitat de Catalunya, 1996, p.15
34. *Ibid.*, p.17
35. *Ibid.*, p.15
36. Harwood, Richard, "La tierra de nadie en el oficio de las noticias", en The Washington Post, De la prensa, por la prensa y para la prensa, México, Gernika, 1978, p.156
37. Herrán María Teresa, Restrepo, Javier Darío, *op. cit.*, p. 193
38. Lambeth, Edmund B., Periodismo comprometido, un código de ética para la profesión, México, Limusa, 1992, p.17
39. Villanueva Ernesto, Códigos..., *op. cit.*, p.20
40. Hamelink, Cees, "Principios éticos en los códigos y en la práctica", en Ruiz Eldredge, Alberto, (coord.), El desafío jurídico de la comunicación internacional, México, Nueva Imágen, 1979, p.131
41. Wilensky, H. , citado por Villanueva, Ernesto, Códigos... *op. cit.*, p.19
42. Villanueva, Ernesto, Códigos..., *op. cit.*, p.19
43. Martínez de Sousa, José, *op. cit.* p. 88
44. Ramos, Raymundo, "Derecho a la información y código de ética periodística", en Uno más uno, México, 8 de diciembre de 1997, p.5
45. Periodistas y alumnos del Primer Diplomado de Actualización para el Ejercicio Profesional del Periodismo, "Código ético para el ejercicio profesional del periodismo", en Revista Mexicana de Comunicación, México, mayo-julio de 1996, p.40
46. Woldenberg, José, "¿Defenderse de los medios?", en El Economista, México, 3 de junio de 1993, p.10
47. Arroyo, Alejandra, *art. cit.*, p.100
48. *Ibid.* p.100
49. Black, J., citado por Fernández, Caludia, "Una brújula ética para los periodistas mexicanos", en Revista Mexicana de Comunicación, México, noviembre de 1996-enero de 1997, p.20
50. Villanueva, Ernesto, Códigos..., *op. cit.*, p.21
51. Sigal, Leon V., Reporteros y funcionarios, México, Gernika, 1981, p.89
52. Martínez de Sousa, José, *op. cit.*, p.88
53. Los datos y el análisis sobre los primeros códigos de ética periodística se basan en uno de los primeros libros sobre el tema en los Estados Unidos, publicado por primera vez en 1924: Crawford, Nelson Antrim, The ethics of journalism, St. Claire Shores, Michigan, Schoolarly Press, 1970, pp.183-231. Esta obra recopila diversos códigos y normas deontológicas de organizaciones profesionales y diarios en los años veintes. El análisis que presentamos de los temas tratados se basa en la traducción que de estos códigos hace el autor de esta tesis.
54. Goodwin, Eugene, A la búsqueda de una ética en el periodismo, México, Gernika, 1994, p.26
55. Martínez de Sousa, José, *op. cit.*, p.88
56. Arroyo, Alejandra, *art. cit.*, p.100
57. Martínez de Sousa, José, *op. cit.*, p.88
58. Resolución sobre ética profesional del II Encuentro Mundial de Periodistas, Baden, Austria, 18-22 de octubre de 1960, p.101

59. Aznar, Hugo, Ética y periodismo: códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación, Barcelona, Paidós, Paídos Papeles de Comunicación 23, 1999, p.69
60. Hamelink, Cees, *op. cit.*, p. 123
61. *Ibid.*, p.147
62. Uribe, Hernán, *op. cit.*, p.45
63. *Ibid.*, p.52
64. *Ibid.*, p.152

CAPÍTULO III

LA ÉTICA PERIODÍSTICA EN LA PRENSA MEXICANA, UNA PERSPECTIVA HISTÓRICA

"Otros son los caminos de la ética, el comportamiento de la sociedad exige más tiempo para su acomodo, para su asimilación. Esto lo verifica el largo periodo de aclimatación que tuvo que padecer México"

Luis Mario Schneider

3.1 Esbozo histórico de la ética en el periodismo mexicano

Para comprender por qué México llega tarde al debate sobre la ética del periodismo y la razón por la cual este tema provoca actualmente tanta controversia, es preciso entender la estructura político-social en que se ha desenvuelto la actividad periodística en nuestro país.

Si entendemos a la ética como un fenómeno histórico, que cambia con cada sociedad y época, será preciso considerar también que los periodistas se ven influidos por las costumbres, los valores morales, la ideología, las luchas político-sociales y las formas de ejercicio del poder, en una etapa determinada.

Como en el resto de las sociedades occidentales, en México, el periodismo nace íntimamente vinculado al poder. Sin embargo, en virtud de los peculiares problemas que debimos enfrentar para erigirnos en nación independiente, la estructura política proclive al centralismo y la carencia de tradiciones democráticas, el periodismo mexicano ha encontrado enormes obstáculos para desarrollarse en forma independiente del poder político.

Estas circunstancias históricas son las que determinaron, aun en el siglo XX, un lento desarrollo profesional del periodismo y la consecuentemente búsqueda de principios éticos al margen de los intereses de los gobiernos y las estructuras de poder político y económico.

Con el afán de entender las circunstancias históricas por las cuales el periodismo mexicano no cuenta con una tradición de ética profesional y algunos de los factores que han contribuido a ello, decidimos emprender una revisión panorámica de la ética de los periodistas a lo largo de la historia de la prensa.

Si bien no pretendemos hacer un análisis exhaustivo, tomamos algunos ejemplos que pueden servirnos como muestra de los valores éticos que han guiado a nuestro periodismo. No sobra decir que dentro de estos ejemplos, pueden encontrarse a

notables periodistas y publicaciones cuya integridad y valor nos ofrecen una impecable lección de ética periodística en el presente.

3.1.1 La Colonia

Resulta significativo que lo que podríamos considerar desde la perspectiva actual, uno de los primeros problemas de ética periodística que se registran en México, tiene que ver con el bajo sueldo que percibía el que ejercía la función de informar. Luis Reed refiere que el 15 de noviembre de 1533, el pregonero Juan de Montilla quien ganaba la raquílica suma de seis pesos anuales, pretendió, para ensanchar su pobre ganancia, cobrar por sus pregones al pueblo que se arremolinaba a escucharlo. Sin que su plan prosperara fue acusado ante el Ayuntamiento, recibiendo una fuerte llamada de atención y la amenaza de diez días de cárcel, por querer "metalizar sus deseos"¹.

Este caso es muy ilustrativo pues revela problemas esenciales que prevalecería en la ética del periodismo mexicano: por un lado la condición laboral del informador que lo orilló a lucrar con su misión y, por otro, el hecho de que este tipo de transgresiones a lo que hoy llamaríamos "un deber profesional" tratan de solucionarse con amenazas o castigos provenientes de la autoridad. Nadie, suponemos, reparó en tratar de comprender la causa por la que el pregonero cometió tal falta.

Este acontecimiento tiene como contexto histórico el gobierno colonial, por lo que sería muy remoto pensar en la posibilidad de alguna garantía laboral para el pregonero. Es evidente que existe una responsabilidad moral en el acto de Montilla por el cual debió responder. Pero es conveniente advertir también las circunstancias en que cometió tal falta, no para justificarlo, sino para advertir las condicionantes económico-sociales del acto moral.

Igualmente revelador resulta encontramos con que años más tarde, en 1543, el mismo Juan Montilla recibiera un premio, por parte del cabildo capitalino por "sus

servicios a la comunidad", consistente en un solar en el barrio de San Pablo, en el que "seguramente edificó alguna construcción para vivir allí el resto de sus días"².

Premio y castigo ambos muestran dos caras que inevitablemente se hallan presentes en el ejercicio periodístico: cumplimiento o desviación del deber. Sin embargo, si recordamos que el comportamiento ético proviene de una convicción íntima, el premio se convierte en otra forma de corrupción que, en muchos casos, no es moralmente reprobable.

También es significativo revisar el encabezado de la noticia de nuestra primera hoja volante aparecida en 1541: *"Relación del espantable terremoto que agora nuevamente ha acontecido en las Indias en una ciudad llamada Guatemala: es cosa de grande admiración y de grande exemplo para que todos nos enmendemos de nuestros pecados y estemos apercebidos para quando Dios fuese servido de nos llamar"*.

Moisés Ochoa Campos comenta que este título "largo y emotivo" es además "tendenciosamente religioso"³. ¿Podría acusarse al escribano Juan Rodríguez, autor de esta relación, de haber vulnerado un principio de ética profesional al comportarse "tendencioso"? Es obvio que una respuesta afirmativa sólo podría darse desde el punto de vista del periodismo actual.

Posiblemente para el lector novohispano no había nada reprobable en que este encabezado estuviera impregnado de subjetividad, pues era congruente con las creencias religiosas dominantes. Tal vez, por eso mismo, era impensable criticar su tratamiento periodístico. Este caso ilustra que en los inicios de la actividad periodística en México los principios que guiaban la actividad del informador eran inseparables de los principios religiosos propios de la cultura e ideología de la época.

Las primeras hojas volantes que se imprimían, no con una periodicidad fija, sino cuando la noticia lo ameritaba, pretenden cumplir con una función estrictamente informativa. Sin embargo, este hecho, así como la selección de las noticias que se han de imprimir manifiestan que sólo se publica a aquello que está de conformidad con los

valores y la ideología de la Corona Española. En consecuencia, esta ideología habría de ser la base de la "ética" que guía al naciente periodismo colonial.

Así, se dan a conocer hechos de armas, muertes importantes, llegadas de navíos y otros acontecimientos que interesan a las colonias como parte del domino español.

También salen a la luz hojas volantes con informaciones sobre hechos monstruosos e inauditos, desgracias naturales, crímenes, ejecuciones, etc. En 1648 apareció en el *Diario de Sucesos Notables* la "Relación verdadera en que se da cuenta de la presa que se ha hecho de un animal monstruoso...", y en 1695, Juan Joseph Fuillena imprime la noticia del "traslado de un testimonio auténtico de lo sucedido en la villa de Orizaba con un endemoniado, y declaración que hizo Lucifer acerca del tormento que recibe con la devoción del Santo Rosario". Al respecto Ruiz Castañeda opina que "en estos encabezados creemos advertir, inclusive, cierto incipiente amarillismo informativo"⁴.

Nuestros precursores del "amarillismo" ignoraban que su labor informativa se convertiría en una práctica periodística lucrativa iniciada en el siglo XIX. Menos aún imaginaban que este tipo de información sería sancionada por los códigos de ética periodística de nuestro siglo, puesto que para ellos simplemente eran acontecimientos dignos de ser publicados y quizá, involuntariamente, contribuían a reforzar el sistema de creencias que mantenía el orden colonial.

En 1630 el español Juan Blanco de Alcázar publicó una relación impresa en que critica a diversos notables de la colonia incluyendo al Virrey. Ochoa Campos dice: "esta hoja fue clandestina y las autoridades detuvieron a todos los impresores de la ciudad para ver quién de todos era el autor de este hecho insólito. Descubierto Blanco de Alcázar fue detenido y las hojas detenidas por la inquisición."⁵

Este acontecimiento indica la forma en que la "ética" del periodismo de la Nueva España estaba enmarcada también por la moral de la Inquisición.

Debemos precisar que los ejemplos que aquí tomamos pertenecen a una fase temprana del periodismo en la que éste no ha desarrollado sus características modernas y parecería ocioso o inútil valorarlos desde la ética del periodismo actual. Pero consideramos que esto es de utilidad para indagar cómo en esas formas iniciales del periodismo en México podemos advertir la presencia de los condicionamientos históricos que determinan los principios profesionales del ejercicio periodístico.

Cuando Juan Ignacio Castorena explicaba en 1722 que su iniciativa que su iniciativa de fundar la *Gaceta de México* se basa en que "es plausible y bien reconocida la costumbre de imprimir las noticias de cada mes en un cuaderno mensual", daba a conocer al mismo tiempo su concepción sobre el valor moral del periodismo entendiéndolo como una "buena costumbre", es decir, un bien público.

Nuestro primer periodista tiene en mente que el registro de acontecimientos relevantes será de utilidad en lo futuro para conformar unos anales, por lo que la actividad periodística está vinculada con un propósito historiográfico.

De esta forma, la *Gaceta de México* seguirá la tradición de ser exclusivamente informativa y omitir el comentario, ya que, según se explica "no se hacen reflexiones políticas, porque se goza de un gobierno pacífico, y porque las máximas de estado se gobiernan por el irrefregable dictamen de nuestro soberano"⁶. Frente a tan absoluta afirmación, sobra decir que la ausencia de debate político en la *Gaceta* era una forma de hacer política.

Al respecto, Ruiz Castañeda afirma: "el periodismo era una especie de ejercicio burocrático y los autores de las gacetas no podían escapar, ni lo intentaban, a los estrechos márgenes que el absolutismo borbónico concedía a la libertad de opinión"⁷.

¿Cuáles serían los principios de ejercicio profesional de aquel periodismo? No podían ser otros que los que marcaban las necesidades e intereses del dominio colonial. Consideremos además que los "corresponsales" de aquella época eran los mismos funcionarios del gobierno.

Predominaban en la *Gaceta*, pues, informaciones de tipo religioso, administrativo, económico y social. Podemos imaginar entonces el limitado grado de autonomía que tendría el periodista. Lo que debía o no debía informarse y la jerarquía de los acontecimientos responde a criterios que podían ser concebidos como "naturales" de acuerdo con la ideología dominante.

Como ejemplo de ello, Ruiz Castañeda señala que "el sentido de sensacionalismo periodístico en las *Gacetas* del siglo XVIII difiere esencialmente del actual", ya que la inserción de este tipo de noticias "no depende de un criterio ético del periodista, sino más bien de la indiferenciación de las informaciones"⁸.

No obstante las limitaciones ideológicas y profesionales mencionadas, podemos advertir que las primeras gacetas hacen énfasis en el apego a la verdad como un valor periodístico. Así, Castorena habla de estos órganos informativos como "una fidelísima relación de lo que acaece", mientras que Juan Francisco Sahagún Arévalo, editor de la segunda gaceta tiene un afán de exactitud que "lo obliga a hacer rectificaciones ulteriores cuando se percata de haber asentado un dato falso"⁹.

En la tercera *Gaceta de México*, de Manuel Antonio Valdez, se continúa la orientación ideológica de sus antecesoras. Xavier Tavera Alfaro afirma que "el bien común" o "pública felicidad" que buscaban las gacetas al ofrecer sus informaciones "deviene del hecho de que la gaceta se convierta en un instrumento del Estado..."¹⁰. Nos parece que no hay mejor apreciación sobre el vínculo entre la finalidad ética del periodismo y la ideología política dominante.

El mismo Valdez siente la preocupación porque sus corresponsales le remitan "noticias que vengan bien circunstanciadas", escritas con "escrupulosidad" pues para conformar un "verdadera historia" en lo futuro se necesita una "fiel y puntual relación"¹¹.

Para uniformar la relación de las noticias, Valdez formula una "Instrucción" dirigida a los funcionarios encargados de recopilar las noticias en la que se enlistan los temas "gazetables", y en donde se establecen además pautas que nos hacen pensar en

los principios de un código de ética, pues señala que las noticias deben estar "escritas con sencillez y método, producidas con verdadero celo patriótico y no truncadas o adulteradas por particulares fines del individuo"¹².

Sin embargo, debe aclararse que esta suerte de "primera norma de ética periodística" asentada en la *Instrucción* fue formulada por Valdez en cumplimiento de una Real Orden, signada el 4 de febrero de 1785 por Carlos III de España. No es necesario insistir en el grado de identidad entre los principios que guían la actividad periodística y los intereses monárquicos.

Si decidiéramos reducir al periodismo colonial a una máquina ideológica del imperio español no nos explicaríamos por qué las *Gacetas* de Castorena, Sahagún y Valdez, en medio de sus condicionamientos, contribuyeron a conformar un espíritu nacionalista y estimularon la conciencia criolla que, a la postre, haría madurar las ideas independentistas al final del "siglo de las luces".

En esta tarea también concurrieron esfuerzos periodísticos previos como *El Mercurio Volante* de Carlos de Sigüenza y Góngora (1693), el *Diario Literario de México* de José Antonio Alzate (1768), y el *Mercurio Volante* de José Ignacio Bartolache (1772). Estas publicaciones contribuyen a despertar las inquietudes intelectuales, científicas y políticas de los criollos.

3.1.2 La Independencia

Aunque el primer número del *Diario de México*, aparecido el 1o de octubre de 1805, estuvo dedicado "al excelentísimo señor Don José de Iturrigaray", Virrey de la Nueva España, a nuestro primer periódico diario le tocaría alcanzar la calidad de precursor de la lucha en favor de la independencia.

Sus fundadores, Carlos María de Bustamante y Jacobo de Villaurrutia, al parecer, no tenían la intención de llegar a tal categoría. En su primer artículo, que sirve como prólogo, confiesan:

"Nosotros no tenemos que protestar que nos hemos metido a diaristas por preceptos superiores, ni por ruegos de amigos, ni porque nos devora el amor patriótico. y queremos hacer este bien a la humanidad. Nos pareció que el diario era útil en esta famosa capital, y que en proporción del gusto que diésemos al público, podría ser útil para nosotros"¹³.

Con aparente cinismo parecen desligar al periodismo de un propósito ético, desvincularlo de los altos ideales y llevarlo sólo al plano de la utilidad. Sin embargo, al intentar separar la utilidad al público de los fines políticos se acercan ya a uno de los principales fines del periodismo: el servicio a la sociedad.

El *Diario de México*, sin embargo, estuvo abierto a toda clase de colaboraciones, en sus páginas se escucharían las voces de los criollos ilustrados, muchos de los cuales simpatizaban con los ideales de independencia.

El comportamiento moral de los hombres no está aislado de las condiciones sociales y políticas que lo condicionan. El periodista, como hombre práctico, aplica en su tarea normas, principios y valores morales de acuerdo con lo que él cree justo o bueno para la sociedad y para sí mismo. En consecuencia, cuando se agudizan las contradicciones sociales, nos es imposible encontrar una moral única.

Lo que en un momento operó como la moral dominante entra en crisis, se le pone en tela de juicio y se somete a crítica. Esto es lo que podemos entrever en el periodismo que corresponde a la decadencia del régimen colonial.

Es conocida la trascendencia de *El Despertador Americano*, fundado en 1810 por Francisco Severo Maldonado. Si tomamos en cuenta que este periódico defiende abiertamente la lucha de independencia ¿con qué criterio ético valoraríamos el periodismo que hizo?

Esta publicación tiene comprometidos sus principios con una lucha. En tanto instrumento propagandístico, nos resulta imposible hablar de que *El Despertador* responde a una ética periodística en el periodismo moderno. Más no por haber hecho un periodismo combativo podemos aseverar que se tratara de un periodismo sin ética, ya que su propósito esencial era impulsar la causa de la independencia.

Estamos, por lo tanto, ante una "bifurcación" de los principios que guiaban al periodismo y que, en su momento, se pluralizarían según las tendencias políticas.

¿Existe entonces un relativismo moral en los valores éticos del periodismo? Pese a que en momentos de crisis el periodismo toma parte activa en la lucha ideológica, ha habido esfuerzos de los periodistas para llevarlo a una función de servicio que lo comprometa más con la sociedad que con las facciones. Pero en el momento que nos ocupa resulta imposible disociar al periodismo de sus funciones político-ideológicas y, por lo tanto, de sus peculiares concepciones sobre los fines éticos del periodismo.

No podemos esperar que las publicaciones periódicas de esta época proyecten una sola moral. Necesariamente reflejarán los valores de una clase social y de sus ideas políticas, sus intereses y sus ambiciones.

Es a partir de esta premisa que podemos comprender los valores que guiarán a otras publicaciones insurgentes como el *Ilustrador Nacional*, de José María Cos y el *Ilustrador Americano*, al mismo tiempo nos explicamos por qué las autoridades virreinales los consideraban "libelos que contienen proposiciones cismáticas e injuriosas" que forman parte de la "máquina infernal que echó a andar Hidalgo"¹⁴.

Tanto realistas como insurgentes apelan también a principios religiosos para defender su causa, desde luego, cada bando desde una perspectiva diferente. En el número uno de *El Ilustrador Americano*, en 1812, Cos invoca al "Ser Supremo" y hace votos porque le permita sacar a la luz "muchos volúmenes que demuestren a la faz del orbe, la justicia, la necesidad y los nobles objetos de nuestra revolución"¹⁵. En

respuesta al periódico insurgente nace *El Verdadero Ilustrador Americano*, de José María Beristain, que divulga las ideas realistas.

Así pues, la lucha de la independencia inaugura una etapa en la que el periodismo se vuelve arma política fundamental y desarrolla con fuerza inusitada una vertiente mutilada hasta entonces: la crítica. *El correo Americano del Sur*, fundado en 1813, durante la campaña de Morelos, justifica su existencia con la advertencia de que los rebeldes necesitan quizá más de la imprenta "que de las bocas de fuego para batir al formidable coloso"¹⁶.

En el primer número de *El Conductor Eléctrico*, que Fernández de Lizardi publicara en 1920, nos deja un testimonio sobre el deber del periodismo al hablar del propósito de su periódico: "...un conductor eléctrico por donde se comuniquen verdades importantes al gobierno o al pueblo con la misma violencia si es posible, que el fluido eléctrico"¹⁷. Veracidad, crítica al poder, servicio público y agresividad se reúnen en esta concepción que se asoma ya al periodismo moderno.

3.1.3 Del centralismo al federalismo

La batalla periodística que se desencadena al consumarse la independencia es la erupción de un largo silencio y, a la vez, consecuencia natural de las pasiones que desatan los proyectos nacionales. En esencia, la lucha entre centralistas y federalistas es una lucha ideológica: la disputa entre dos concepciones del modelo nacional que, al cobrar forma de pasión, tiende a la intransigencia.

El ejercicio del periodismo y, por lo tanto, sus ideales, están comprometidos con lo que cada sector consideraba "el más alto interés nacional". Sin embargo, ambas tendencias políticas son conscientes de la responsabilidad y la misión del periodismo:

"si cada uno de vosotros escribe sólo por lucro, o por adulación o por capricho, la obra está hecha: se dividirá la opinión, y se causaría gravísimo daño a la patria..."¹⁸.

Estas palabras ilustran lo que inevitablemente haría la prensa: contribuir a la división ideológica. No podía ser de otra forma si consideramos que la prensa era el ingrediente catalizador de la reflexión en la búsqueda de nuestra fisonomía política.

Aún cuando el régimen de Iturbide intentara pacificar el periodismo con la *Gaceta Imperial de México*, el río ya estaba desbordado. Aparecen entonces órganos de las logias escocesa y yorkina (*El Aguila Mexicana, El sol*) y las medidas represivas del gobierno sólo sirven para estimular el ímpetu de la prensa.

El historiador Lorenzo de Zavala daría testimonio de aquel momento:

"Las imprentas vomitaban calumnias, injurias, apóstrofas indecentes. Ni la vida privada, ni las flaquezas domésticas, ni los miramientos debidos al bello sexo, ni el respeto que exige la benevolencia pública, nada se respetaba en los periódicos y papeles sueltos de la época"¹⁹.

Esta opinión, que lleva implícito un juicio moral, nos revela que en momentos de crisis políticas parece imposible contener a la prensa con preceptos éticos o morales. Todo era válido entonces para combatir y desprestigiar al enemigo. Resulta imposible trazarse una línea recta de principios de conducta profesional.

Más adelante, Zavala escribe que hay un aumento de periódicos "por donde los ciudadanos expresan sus resentimientos y sus opiniones, descubren su alma al intentar pintar la de los otros, dan idea del estado de la civilización, de las costumbres y de la situación política del país"²⁰.

Calumnia, injuria, difamación, eran, pues, cotidianas y la única forma en que se podría intentar detenerlas era la ley. Carlos María de Bustamante afirmaba en el diario *Liberal de México*:

"Es vergonzoso y criminal el abuso que diariamente se hace de la libertad de imprenta. El gobierno vigilantísimo ha pedido una ley al Congreso para reprimir el exceso de los que publican papeles con títulos alarmantes"²¹.

Aunque se hicieran más llamados a la templanza y a la sensatez de la prensa era sumamente difícil que se dictaminara un criterio único de lo que era abuso de la libertad de imprenta, y si así se hiciera ¿desde qué óptica se vería, la centralista o la federalista? Cada grupo cree que su moral es la verdadera y absoluta. Entonces comienzan las acusaciones recíprocas, como la que hace el mismo Bustamante contra *El correo de la Federación*:

"Impolíticos, inmorales, embusteros con procacidad, desorganizadores, incendiarios..."²².

Como vemos, la vehemencia era el signo de este periodismo. Otro historiador, Enrique de Olavarría y Ferrari, dice sobre la prensa yorkina y escocesa:

"Las prensas se convirtieron en factorías de ofensas indecentes, no perdonando ni los secretos del hogar, ni los de la vida privada"²³.

Podemos advertir que las grandes acusaciones que se harían contra la ética de la prensa ya estaban presentes: ataques a la vida privada, injuria, calumnia, sensacionalismo. Pero ¿cómo refrenar esta tendencia, si el periodista era ante todo un militante, un polemista? En estas circunstancias era muy difícil, si no imposible, separar la conciencia profesional de la conciencia política del periodista. El periodismo, difusor de ideas y defensor de una causa, no podía distanciarse de las pasiones que lo movían e impulsaban.

Precisamente esta etapa previa a la "profesionalización" sería la que le abre nuevos horizontes y posibilidades al periodismo, pues descubre su fuerza como instrumento de crítica y de transformación social.

Pero no todos los periodistas actuaban conforme a sus convicciones. Carlos María de Bustamante afirma que Guadalupe Victoria llega a "subsidiar secretamente a

varios periodistas para comprar su adhesión" inaugurando así esta tradición presidencial. Más tarde, durante el régimen conservador aumentan los "periodistas a sueldo" que desprestigian al movimiento republicano. Los gobiernos centralistas, además, cierran periódicos y persiguen periodistas.

En 1839 Santa Anna emitió un decreto por el cual acusa de subversivos a los periódicos federalistas y manda aprehender a sus directores:

"...es indudable que bajo el nombre de oposición han establecido un sistema permanente de anarquía y subversión, con que ofendiendo a la moral pública insultan a la autoridad de las leyes constitucionales..."²⁴.

De nueva cuenta, regular la ética del periodista es tarea de la represión.

La aparición, en 1841, de *El Siglo XIX*, representa un cambio importante en la concepción del periodismo. Su director, Ignacio Cumplido, hombre de ideas liberales, es también un precursor del periodismo empresarial. Aun cuando su periódico alberga los más brillantes escritores del liberalismo -Prieto, Zarco, Ramírez, Morales-, su concepción del periodismo parece superponerse a los intereses partidistas, aproximándose al ideal periodístico de servicio a la sociedad, pues, para los que lo hacían, la función del periódico es "la ilustración popular", con la cual se consigue "el progreso material e intelectual de la población"²⁵.

Irma Lombardo resume la misión ética de este periodismo:

"La esencia de los periódicos críticos y políticos es la polémica, pues en ellos el campo de la discusión está completamente abierto, el periódico es el intermedio para el diálogo social y por ese conducto debe conseguirse la justicia, la verdad y la razón. Valoran su ejercicio periodístico como una misión de justicia para la democracia"²⁶.

Así, el periodismo tiene un fin educativo y moral que se halla por encima de los beneficios económicos. Ello se confirma con lo que dice Guillermo Prieto al afirmar de que los salarios percibidos por los connotados escritores de *El Siglo XIX* eran "bajísimos".

La integridad de este periódico se pondría también a prueba al convertirse en opositor a la dictadura de Santa Anna.

Otro innovador del periodismo fue *El Monitor Republicano*, que aparece en 1844 y es dirigido por Vicente García Torres. Sus servicios informativos -publica boletines, noticias nacionales y extranjeras, cuenta con servicios cablegráficos- y su variedad temática (política, literatura, comercio, sociología, publicidad, espectáculos) lo acerca al esquema del moderno periodismo comercial.

Posiblemente porque ambos periódicos, *El Siglo XIX* y *El Monitor*, se constituyen bajo el modelo de empresa liberal, contribuyen a definir nuevos valores profesionales en el periodismo, al tiempo que apuntalan el deber crítico de la prensa, como vanguardia del periodismo liberal. Naturalmente, estos periódicos encontrarían su contraparte en órganos como *El Tiempo*, de ideas monarquistas, y su continuador, *El Universal* (1848).

Tras la caída de Santa Anna y el triunfo de la Revolución de Ayutla, la turbulencia periodística - reflejo de la política - se topa con la *Ley Lafragua* del gobierno de Comonfort, en 1855, que impone límites a la libertad de expresión y provoca el disgusto de conservadores y liberales. Sin embargo, el periodismo partidista no cesa. Al contrario, vendría un auge de la actividad intelectual y literaria en la cual se suele ubicar "la edad de oro" del periodismo mexicano.

Si nos preguntamos por el perfil del periodista liberal en esta época nos resulta difícil restringirnos a una sola actividad. Político, funcionario, legislador, académico, soldado, poeta o narrador: todo esto podía ser a la vez el periodista. Si para dedicarse al periodismo se le hubiera exigido atenerse a principios de ética profesional ello habría equivalido a mutilarlo, y, obviamente, las condiciones políticas y sociales lo hacían imposible.

En el Congreso de 1856 nos encontramos con notables periodistas: Zarco, Prieto, Ramírez, Lafragua, Ocampo, Riva Palacio y otros. Hoy, es un ideal de ética

profesional la independencia entre prensa y gobierno; entonces, el servicio público era la posibilidad de llevar a la práctica los principios defendidos en el periodismo. El periodismo y la actividad política eran partes mutuamente imprescindibles.

La guerra de tres años lleva nuevamente el periodismo a las trincheras y proliferan los periódicos de vida efímera, tanto liberales como conservadores, que se atacan con violencia. *El Movimiento*, periódico radical del liberalismo, pide el exterminio de los conservadores "germen de donde puede brotar otra nueva chispa que incendie al país"; *La Prensa*, periódico defensor del clero, se opone a polemizar con "locos maniáticos".

Triunfantes los liberales, serían ahora el blanco de la prensa de oposición conservadora pro-monárquica que se vería satisfecha con la instauración del Segundo Imperio.

Aparentemente, Maximiliano garantizó la libertad de prensa en una ley dictada en 1865, pero estableció lo que él consideraba abusos de la libertad de prensa, como atacar a la familia real, dar noticias falsas o alarmantes, llamar a la rebelión popular e ironizar a las autoridades. Estas disposiciones, como se aprecia, están impregnadas de un contenido moral acorde a los intereses de la monarquía.

Durante la Reforma, al restaurarse la República, la prensa goza, en términos generales, de libertad. No obstante, en este período la prensa comienza a burocratizarse como instrumento del grupo liberal en el poder. Además de que Juárez y Lerdo se sirvieron de la prensa subvencionada por el Estado como antídoto frente a la prensa opositora²⁷.

Así, algunos periódicos glorifican el régimen de Juárez, mientras que otros, de tendencia católica, lo critican. La división de los liberales en juaristas, lerdistas y porfiristas se deja sentir también en la prensa. Como ejemplo, *El Ahuizote*, "semanario feroz" será un fuerte opositor de Lerdo; mientras *El Correo de México* y *El Sufragio Libre*, ensanchan la popularidad del caudillo.

3.1.4. El porfiriato

Si bien, hasta donde hemos revisado, los problemas relacionados con la ética del periodismo están vinculados con las luchas político-ideológicas, en el porfiriato estarán definidos por la sujeción de la prensa al régimen: la dictadura ayudará a que nazca la prensa moderna industrial a la cual ampara e incorpora definitivamente el aparato burocrático.

La paz y el orden necesario para el florecimiento de la nueva burguesía, congruente con los intereses del capitalismo internacional, encuentra un mecanismo ideológico eficiente en la prensa subvencionada.

Ruiz Castañeda afirma:

"la función de la prensa (...) es colaborar con el gobierno en su labor de regeneración y alejar al pueblo de toda idea revolucionaria"²⁸.

Para lograr este propósito, además de la subvención, fue necesaria la represión. Al respecto dice Karin Bohmann:

"Durante el porfiriato no sólo se obligó a la prensa de oposición a callar por medio de la política de subvenciones, sino también (...) con las represiones directas como la clausura de imprentas o la persecución de periodistas (...) A raíz de la brutal represión varios periodistas dejaron el país o abandonaron su oficio"²⁹.

De esta forma, la agresiva prensa que había heredado Díaz se irá disolviendo al emerger la monolítica prensa porfirista con su novedosa tecnología y sus innovaciones en el estilo periodístico.

La represión y la subvención son los hechos, pues, que definen la línea de comportamiento ético de la prensa. Por tal razón coincidimos con Florence Toussaint quien considera al porfiriato como una "gran incubadora" en la que se inician "prácticas políticas y culturales aún persistentes en la sociedad"³⁰. Nada más cierto puede decirse cuando pensamos en la corrupción y dependencia de la prensa en el presente siglo.

Así, podemos añadir también que el porfiriato es una "incubadora" de los vicios periodísticos que aún campean en el periodismo mexicano.

Fue Manuel González quien comienza a confiar en la prensa subvencionada como método de acallar la disidencia. Pero en los ochentas, dejando atrás escrúpulos, Díaz echa mano de la violencia y la persecución para suprimir el periodismo opositor bajo la acusación de "ofensa por difamación".

Entonces se pone en práctica "un extenso programa de subvenciones (...) para ayudar a aquellos periódicos cuya responsabilidad era la defensa de la administración y su política"³¹. Karin Bohmann hace la siguiente estimación:

"En 1880 el gobierno subvencionó en la ciudad de México a 30 periódicos con unos 40 000 pesos mensuales y en provincia a otros 27 periódicos oficiales y a casi toda la prensa local"³².

Asimismo surgen diarios que sólo sirven de arma política en contiendas electorales, parlamentarias y sociales y se consolidan las subvenciones como forma de asegurar la lealtad y corromper a los periodistas, quedando así la prensa sometida a sus patrocinadores³³.

La irrupción definitiva del periodismo empresarial en el porfiriato transforma drásticamente la concepción sobre el deber del periodismo.

La prensa de "un centavo" hace su aparición en 1865 con *El Monitor del Pueblo* de Juan de Mata Rivera, que publicaba sobre todo material noticioso, acompañado de anuncios, literatura y entretenimiento. Semejante perfil tuvo *La Política*, de Alfonso López, periódico que entraría en competencia con el primero.

Otros ejemplos de la prensa barata fueron *El Gil Blas* y *El Siglo XX* de Rafael Reyes Spindola. Aún cuando estos periódicos fueron precursores de la prensa informativa y de tendencia popular, desaparecieron por las dificultades económicas que enfrentaron para sostenerse.

Reyes Spíndola también fundó, en 1888, *El Universal*, el ensayo previo a lo que sería su más grande proyecto de prensa industrial y que suprime ya las firmas editoriales en pos de un periodismo institucional e informativo. También *El Noticioso* de Angel Pola, aparecido en 1894, contribuye a dar un nuevo rumbo a la prensa informativa popular.

Pero el periódico que abre un nuevo capítulo en la historia del periodismo mexicano sería *El Imparcial*, traído a la luz por Reyes Spindola en 1896. Su nombre, como es sabido, es una ironía:

"El Imparcial -dice Bohmann- simboliza la transformación del periodismo de opinión hacia la nota pura en el periodismo mexicano. Imparcial y sin embargo comprometido con el porfirato, el periódico propagó informaciones triviales y sensacionalistas"³⁴.

Efectivamente, *El imparcial* encarna grandes contradicciones: se convierte en el modelo de la moderna prensa industrial pero es alimentado con el dinero que le proporciona el Secretario de Hacienda, Limantour. La introducción de avanzadas rotativas hizo que el diario se introdujera en el mercado desplazando a la competencia. Pronto, los subsidios que se repartían en múltiples periódicos se concentrarían en él.

Inspirado en los grandes diarios norteamericanos, *El Imparcial* introduce las técnicas más novedosas del periodismo informativo y cuenta ya con una planta de reporteros. Pero con el periodismo estadounidense también se importan sus vicios: sensacionalismo e información manipulada bajo el disfraz de imparcialidad.

Así, nuestra gran prensa de "masas" nace en medio de prácticas de corrupción que parecen definir su sino. La prensa era, pues, pieza vital de la maquinaria estatal porfirista. Con el progreso tecnológico se dieron por primera vez las condiciones para un amplio control de la opinión pública³⁵. En esta forma, *El Imparcial* se imponía como el cristal por el que se debían ver los acontecimientos de acuerdo con la ideología de la nueva burguesía "científica".

También durante el porfiriato se opera un cambio fundamental: el surgimiento del reportero. Se considera a Manuel Caballero como "el primer gran reportero de México" que introdujo en el país la noticia ágil y certera y el cabeceo "intencionado", en su diario *El Noticioso*, de 1879³⁶.

Si bien *El Siglo XIX* y *El Monitor Republicano* -donde trabajó Caballero- marcan ya la transición hacia el periodismo especializado de tipo empresarial, éste sólo encuentra las condiciones técnicas y políticas para desarrollarse hasta finales del siglo pasado.

En 1880 se incorpora al periodismo la técnica del reportaje, trabajo periodístico de carácter noticioso, referente a algún suceso o personaje. María Teresa Camarillo resume esta transformación del periodismo:

"Poco a poco el contenido político, teórico, ideológico, tuvo que ceder el paso al periodismo informativo(...), que se ocupa de todo tipo de cuestiones que interesa a un mayor número de personas"³⁷.

Los nuevos reporteros, con sus informaciones detalladas y sensacionales atraen la atención de un público más vasto. Los titulares de los diarios son más grandes y atractivos; en las primeras planas aparece información noticiosa y se abandona lo doctrinario.

Con el surgimiento de *El Imparcial* se consolida la labor del reportero que ahora domina las redacciones de los diarios.

La industrialización del periodismo trae consigo una mayor especialización de sus funciones. El antiguo periodista ejercía tareas múltiples. El reportero, en cambio, se dedica a una fase específica del proceso de producción periodística: la búsqueda y recopilación de la información, adquiriendo así su condición de trabajador intelectual.

"Los reporteros, entusiastas, corriendo de un lugar a otro, metiéndose aquí y allá, conociendo a éste y a aquél personaje se sentían importantes y presentían que muy

pronto dominarían la escena periodística. Sus condiciones laborales parecían no preocuparles mayormente, y aceptaban sueldos miserables -como ocurre a la fecha-³⁸.

En esta apreciación de Ma. Teresa Camarillo podemos ver aspectos esenciales para comprender la problemática de la ética en el periodismo. Primero, la vanidad del reportero que embebido con su actividad "se siente importante" y, en parte, debido a ello, tiende a perder la conciencia de su condición laboral y, más aún, del servicio que presta a la sociedad y ; segundo, la concepción de que el amor a la vocación justifica el paupérrimo sueldo que, como se sabe, es una de las causas de la corrupción del periodista.

En estos factores podemos advertir el origen de muchos de los problemas de ética que acompañarían al periodismo en el siglo XX: una prensa industrial subvencionada por el gobierno y un periodista asalariado que realiza su actividad con gran ímpetu, pero que suele perder su conciencia profesional o cuando la tiene, no puede sino sujetar su pluma a los intereses políticos y comerciales de su empresa. No podía ser de otro modo, si tomamos en cuenta que el régimen porfirista permitió el nacimiento de la gran prensa industrial.

No obstante, el paso crucial hacia la profesionalización se había dado, y en él se encontraba el germen para que, con el tiempo, los periodistas fueran cobrando conciencia de su profesión y empezaran a plantear sus problemas e inquietudes como gremio, pero sobre todo, para que vislumbraran sus deberes profesionales esforzándose por superar sus condicionamientos laborales, económicos y políticos.

3.1.5 La Revolución

Si bien durante el porfirato se dio la pauta para la "despolitización" del periodismo, los periódicos combativos no habían muerto. Publicaciones marginales y

clandestinas habían resistido los embates de la represión y cobrarían un nuevo impulso con las contradicciones sociales que aceleran la decadencia del régimen.

En 1900 los hermanos Flores Magón habían fundado *Regeneración* que, sin reservas, critica al gobierno desde la perspectiva laboral-anarquista y desafía, obviamente, los esquemas ideológicos porfiristas. El precio: persecuciones y cárcel. En 1902, Ricardo Flores Magón se hace cargo de *El Ahuizote*, junto con Librado Rivera y Juan Sarabia.

La hostilidad continuó, pero se habían multiplicado los pequeños periódicos que se enfrentaban punzante y satíricamente a la dictadura. Es en estas publicaciones donde se gesta la conciencia revolucionaria y se perfilan concepciones distintas sobre el deber del periodismo, frente a la gran prensa porfirista.

Regeneración volvería a publicarse desde los Estados Unidos, donde se hallaban refugiados sus redactores. Este periódico, no obstante, llega a tener una fuerte penetración clandestina en México. La integridad periodística de Flores Magón demostró que uno de los deberes fundamentales del periodismo es su compromiso con las clases sociales explotadas y sus luchas.

La efervescencia política y social que yacía bajo la paz porfiriana, previamente al estallido revolucionario, obligaría al periodismo a hacer una larga pausa a su recién alcanzada "neutralidad".

Surgen entonces nuevos órganos de la burguesía pro-democrática, y otros vinculados con grupos políticos, tales como: *El Demócrata*, fundado por Madero para su campaña "antirreeleccionista", así como *México Nuevo* (reyista), *El Debate* (científico) y *El Antirreeleccionista* (maderista).

Al ser derrocado Díaz por la Revolución y ascender Madero a la presidencia, se inicia un encarnizado ataque de los órganos periodísticos conservadores contra el gobierno de éste último.

Fue una etapa de desbordamiento de la prensa. Encabezaron la campaña de desprestigio contra Madero, *El Imparcial* y los católicos *El Tiempo* y *El País*. Nuevas tribunas crearon los políticos e intelectuales porfiristas como *La Prensa*, *La Tribuna* y *El Mañana*, así como otros periódicos opositores: *El Noticioso Mexicano*, *El Mañana*, *El Defensor del Pueblo* y *El Heraldo Nacional*. Todos contribuían a magnificar los errores del gobierno y, a veces, excitaban francamente a la rebelión.

Tal vez, la crítica más violenta provenía de la prensa marginal y humorística: *Multicolor*, *Tilín-Tilín*, *Actualidades*, *La Sátira*, *Sancho Panza*, etc. La caricatura política empleó sus más filosos trazos contra Madero. García Cabral y Alvaro Pruneda se destacaron en esta tarea.

La experiencia de la relación entre el gobierno de Madero y la prensa nos deja varias enseñanzas acerca de la ética en el periodismo. En momentos de crisis política y transición la prensa no puede permanecer pasiva, sin tomar posición, y por lo tanto, fiel a sus principios de ética profesional, los cuales, en estas coyunturas pueden convertirse en obstáculos para la defensa de intereses de grupos políticos. La gran prensa que había traído el periodismo informativo abandona su "imparcialidad" volviéndose tan combativa como los periódicos partidistas, por lo que sus principios implícitos de conducta profesional se ven fuertemente condicionados por las circunstancias políticas.

También se advierte que cuando el equilibrio de fuerzas entre prensa y gobierno se rompe, el periodismo comete excesos que es imposible contener con medidas legales y, menos aún, con principios profesionales. Se demostró además el grado de dependencia del gobierno de los órganos informativos, de los cuales no puede prescindir el poder político. Al respecto Javier Garcíadiego aprecia que:

"Madero nunca fue partidario de practicar el *embute* con los periodistas, pues consideraba 'indigno' y 'bochornoso' comprar su apoyo y simpatía"³⁹.

Por su parte, Luis Cabrera señala que entre los síntomas que presenta la prensa del período maderista se encuentra: "la anarquía que reina en las ideas de prensa al

tratar los asuntos públicos y aún al publicar sin criterio alguno cualquier clase de rumores y noticias"⁴⁰.

Habiendo logrado su propósito, los periódicos se rinden ante el régimen de Huerta, entre éstos figuran *El imparcial*, *El Noticioso*, *El País*, *La Tribuna*, *El Universal*, *El Diario*, y otros. Las principales características de la prensa huertista fueron su ideología conservadora y su homogeneidad, contraria a todo desorden traído por la Revolución. Estos periódicos encontraron arreglo con el gobierno de Victoriano Huerta, quien estaba más dispuesto a la subvención directa y al *embute*.

Por otra parte, desde el despliegue del Constitucionalismo, Carranza se distinguió por manejar bien a la prensa. "Para él -dice Garcíadiego- resultaba fundamental la proyección de una imagen favorable y el desprestigio de sus enemigos..."⁴¹. La marcha del movimiento que Carranza encabezó fue acompañada de *El Constitucionalista*, su órgano oficial, publicado en varios estados del norte.

Para evitar que la experiencia de Madero se repitiera, Carranza tomó medidas autoritarias contra la prensa. Tras su triunfo sobre Huerta incautó los talleres de *El Imparcial* para publicar *El Liberal*, divulgador de los logros constitucionalistas.

También creemos advertir el germen del control oficial de la prensa en este siglo cuando Carranza nombró a Alfredo Breceda director de Prensa Revolucionaria, con el objeto de unificar la orientación de todos los periódicos en favor de la Revolución. De esto podemos deducir cómo la "homogeneidad oficial" sería un condicionamiento decisivo en el comportamiento ético del periodismo.

En esta forma, la prensa carrancista contrarrestó a los periódicos villistas y zapatistas como *Vida Nueva*, *El Sur*, *Tierra y Justicia*; así como a los convencionistas: *La Convención*, *La Opinión* y *El Monitor*.

Los constitucionalistas también se destacaron con periódicos como *El Pueblo* (1914) y *La Prensa* (1915), de Félix Palavicini. Ruiz Castañeda estima que: "La prensa

carrancista, despojada, en virtud de las azarosas circunstancias, del auxilio económico y urgida protección oficial (...) se subordina a las inspiraciones de la jefatura militar" ⁴².

El triunfo de Carranza en el terreno militar y político permitió la creación de periódicos con el apoyo total del gobierno y al mismo tiempo se inicia la transición hacia un periodismo de posiciones ideológicas más neutrales y moderadas.

Tras la etapa de agitada propaganda revolucionaria, el gobierno de Carranza impulsaría la prensa de tipo empresarial. Las reformas legales y socio-económicas emprendidas por el nuevo régimen necesitaron del respaldo ideológico de un periodismo moderno, renovado y profesional, pero que no abandonara la lealtad al Primer Jefe. Carranza supo crear la atmósfera informativa conveniente para consolidar su proyecto político nacional.

Félix Palavicini, quien había redactado periódicos en apoyo a la facción burguesa de la Revolución, sería el iniciador del periodismo industrial en este siglo.

Recordamos a este diarista como un activo miembro del Constituyente de 1917. Su diario, *El Universal*, nacido en octubre de 1916, se convertiría en el modelo de la prensa industrial moderna mexicana. Este órgano jugó un papel crucial como vocero de las jornadas legalistas de Querétaro. Al mantener, no obstante, cierta independencia con respecto al gobierno, *El Universal* contribuyó a dar mayor legitimidad al nuevo orden social que emergía de la revolución.

En marzo de 1917, Rafael Alducín funda *Excelsior*, que si bien al principio sería vocero del grupo *Sonora*, también sostendría una actitud crítica frente a los gobiernos revolucionarios dentro de los marcos ideológicos del sistema político.

Cabe destacar que *El Universal* y *Excelsior*, desde su fundación, aspiran a erigirse en órganos de alcance nacional y por tanto, como constructores de una nueva conciencia nacionalista. Así, se trazaban una misión ideológica que incrustaba perfectamente en el proyecto político del nuevo grupo en el poder. Para ello contarían

con los mayores adelantos técnicos y periodísticos inspirados en la prensa norteamericana.

El periodismo se perfilaba como una institución imprescindible para construir la "modernidad" que era la aspiración de los gobiernos revolucionarios. También para el periodismo empresarial sería difícil subsistir sin el apoyo del gobierno y sin el clima de renovación que las instituciones de la Revolución estaban propiciando.

Por otra parte, la Carta Magna había dejado acotados los márgenes de la libertades de prensa en sus artículos 6o. y 7o., con lo cual el periodismo, teóricamente, tendría como coordenadas éticas la vida privada, la moral y la paz pública, términos que, como podía esperarse estarán, de hecho, sujetos a la interpretación política que se haga de ellos.

Así pues, la mutua dependencia entre la gran prensa y los gobiernos revolucionarios será el eje en la búsqueda de los valores éticos que rigen al periodismo mexicano durante el siglo XX.

De los antecedentes históricos esbozados podemos obtener las conclusiones que a continuación se enuncian.

El comportamiento ético de los periodistas en México está condicionado por diversos factores históricos, entre los que se encuentran:

1. La estructura económico-social en que se desenvuelve el periodismo y que define las ideas y concepciones que el periodista tiene sobre su realidad, sus valores morales y su propia actividad.
2. La clase social a la que pertenece el periodista y sus correspondientes principios morales, valores personales y filiación política.
3. Las condiciones económicas que hacen posible la actividad periodística como proceso productivo, pues de ellas depende la orientación ideológica del órgano informativo y la adopción de valores periodísticos.

4. Las contradicciones o conflictos políticos en medio de los cuales el periodista desarrolla su actividad, pues éstos orientan al periodismo en un determinado sentido de acuerdo con los intereses de las facciones en pugna.
5. La hegemonía del partido, grupo político o gobernante que ejerce el poder, así como su respectiva ideología.
6. El carácter político e ideológico de las leyes que regulan la libertad de expresión y prensa y la forma en que éstas se aplican.
7. El desarrollo tecnológico de la prensa como medio de información y como consecuencia, el grado de especialización alcanzado por el periodismo.
8. La profesionalización: el avance y la forma en que se han desarrollado los conocimientos y técnicas que permiten perfeccionar y agilizar las funciones y tareas del periodismo.
9. El grado de conciencia alcanzado por los periodistas sobre los deberes y fines de su propia actividad.
10. Las formas en que los periodistas se organizan como grupo profesional para defender la libertad en el cumplimiento de sus deberes.

3.2 Algunos condicionamientos de la ética periodística en la prensa de la ciudad de México bajo los gobiernos revolucionarios.

El periodo que parte desde la promulgación de la Constitución de 1917 hasta nuestros días, ha sido denominado comúnmente por los historiadores como la etapa de los gobiernos revolucionarios.

Aunque los conflictos bélicos y políticos derivados de la gesta armada continuaron por algunos años, es a partir de la aprobación de la Carta Magna cuando

se comienzan a sentar las bases de nuestro actual sistema político que ahora se encuentra en un difícil momento de cambio que tiende hacia una apertura democrática.

Esta lenta transición que se verifica en el país, responde a la necesidad de transformar el antiguo sistema político en el que la figura presidencial, dotada de amplios poderes y facultades, constituyó el eje de un desarrollo económico y social que aspiraba a basarse en los postulados básicos de la Revolución, plasmados en la Constitución.

La creación del Partido Nacional Revolucionario, en 1929, para poner fin a las disputas políticas entre los generales revolucionarios y administrar el acceso al poder, constituyó una pieza clave para delinear la fisonomía de nuestro sistema político que durante varias décadas operó virtualmente como un sistema de partido único.

Estos rasgos, aunados a una política nacionalista en la que el gobierno fungiría como protector de la soberanía, conductor principal de la economía y garante de la seguridad social, determinaron las coordenadas que orientarían el rumbo del país.

Dentro de este orden, para los gobiernos revolucionarios era necesario difundir la ideología que permitiera consolidar la imagen de México como una sociedad moderna y democrática. Para ello, la gran prensa mexicana hubo de jugar un papel fundamental en tanto que transmisora de información a grandes públicos.

Sin embargo el gobierno, preferentemente, no actuaría, como en otras épocas, mediante el control abierto o la represión violenta contra la prensa, sino que logró crear un sistema de alianzas y mecanismos de control no escritos que definieron un perfil de dependencia mutua las entre empresas las periodísticas y el aparato público.

Aunque no es posible afirmar que las relaciones entre prensa y gobierno han sido siempre cordiales y estáticas –pues en momentos han tenido grandes diferencias y contradicciones –, el sistema político encontró siempre mecanismos para lograr mantener a las empresas periodísticas bajo ciertos márgenes restrictivos de la libertad, ya fuese a través de las buenas relaciones con los empresarios de la prensa o de las

distintas formas de dependencia económica: el suministro de papel, los apoyos financieros, la publicidad oficial, las compensaciones económicas a los periodistas, así como otras formas no legales de apoyo a la prensa.

Estas modalidades de control, aunadas a las prácticas de corrupción y los instrumentos de transmisión de la información oficial (boletines de oficinas de prensa), dieron origen a una serie de costumbres que alejaron al periodismo mexicano de sus funciones de servicio a la sociedad y, al mismo tiempo, inhibieron el desarrollo profesional del periodismo y, con ello, la posibilidad de ejercer un periodismo fundamentado en los valores éticos de la profesión.

Aunque muchos periodistas mexicanos del siglo XX han tenido un valiente y ético desempeño al ejercer su función de manera profesional, aún en contra de las pautas de comportamiento oficial, aquí nos limitaremos a un análisis panorámico de aquellos condicionamientos que a nuestro juicio han tenido una mayor repercusión en la conducta ética de los periodistas en este siglo.

Diversos periodistas y publicaciones han contribuido con su integridad profesional a que en la actualidad exista una prensa más independiente, plural, crítica y con mayores espacios de libertad. Pero si deseamos explicarnos los actuales excesos o desbordamientos en que ha incurrido recientemente el periodismo mexicano, debemos revisar también la historia de las tradiciones que hoy explican la falta de una cultura de ética en el periodismo.

3.2.1 El poder político

Es posible afirmar que el principal condicionamiento de la ética en el periodismo mexicano de este siglo ha sido el poder político.

En todas sus formas y dimensiones el poder del gobierno ha permeado e influido en todo sistema informativo y, particularmente, en la gran prensa.

El Estado revolucionario se erigió como gran rector de la vida del país y como árbitro supremo de los intereses de los distintos grupos sociales. Su fortaleza se sustentó en una extensa legitimación social, mediante su influencia en la vida pública, la identificación de la voluntad ciudadana con los intereses políticos, a través de una ideología de la unidad nacional y del bienestar común bajo resguardo del Estado, con el apoyo de los medios de conformación de la opinión pública⁴³.

Esta circunstancia histórica explica por qué el gobierno hubo de echar mano de todas las formas de control posibles para mantener a la gran prensa dentro de los cauces ideológicos que exigía su modelo de desarrollo.

Rafael Segovia es contundente al afirmar que "de la misma manera en que 'inventó' a la burguesía mexicana, el Estado mexicano ha sido el creador de la prensa contemporánea"⁴⁴.

Esta afirmación, que parece exagerada, puede aterrarnos porque en su esencia parte de una ineludible posibilidad: que la prensa sea una mera invención del Estado.

Carranza ya había vislumbrado la importancia de una prensa empresarial y "libre" como instrumento de legitimación del orden constitucional. Por lo cual, si bien el Estado por sí mismo, no es el inventor de la prensa contemporánea, es, sin duda, un agente decisivo en su florecimiento, desarrollo y orientación ideológica.

No es gratuito que investigaciones ya clásicas de la prensa mexicana, como la de Secanella, afirmen que "estudiar a la prensa en México es estudiar el poder mismo en toda su expresividad" y que "en el México actual la prensa no puede separarse de la marcha del PRI"⁴⁵.

Por su parte, Fernández Christlieb ha afirmado que "la historia de la prensa mexicana es la historia de la expresión de voceros de grupos políticos o económicos, matizada por fugaces publicaciones independientes"⁴⁶.

Karin Bohmann llega a una conclusión similar al sostener que "la política periodística del Estado en la fase posrevolucionaria (...) mantuvo a los diarios dóciles al gobierno y carentes de crítica por medio de la centralización de informaciones..."⁴⁷.

José Baldivia señala que:

"En este país nadie podría decir que no existe la libertad de prensa entendida en su sentido más liberal, identificada con el de libre empresa, pero tampoco nadie con algo de conocimiento del medio puede afirmar que el Estado no ejerce un sutil pero efectivo control de los medios de comunicación por medio del abastecimiento de papel, de la regulación de la publicidad oficial, como instrumentos indirectos, y por medio de la compra de acciones de las empresas periodísticas y de la vinculación política entre personas, como instrumentos directos"⁴⁸.

El resultado de estas investigaciones se encuentra en una expresión popular que cobra la forma de un paradigma: *La prensa vendida*. Esta expresión niega de antemano la posibilidad contraria: una prensa ética. La prensa vendida sería entonces la *no-prensa*, sólo un instrumento de control ideológico, en cuyo caso, no valdría la pena siquiera querer abordar el tema de la ética periodística.

El periodista Rafael Rodríguez Castañeda, tituló *Prensa vendida* a su investigación sobre las relaciones prensa-gobierno entre 1952 y 1992. En este libro se resume la historia de cortejos, corrupción y represión a través de los cuales el poder logró una prensa sumisa e incondicional.

Es incuestionable que todo órgano periodístico responde a determinados principios y valores - sean o no explícitos - que condicionan las pautas de ética profesional con que trabajará. Nuestro problema reside entonces en preguntarnos qué factores y circunstancias han determinado la ética periodística en los órganos de prensa de la ciudad de México.

Julio Scherer sintetizó claramente la relación entre la prensa y el gobierno:

"Periodistas proclives a la adulación y funcionarios sensibles al elogio caminan por la vida con la naturalidad de las parejas bien avenidas. Matrimonio viejo, celebra su aniversario el 7 de junio, día de la Libertad de Prensa"⁴⁹.

Creemos que muchas de las manifestaciones concretas de este "romance" constituyen algunos de los principales condicionamientos de la ética periodística en la prensa mexicana.

El investigador Francisco Javier Torres, en un estudio sobre el periodismo mexicano, afirma que "si uno está de acuerdo con aquellos que expresan que el periodismo debe ser analítico, informativo, independiente, honesto, responsable y osado, entonces los medios masivos en México han desempeñado mínimamente un trabajo periodístico real. En consecuencia, el periodismo mexicano ha permanecido dominado por valores ajenos al periodismo en sí, para así sobrellevar exitosamente los vínculos establecidos con funcionarios estatales y los mismos propietarios de los medios de comunicación".

Investigaciones como las que hemos citado dan cuenta, de manera abundante, de la problemática derivada del control político de la prensa. Varios periodistas han dedicado libros a denunciar las patologías derivadas de la relación prensa-gobierno (Leñero, Scherer, Rodríguez Castañeda, Rivapalacio, Trejo Delarbre, Dornbierer, etc.), por lo que aquí sólo deberemos limitarnos a señalar en sus rasgos esenciales aquellos condicionamientos que desde nuestro punto de vista, han sido decisivos en la ética profesional del periodismo impreso capitalino.

3.2.2 El "momento" político de los diarios

Una de las pruebas más consistentes de la afinidad de intereses entre la prensa y el poder la expone Fernández Christlieb al hablar del "momento político" en que

surgen los diarios. No profundizaremos en este tema que la autora ha examinado suficientemente, pero resumiremos sus observaciones para mostrar cómo el nacimiento mismo de estos órganos informativos está determinado por factores políticos que inevitablemente influyen en la ética de su quehacer periodístico.

El Universal (1916) tiene su momento político como defensor de las tesis carrancistas y como cronista del Constituyente de 1917, además de fungir como vocero de los aliados durante la *gran guerra*.

Excelsior (1917), fue vocero del sector conservador del Congreso de 1917, vocero del grupo *Sonora* y, más tarde, sería defensor de la causa cristera. De 1933 a 1964 inicia su etapa oficiosa.

El Nacional (1929), apareció como órgano del partido oficial y mantuvo su línea progubernista hasta su desaparición en 1998.

Los diarios de la cadena García Valseca (actualmente Organización Editorial Mexicana), surgen en 1943, apoyados por las ambiciones presidenciales de Maximino Ávila Camacho.

En 1965, *El Sol de México* se integra a esta cadena con una tendencia conservadora y anticomunista. En 1973 pasa a manos del gobierno y posteriormente estaría bajo la propiedad de Mario Vázquez Raña (1978).

Novedades (1936), tiene su momento político al convertirse en instrumento de campaña política de Miguel Alemán (1948) y, de este forma, pasaría a formar parte de los negocios familiares del ex presidente y de un sector propietario de otros medios de difusión.

El Día (1962) apoya la política del presidente López Mateos de quien recibe ayuda directa, y mantiene una línea editorial nacionalista y crítica en política internacional, aunque, en términos generales, ha sido favorable al gobierno.

El Herald de México (1965), coincide en su nacimiento con el ascenso de presidencial de Díaz Ordaz y permanece fiel a la postura ideológica del sector empresarial Privado.

El análisis de Fátima Fernández sobre los "momentos políticos" sólo aborda a los mencionados diarios, por lo que sería necesario determinar en qué medida se cumple este fenómeno en periódicos de posterior aparición (*Uno más uno, La Jornada, El Financiero, El Economista, Reforma*).

La tesis de Fernández coincide, en lo esencial, con la de Granados Chapa quien sostiene que "cada sexenio aparecen uno o dos diarios al influjo del presidente en turno o de sus valido, de igual manera que desaparecen uno o dos surgidos en el sexenio anterior"⁵⁰.

Fernández considera que "una vez cubierto el objetivo para el que fue fundado, el periódico permanece y se mantiene por auspicio gubernamental en dinero o en especie". Puntualiza también que los diarios pueden tener un segundo momento político que los revitaliza o que los convierte en periódicos irrelevantes, Una tercera posibilidad es que un grupo económico mantenga al diario como una empresa más y se sirva de él como tribuna de sus intereses⁵¹.

Por nuestra parte, consideramos que no es fácil ofrecer una visión homogenizadora del perfil de los grandes diarios de la ciudad de México, pues la existencia y permanencia de cada uno responde a su historia y desarrollo particular, que está determinado por circunstancias políticas y económicas específicas.

Los órganos de prensa son entidades que están sujetas a múltiples cambios y condicionamientos. Sus intereses y su política informativa y editorial pueden cambiar o redefinirse ante diversas circunstancias.

Los diarios están sujetos a un permanente juego de intereses que provoca reorientaciones, variaciones e incluso contradicciones dentro de su política editorial e informativa.

La realidad política cambiante hace también cambiar la postura de los diarios. Las relaciones de los propietarios con el gobierno tampoco son unívocas y estáticas, son complejas, vertiginosas y contradictorias. Los diarios no sólo tienen un momento político o dos, tienen que asumir permanentemente posturas políticas y tener una presencia dentro del mercado informativo.

Las fuentes económicas que sustentan al diario también determinan los cambios de postura y la orientación ideológica frente a determinados problemas.

Aun las posiciones personales de los dueños de las empresas periodísticas son instancias decisivas en el perfil ideológico del diario. Un cambio de propietario casi siempre se acompaña de un cambio de orientación editorial.

Por no ser un objeto de consumo imprescindible para una sociedad con pocos hábitos de lectura, los diarios siempre tienen una existencia frágil o, al menos, rodeada de amenazas a su permanencia. Sus fuentes de subsistencia difícilmente están garantizadas por completo.

En medio de tantos condicionamientos, la ética de los periodistas se encuentra igualmente vulnerable y expuesta a las condiciones cambiantes de los diarios. Sólo una poderosa conciencia de los ideales profesionales puede sostener el afán de ejercer con ética el periodismo.

Si, conforme a la tesis de Fernández, los diarios de la ciudad de México han aparecido generalmente en un "momento político" o lo han tenido durante su existencia, entonces podríamos afirmar que estos órganos de prensa se encuentran políticamente condicionados, muchas veces, desde su nacimiento. En consecuencia, su ética periodística, se encuentra limitada por la subordinación al grupo de poder al que sirven.

No obstante, estimamos que la ética de los periodistas no se puede constreñir únicamente a la obediencia de los intereses de los dueños de los diarios. La lucha por un ejercicio ético del periodismo debe darse justo en medio de las más graves

limitaciones. De lo contrario, la *ética del periodismo* sólo equivaldría a la obediencia y al sometimiento.

3.2.3 La dependencia económica del gobierno

Se ha dicho que el primer deber ético de la prensa es su independencia económica, pues ésta determina su independencia periodística.

Esta afirmación hace referencia a un condicionamiento fundamental de la ética periodística. De sus fuentes de subsistencia depende en gran medida la orientación político-ideológica del órgano informativo. No obstante, tampoco la independencia económica es garantía de una actitud ética, sólo es una condición que la favorece.

Estimamos que las condiciones materiales que permiten la creación y sostenimiento de una empresa periodística son determinantes en la definición de los valores éticos que éste asume. Sin embargo, esperar que un periódico sea en forma absoluta independiente -política y comercialmente puro-, es imposible. Todo órgano informativo requiere de recursos financieros que hagan posible su existencia.

Pero ello no implica afirmar que todo diario se encuentra de antemano comprometido o corrompido de forma tal que le sea imposible aspirar a ejercer un periodismo ético.

El problema de conciliar la independencia económica con la independencia periodística es uno de los problemas éticos centrales que ha enfrentado el periodismo.

Rafael Segovia dice que "si en México hay una prensa periódica es porque el Estado la apoya casi incondicionalmente y se muestra dispuesto a correr a ayudarla cuando la ocasión lo requiere"⁵².

Esta afirmación ilustra nitidamente el papel del gobierno como *salvador* y protector de las empresas periodísticas. Se evidencia al mismo tiempo el esquema de relaciones entre empresarios y gobierno: la asistencia mutua, la interdependencia.

Cosío Villegas nos daba un panorama más delicado aún: "...la gran mayoría de las publicaciones periódicas carecen de base económica para sustentarse por sí mismas y en consecuencia, su supervivencia recae enteramente en la ayuda oficial, que toma desde la forma inocente de la compra de un número considerable de suscripciones, o de anuncio innecesario del propio gobierno o de las empresas semioficiales, hasta las más insidiosa del subsidio en dinero contante y sonante destinado a pagar salarios, materia prima, etc." ⁵³.

La intervención económica del gobierno en la prensa adquiere así múltiples formas y presencias. Es un intrincado sistema nervioso que penetra finalmente hasta los rincones de una redacción.

Entre las modalidades de dependencia económica de carácter formal se encuentran: la publicidad oficial, los créditos bancarios para renovación tecnológica e insumos, los créditos para la adquisición de papel, los descuentos en la franquicia postal. Entre las modalidades informales se hallan: las subvenciones ocultas a la prensa, las compensaciones o pagos extraordinarios a periodistas (*embutes*), las partidas presupuestales destinadas a gastos de difusión, el suministro de recursos financieros por parte de grupos políticos o personajes del poder público.

Las formas en que el Estado ayuda a la prensa, de acuerdo con la tipología que establece Ernesto Villanueva ⁵⁴, son:

A. Ayuda directa: los ingresos económicos directos que lleva el Estado a las empresas periodísticas.

B. Ayudas indirectas: ingresos económicos que el estado deja de percibir y que devienen en un beneficio económico para las empresas periodísticas.

Para este autor, la ayuda del Estado no debe suponer dependencia de la prensa respecto a la poder público. Antes bien, ésta ha de ser un estímulo a la libertad de prensa y la pluralidad informativa, siempre y cuando las ayudas estén dotadas de un fundamento legal y se definan claramente los criterios de asignación.

Aunque formalmente la ayuda económica del Estado mexicano a la prensa se ha justificado como una garantía de la libre expresión e información, en gran medida el propósito real de esta ayuda ha sido la corporativización de los órganos informativos.

Muchas de las formas ilegales de ayuda de los órganos públicos a la prensa escaparían enteramente a la clasificación propuesta por Villanueva. Más aún, debemos considerar que la ayuda económica del Estado se ha asignado muchas veces en forma discrecional y sin una base legal que justifique y garantice la pluralidad de órganos informativos y, no solamente, la concentración del poder en las grandes empresas periodísticas.

Frente a este panorama no podemos dejar de considerar la ayuda económica del gobierno como un condicionamiento crucial en la ética periodística de la prensa capitalina.

En México, tradicionalmente, el gobierno ha subvencionado periódicos para que favorezcan, legitimen o defiendan la ideología, el proyecto político-económico o la permanencia en el poder del grupo gobernante.

Si bien la prensa de la posrevolución se caracteriza por transitar de su carácter puramente doctrinario al comercial, no es posible afirmar que este hecho haya propiciado una independencia completa del poder en lo económico.

Por el contrario, la industria periodística no podía prescindir de la ayuda del gobierno, especialmente en materia de insumos, como se pondría de manifiesto frente a las crisis de producción de papel a nivel mundial.

Por otro lado, la gran prensa no se estaba desarrollando en un clima de amplias libertades económicas. Por el contrario, lo hacía bajo un esquema de desarrollo en que el Estado constituía el principal agente conductor de la economía.

3.2.4 El papel de la PIPSA

Una de las manifestaciones más contundentes de la ayuda del gobierno a la prensa fue la creación de la Productora e Importadora de Papel, S.A., en 1935.

Cárdenas afirmó que la PIPSA tendría el propósito de "fomentar mediante el abaratamiento del papel, los diversos aspectos de la obra cultural que con la imprenta cabe realizar"⁵⁵.

Con indiscutible valor social por los propósitos que la orientan, esta empresa, que controlaría la producción e importación de papel que usaban los periódicos, simboliza también la forma en que el Estado se convierte en el protector de la libertad de prensa.

Silvia González Marín dice que la PIPSA, más que un mecanismo de represión, ha sido un apoyo a los editores a partir de lo cual se ha ejercido un control sutil⁵⁶.

La PIPSA también ha encarnado la alianza de intereses entre el gobierno y los empresarios del periodismo. Desde su fundación -dice Bohmann-, el 51% de las acciones pertenece a los editores y el 49% restante está en manos del gobierno⁵⁷. El presidente de esta paraestatal ha sido el respectivo Secretario de Gobernación.

La importancia de la PIPSA reside en haber contribuido al crecimiento de la prensa al suministrar papel a precios bajos. Pero, según la misma Bohmann, representa un medio de presión estatal sobre la prensa, ya que por motivos políticos se le puede negar el suministro de papel a periódicos *mal vistos*⁵⁸.

La PIPSA también representó la oportunidad para que el presidente subrayara su benevolencia: "Recojo, señores periodistas, las aspiraciones de la prensa nacional a fin de que se establezcan fábricas de papel periódico, con producción suficiente para satisfacer sus actuales necesidades", afirmaba Adolfo Ruíz Cortines en 1952, ante las demandas de editores y directores de periódicos de ayuda en el suministro de papel.

Al terminar el contrato de PIPSA en 1965, los editores piden a Díaz Ordaz una prórroga que fue concedida; sin ésta, periódicos endeudados con la empresa como *El Día* y *El Nacional*, hubiesen tenido que cerrar.

En 1969, Díaz Ordaz declaraba su intención de cancelar el contrato con PIPSA y la posibilidad de que los editores decidieran su continuidad. Mediante esta táctica política se prorrogaría nuevamente el contrato en 1970.

Algo similar ocurría durante la gestión de Carlos Salinas, cuando se propone la desincorporación de la PIPSA, al abrirse la libre importación de papel.

Salinas señala en 1991: "es así como se ha dado la mayor transparencia al suministro de papel periódico al plantearse en su momento la eventual desincorporación de la PIPSA que no fue aceptada por los editores, pero sobre todo al terminarse con las prácticas inhibitorias abriéndose el mercado nacional a la libre importación del papel periódico"⁵⁹.

La permanencia de PIPSA demostraría que el vínculo de dependencia que en esta materia sostiene la prensa no sería fácil de disolver.

La monopolización del abastecimiento del papel periódico, al decir de Villanueva, constituyó el "contexto ideal para que el Ejecutivo Federal estuviera en condiciones de poder utilizar el abastecimiento de papel periódico como una eficaz arma de presión para disuadir a las expresiones periodísticas más críticas al gobierno y sus instituciones, pues el dilema para los medios impresos no era menor: o reducir el nivel de crítica o condenarse a la inexistencia ante la ausencia de oportunidades viables de abastecimiento de papel periódico"⁶⁰.

A partir de lo anterior, nos parece clara la forma en que repercute la PIPSA en la ética del periodismo impreso.

Tras varios anuncios y tentativas de desincorporación de PIPSA, el 13 de junio de 1998 apareció la convocatoria para adquirir los títulos representativos del capital social de esta empresa. Aunque, dada la política de privatizaciones que ha seguido en general el aparato estatal, se planteaba como inevitable la venta de PIPSA, cabe preguntarse si hubiera habido lugar para una discusión sobre una reorientación de la empresa hacia fines sociales y la posibilidad de crear instrumentos jurídicos para seguir criterios equitativos en los servicios que prestaba esta empresa.

Si bien PIPSA fue un factor importante en el sustento y crecimiento de la prensa, no se puede dejar de lado que también ayudó a crear una atmósfera favorable a los intereses políticos del gobierno provocando una actitud de agradecimiento de los empresarios periodísticos hacia el poder.

Es indudable que en la intrincada red de hilos que contribuían a mantener el control político de la prensa, la PIPSA, aún de manera sutil, jugó un papel importante en las orientaciones de la prensa que comprometieron su deontología.

3.2.5 La publicidad oficial

El presupuesto público ha constituido un sistema de estímulos, recompensas y sanciones para la prensa mexicana mediante el cual los órganos del Estado han intentado orientar el sentido de la formación de la opinión pública⁶¹.

Esta premisa nos permite analizar la función de la publicidad oficial como condicionante en la ética periodística de la prensa capitalina.

Si, en su conjunto, la publicidad es la principal fuente de financiamiento de los diarios mexicanos, especialmente lo ha sido la publicidad estatal o política.

Según cálculos generales, la publicidad de las empresas estatales y paraestatales representaba (1990) entre el 30% y el 50% de la publicidad total de la prensa. Aquí se debe considerar que los precios de la publicidad oficial en los diarios son más elevados que los de la publicidad comercial.

En promedio, el 35% de la publicidad de los diarios la encargan dependencias o empresas estatales⁶².

Tomando en consideración las altas percepciones por este concepto, podemos advertir que la publicidad oficial ha sido el elemento crucial en la subsistencia de los diarios.

Es incuestionable que, en muchos casos, los periódicos no podrían subsistir sin la publicidad gubernamental.

Secanella escribe: "El gobierno utiliza la publicidad discrecionalmente para premiar a los medios que le son más favorables o para cooptar a los que considera venales". La autora añade que: "dentro de la racionalidad política, el presidente tiene el poder de decisión para dirigir el erario nacional hacia los medios que quiera"⁶³.

Esta apreciación nos parece que puede ser confirmada con las palabras del ex presidente López Portillo cuando se enfrentaba a este problema:

"Los directores de los diarios están quejosos, se les ha disminuido la publicidad oficial y están perdiendo. No quieren verme juntos, sino separados. Algunos pintan de amarillo sus periódicos. Les voy a dar un jalón pues es incongruente que si viven del Estado, no sirvan al pueblo"⁶⁴.

Es humillante la imagen que tenía el presidente la dignidad de los editores: "golpean su fuente de alimento". Según esta apreciación ¿qué ética podría haber en un limosnero? En el fondo, se exige un comportamiento periodístico oficial a las publicaciones periódicas.

A propósito, Heberto Castillo opinaba: "Antes pensábamos que el gobierno pagaba publicidad para dar a conocer sus productos, sus servicios, no para comprar conciencias"⁶⁵.

Martínez de la Vega, consideraba que "si se retira esa publicidad gubernamental a quien no se considera obligado por ello, a elogiar cuanto el gobierno hace u omite, tendremos que pensar todos que esa publicidad oficial viene a ser, en realidad, el 'embute', con el que se ganan las buenas voluntades"⁶⁶.

A esta circunstancia lesiva para la libertad y, por lo tanto, para la ética periodística de los diarios, se debe agregar el papel del periodista como agente publicitario, lo cual compromete delicadamente su ética profesional.

El 22 de diciembre de 1992, la Secretaría de Gobernación, la de Hacienda y la Contraloría emitieron los "lineamientos para la aplicación de los recursos federales destinados a la publicidad y difusión, y en general, a las actividades de comunicación social", en el cual se señala que las erogaciones destinadas a estos fines debe:

- Limitarse exclusivamente al desarrollo de los programas de difusión e información o promoción interna o externa de las dependencias o entidades (artículo cuatro).
- Seleccionarse diarios o revistas de amplia circulación y cobertura, de tal manera que se garantice que la información respectiva llegue a las personas que está destinada⁶⁷.

Ernesto Villanueva pone en duda la eficacia normativa de estas medidas por ser normas jurídicas del menor nivel jerárquico, por carecer de sanciones a las conductas contrarias y porque no establecen criterios objetivos para seleccionar publicaciones pertinentes para recibir publicidad oficial.

De esta forma, prevalece la discrecionalidad en los criterios de selección, montos, periodicidad y autorización por parte de los funcionarios de comunicación social de las dependencias públicas.

En febrero de 1998, el Diario Oficial dio a conocer que las partidas destinadas a la publicidad gubernamental han sufrido una severa disminución⁶⁸. Esta situación,

según el mismo Villanueva, sacrificaría los valores deontológicos de la profesión periodística, pues al reducirse el universo de apoyos, los editores buscarían a toda costa ganar la publicidad gubernamental o comercial, en detrimento de la ética profesional.

Otra importante fuente de ingresos para los diarios la ha representado el sistema de inserciones pagadas o *gacetillas*, es decir, la publicidad política redactada como información periodística.

Los precios de ésta publicidad son más del triple de costosos que los de la publicidad comercial general ⁶⁹ y se negocian directamente. Las inserciones pagadas generalmente no pueden distinguirse de la información del diario.

Este problema ha sido uno de los más delicados en la ética de la prensa mexicana, pues la calidad informativa que llega al lector se ve seriamente afectada y vulnera también su derecho a la información.

Ello es también lesivo para la ética profesional por cuanto el periodista funge como intermediario (pues recibirá una comisión por ello) en aras de asegurar ingresos adicionales al periódico, sacrificando así la información crítica.

Las comisiones publicitarias están previstas en algunos contratos colectivos de trabajo como el caso de los diarios *Novedades*, *El Nacional* y *la Jornada*, en virtud de que constituyen fórmulas compensatorias por los bajos ingresos que perciben los reporteros ⁷⁰.

No obstante, se vislumbra como algo necesario que a través de un marco legal se puedan establecer criterios que permitan conciliar la necesidad de ingresos complementarios para los periodistas con la dignidad profesional del gremio.

3.2.6 La información oficial

Una de las formas más importantes en que se ha orientado el contenido de la información periodística en los diarios es a través de los órganos gubernamentales de comunicación social y las oficinas de prensa.

Es relevante considerar la influencia de estas entidades sobre la ética periodística en la prensa capitalina pues, en gran medida, a través de los boletines de prensa y comunicados oficiales se ha conducido y restringido la libertad de las empresas periodísticas para investigar y obtener información de fuentes variadas.

Pero, por otra parte, han sido los propios órganos de prensa los que han mantenido la pasividad periodística al preferir que sus reporteros se conformen con las versiones oficiales de las actividades gubernamentales, por ser conveniente a los intereses políticos y económicos de la empresa.

El sistema de control informativo a través de las dependencias públicas y sus oficinas de prensa, ha representado una fuente de vicios y corrupción en la práctica del periodismo que afecta sensiblemente la ética de la profesión.

El problema de la información oficial se origina en el afán de los gobiernos revolucionarios de contar con organismos que centralicen, den coherencia y unidad a las informaciones que emiten las entidades públicas.

Durante el régimen de Lázaro Cárdenas se creó el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP). En opinión de diversos investigadores este organismo fue decisivo en la corporativización de la gran prensa.

Para González Marín, el DAPP, inauguró un tipo de relación directa entre la prensa y las instancias gubernamentales que más tarde desembocaría en las prácticas de compensaciones que operan como subsidios y el auspicio de los medios afines al gobierno⁷¹.

De acuerdo con Bohmann, Cárdenas, al establecer el DAPP amplió los instrumentos de control del Estado y sus sucesores "habrían de pulir más ese sistema de control"⁷².

Ávila Camacho crearía la Dirección General de Información y, bajo el gobierno de Miguel Alemán, se establecen los departamentos de prensa de cada dependencia gubernamental.

Es precisamente en el régimen alemanista cuando se acendran las prácticas de corrupción en el periodismo, por lo que se puede establecer el estrecho parentesco entre las oficinas de prensa, los boletines de prensa y las formas de compensación conocidas como *embute*.

Las oficinas de prensa han funcionado como fuentes básicas del caudal de información gubernamental que ofrecían los diarios. El boletín de prensa constituye la unidad fundamental por la cual se han transmitido las versiones oficiales de los acontecimientos.

García Orosa nos habla de la forma en que opera el boletín:

"El boletín es el medio socorrido en las oficinas de prensa. En él no cabe la interpretación personal del reportero que lo recibe. Además cuenta con la ventaja de que dispone de la palabra escrita y por ello no se valen las interpretaciones. Lo dicho, dicho está. Si acaso un reportero puede añadir un antecedente o hacer un comentario, pero citando otra fuente que no sea el boletín. Lo más común, sin embargo, es que el reportero se limite al boletín, sin ponerse a pensar que pueda haber una contradicción entre lo asentado en éste y declaraciones oficiales de la dependencia que emita el boletín"⁷³.

Esta sumisión del diario ante los mensajes oficiales ha ocasionado que se cometan graves errores periodísticos como las "torpes profecías", es decir, que se publiquen noticias sobre acontecimientos que todavía no ocurren.

Los boletines de prensa han lesionado la ética del periodismo en varios sentidos:

-Limitan el derecho de información del ciudadano en tanto los mensajes que éste recibe a través de los diarios son un producto pre-fabricado en los órganos de gobierno que presentan una interpretación de la realidad acorde con determinados intereses políticos.

-No ofrecen una información completa de los acontecimientos, pues se limitan a una sola fuente y el contenido de las notas es, evidentemente, parcial y limitado.

-Aunque por su contenido, están más cercanos a la propaganda, los boletines, normalmente son presentados como notas informativas.

-Inhiben la posibilidad de que el periodista practique el equilibrio informativo, al cancelar la posibilidad de que busque en fuentes variadas, limitando así su capacidad de investigación.

-Constituyen una barrera que, de antemano, obstaculiza al reportero el acceso a informaciones que exijan mayor profundidad o complementación y, en este sentido, obstruye la libertad de información.

-Generan relaciones de complicidad entre las fuentes gubernamentales y los periodistas, en las cuales, el soborno se convierte en una práctica común.

Si bien las dependencias públicas constituyen una fuente de información primordial para el periodista, y el gobierno debe difundir sus propias informaciones, el problema también ha recaído en el uso que han hecho de los boletines los propios diarios y los periodistas.

Ibarra de Anda aduce que "los boletines de prensa constituyen para los periodistas una indispensable fuente de información ya que de otra manera, debido a la gran carga laboral que tienen, no podrían cumplir con sus tareas. El problema más bien consiste en que la mayor parte de los periodistas no hace un uso adecuado de los boletines"⁷⁴.

En este sentido, el boletín posee utilidad como punto de referencia o guía para la investigación y el tratamiento periodístico, pero no como único recurso.

Estas inercias profesionales se explican también en la medida en que el propio diario y sus directivos manifiestan poco interés en ofrecer informaciones que vayan más allá de los contenidos oficiales por convenir así a los intereses políticos de los dueños.

El boletín ha sido, pues, una información de facturación barata, cómoda y que además asegura la subsistencia del diario a través de las buenas relaciones con el gobierno.

3.2.7 Las compensaciones económicas a periodistas

Quizá el punto más sensible al hablar de la integridad profesional, y de la condición laboral de los periodistas en la prensa mexicana, sea el soborno. Recibe dos nombres tradicionales en nuestro país: *embute* y *chayote*.

El *embute* o *sobre* ha trascendido el argot periodístico para convertirse, popularmente, en el símbolo de la relación entre la prensa y el gobierno. Periodistas y funcionarios corruptos son dos personajes arquetípicos y casi folclóricos en nuestra sociedad, que parecían estar destinados a vivir eternamente unidos.

Nos atreveríamos a sugerir que en esta práctica se encuentra la herida más grave a la ética del periodismo mexicano, que parece que no termina de cerrar en tanto las condiciones laborales de muchos periodistas sigan siendo lesivas a su dignidad e integridad profesional.

El periodista Elías Chávez cuenta el origen de este mecanismo ilegal de compensación salarial:

"El chayote florece a su máximo esplendor desde que Gustavo Díaz Ordaz institucionalizó su irrigación. Mientras el entonces presidente de la República pronunciaba un día de 1966 el discurso inaugural de un sistema de riego en Tlaxcala, entre los reporteros corría la voz ¿Ves aquel chayote? Están echándole agua. Ve allá.

Allá, semioculto por la trepadora herbácea, un funcionario de la presidencia, entregaba el chayote, nombre con el que desde entonces se conoce el embute en las oficinas de prensa. Tan popular se volvió que su entrega dejó de ser oculta"⁷⁵.

Aunque esta anécdota tiene matices mitológicos, bien sirve para explicar el origen del *chayote*.

Michel atribuye el descubrimiento del "embute" a Don Guadalupe Victoria⁷⁶, con lo cual parece decirnos que esta práctica es consustancial al poder en México.

Julio Scherer dice que esta "institución longeva" cobró auge durante el sexenio de Miguel Alemán. "Desde entonces dice -fluye el dinero como río subterráneo hasta directores de periódicos, reporteros, columnistas, caricaturistas, fotógrafos. Pero de eso no se habla, como no se habla entre personas bien educadas de una enfermedad sucia"⁷⁷.

El periodista Luis Alberto García Orosa nos ofrece la definición de lo que irónicamente llama *su majestad el embute*: "consiste en una cantidad que recibe el periodista mensualmente y además, entre otras sumas, por cubrir algún acto, que percibe de manos de jefes de prensa de instituciones oficiales"⁷⁸.

Villanueva señala que el *embute* consiste en un estipendio mensual como ingreso complementario que recibe una buena parte de los periodistas-reporteros de su fuente informativa⁷⁹.

Secanella subraya: "el objetivo es claro; se paga al periodista para que hable o bien silencio lo que las instituciones y funcionarios hacen durante seis años de poder incontestado"⁸⁰.

Orosa también nos describe su forma de operación: "se elabora una lista con el nombre de cada uno (de los reporteros), por determinada suma que entrega el propio jefe de prensa (...) o la persona que éste designe"⁸¹.

Proveniente de las entrañas del poder, el *embute* también encuentra periodistas que siempre están dispuestos a reclamarlo.

Eliás Chávez comenta:

"Sin negar que muchos colegas no sólo reciben, sino que exigen embutes, también es cierto que muchos jefes de prensa, publirrelacionistas, asesores e intermediarios inflan las listas y se embolsan el dinero destinado a los periodistas"⁸².

Para Reyes Velázquez, el embute es recibido por algunos periodistas como parte de su paga normal. Pero existe también el chantajista que se dedica a presionar. Ese chantajista -dice- tiene facilidad de buscar a quien tiene 'cola que le pisen'⁸³.

Cabe mencionar que para algunos periodistas el embute no constituye una forma de soborno ya que, según ellos, éste no compromete su trabajo periodístico.

El gobierno -denunciaba Henestrosa- financia los sueldos de muchos periodistas que simultanean su trabajo de redactores con el de funcionarios más o menos ausentistas. "Estos reciben sueldos -hay que llamarlos de alguna manera- como ayudantes, achichincles, llamándoseles 'asesor' o 'consejero'⁸⁴.

Se debe subrayar que si bien los reporteros, por sus precarios sueldos, son el sector más vulnerable a los sobornos, no es una práctica exclusiva de este sector del periodismo. También las demás jerarquías periodísticas han participado de esta forma de corrupción.

Especialmente proclive al soborno ha sido el trabajo de los columnistas políticos. Las características peculiares de este género que admite la conjetura, el comentario, la anticipación y el tono confidencial, lo hacen -si es válido decirlo así-, el género periodístico corrompible por excelencia.

Aunque, no por ello, hemos de desconocer que la columna política es también un género chispeante y audaz con una función crucial en el análisis de los sucesos y , menos, debemos olvidar que en este género se han desarrollado algunos de los periodistas más críticos y talentosos de la prensa mexicana.

Hay columnas, sin embargo, que constituyen el negocio particular de quien las escribe.

Granados Chapa explica que el columnista compra el espacio del periódico, como si fuese anunciante y cobra las *menciones* políticas de manera explícita o implícita, le pone precio a la línea ágata. Las columnas políticas constituyen, como diría Salvador Novo, un *atraca-servicio* periodístico.

Y, en alusión a Novo, agregaríamos que se convierten en un *ataca-servicio* periodístico, tal como si se contratara a tiradores profesionales. Las columnas son, a la vez, negocios económicos y políticos.

El propio Granados analiza la forma de operación de la columna política y concluye que los funcionarios y los periodistas se hacen un servicio recíproco: el funcionario favorece al columnista con información privilegiada respecto a un hecho que va a ocurrir permitiéndole así que el periodista se anote un éxito profesional. Pero este favor se paga con otro favor inverso que consiste en que el periodista le meta un *zancadilla* a otro funcionario con el que tiene dificultades.

Rafael Segovia opina que "contrariamente a cuanto se piensa no es la corrupción- el embute- lo que mueve en primer lugar al columnista. La información es su razón de ser y la base de su influencia y fuerza..."⁸⁵, pues gracias a ella pueden abandonar la necesidad de vivir de dádivas y favores.

Por nuestra parte, consideramos que cualquier forma de intercambio, remuneración o servicio prestado que comprometa la dignidad e integridad del periodista constituye una forma de soborno.

Sobre el antiguo problema de las columnas políticas, el articulista Ezra Shabot señala que "cada vez más, las columnas políticas en las que en un lenguaje críptico los distintos miembros de la clase en el poder se enviaban mensajes, o incluso se difamaban, han ido perdiendo fuerza en la medida en que la apertura informativa y el propio proceso democrático volvieron inservibles ese tipo de prácticas que hoy carecen de sentido".

Sería deseable también que las transformaciones democráticas que comienzan a verificarse contribuyeran a desterrar la ancestral práctica del embute, sobre la cual Scherer resume sin vacilaciones:

"No ha cambiado mi manera de pensar. El protagonista del embute es el sistema, que enriquece a quien mejor le sirve y mientras más le sirve más le enriquece. País de poder concentrado en la cúspide, infiero, deduzco, creo firmemente que el embute se gesta en la Presidencia de la República y se filtra de arriba hacia abajo por las mil venas y arterias del gobierno"⁸⁶.

En los citados "Lineamientos para la aplicación de recursos federales destinados a la publicidad y difusión" se contemplan aspectos íntimamente vinculados con el problema del soborno, como son:

- Evitar erogaciones para sufragar los gastos de reporteros y periodistas
- Abstenerse de autorizar la aplicación de recursos asignados al pago de viáticos y pasajes.
- Efectuar pagos en cheques nominativos por cualquier concepto de las partidas citadas (propaganda, publicaciones oficiales, servicios de telecomunicación, otros gastos de difusión e información), independientemente del monto de los mismos.

Se ha cuestionado ya la efectividad normativa de estos lineamientos.

Es un hecho que los crecientes recortes presupuestales en las dependencias de gobierno plantean un nuevo esquema en el que los periódicos no pueden seguirse nutriendo del aparato público en la misma magnitud en que lo hacían en el pasado.

Consecuentemente, podemos suponer que la subsistencia de los órganos de prensa recae muchas veces en una política de bajos salarios.

Por largo tiempo el embute ha tenido la función de llenar un vacío dejado por los dueños de los periódicos que, al pagar sueldos precarios, obligan a los reporteros a buscar y aceptar estas compensaciones económicas.

Se ha institucionalizado o "legitimado" al *sobre* como una reivindicación gremial, una compensación o, quizá como un "derecho". Es un mecanismo que permitió por largo tiempo una relación funcional entre prensa y gobierno.

Aunque en el fondo el embute es un problema político y laboral, no podemos dejar de contemplar la dimensión exclusivamente ética del problema en la medida en que los periodistas también se han hecho cómplices de la corrupción del gobierno y de los empresarios periodísticos.

No puede esperarse que la integridad de los periodistas se consolide en tanto no exista completa claridad en las relaciones entre el gobierno y la prensa, ni exista una mayor seguridad laboral para los periodistas.

Asimismo, la profesionalización del periodismo, una preparación y especialización constantes, contribuyen a preservar la integridad en el ejercicio profesional.

3.2.8 Los propietarios

Manuel Buendía elaboró una tipología de los empresarios periodísticos. Distinguió entre aquellos que son "periodistas auténticos, de estirpe, por vocación, por aptitud, por entrega" y la clase de empresarios que pueden dividirse en tres especies:

- 1."La del hombre sencillo y rupestre(...) que de pronto adquiere un periódico porque se imaginó o alguien le dijo que era buena inversión..."
- 2."la del negociante que adquiere uno o varios periódicos y revistas como puntal para otro tipo de negocios..."
- 3."La del delincuente, dentro y fuera de los negocios, que establece un periódico porque él -archimillonario al fin- desea comprar impunidad y respetabilidad social.

Además claro, de poder cumplir a través del periódico, unas cuantas venganzas"⁸⁷.

¿Cuál de estas tres tendencias es la que ha dominado entre los propietarios de la prensa mexicana? Es difícil decirlo con certeza porque no es posible encerrar en uno de estos arquetipos a un empresario que, posiblemente, comparte rasgos de los tres o que, en medio de las complejas circunstancias políticas debe asumir distintos comportamientos.

Por lo que se refiere a los "*auténticos periodistas*", podemos advertir que éstos han sido, sin duda, excepcionales y, generalmente, no ocupan el estatus de propietarios, sino que acaso, fungen como directivos. Pero con frecuencia, los periodistas-propietarios se ven precisados a asumir también las actitudes pragmáticas y mercantilistas de los empresarios.

García Orosa dice que los propietarios de la llamada "prensa grande" son "gente opulenta que, si bien aparecen como directores generales, en realidad le dedican sólo parte de su tiempo al periodismo. Son individuos que viajan constantemente a Nueva York o a París y que utilizan el diario sólo como desfogue a sus inclinaciones o para servirse de él cuando sus otros negocios corren algún peligro"⁸⁸.

Cosío Villegas decía que "no faltan propietarios que sostienen a pérdida publicaciones periódicas porque les sirven como medio de obtener del gobierno apoyos para empresas de otra índole (bancarias, comerciales o industriales) que son el verdadero origen y sostén de las considerables fortunas de esos empresarios metidos sólo incidentalmente a periodistas"⁸⁹.

Son frecuentes los casos de propietarios que se asumen como verdaderos periodistas e intervienen directamente en el trabajo editorial. Baste recordar, como ejemplo, la afirmación de Mario Vázquez Raña, propietario de la Organización Editorial Mexicana:

"Al cien por ciento. Yo hago el periódico. Aquí suben el subdirector, el director regional, el vicepresidente, a las ocho de la noche, y aquí tomo las decisiones. Casi se puede decir que yo lo formo: esto aquí, esto aquí, esto aquí"⁹⁰.

Esta visión absolutista o caciquil de la dirección de un diario es uno de los factores que más han afectado la ética profesional en el periodismo impreso, pues los intereses del dueño tienden a invalidar, desvirtuar o anular el trabajo de los directivos y periodistas.

Si bien la dinámica del trabajo periodístico no permite una estructura organizativa completamente democrática en la toma de decisiones de un diario, sí es un imperativo un mayor respeto y libertad por parte de los propietarios hacia los directivos y de éstos hacia los periodistas, como base de una actitud ética en el periodismo.

Trejo Delarbre apunta que "aun en el caso de los periódicos que están organizados como cooperativas, son los patrones o directores quienes dictan unilateralmente la política del diario"⁹¹.

El surgimiento de diarios con una actitud más crítica hacia el gobierno y más abierta hacia la sociedad, ha traído también modificaciones en las formas de dirección de la empresa periodística que son menos rígidas e incluso cuentan con algunos mecanismos democráticos, como es el caso de *La Jornada*, donde el director es electo.

Se hace necesaria una estructura organizativa en los órganos de prensa que permita una mayor participación del periodista en las decisiones de la empresa, especialmente, en aquellas que definen la política editorial e informativa. Ello no implica necesariamente un antagonismo entre los intereses de los propietarios y de los periodistas.

La democratización interna de las empresas periodísticas es una condición necesaria para que puedan abrirse las posibilidades a los mecanismos autorregulatorios y propiciar el cumplimiento de los principios éticos del periodismo.

No es posible que la ética profesional florezca en una empresa que se maneja con pautas y estructuras sumamente autoritarias.

Algunos diarios europeos (*El País*, *Le Monde*), han encontrado en los consejos redaccionales, la elección democrática de los directivos y la elaboración estatutos de redacción, fórmulas que favorecen la adopción de normas de ética profesional. Se busca, de esta forma, suplir los mandatos del dueño de la empresa que hacen las veces de directrices éticas. Estos mecanismos de dirección buscan hacer compatibles los intereses de los dueños o accionistas del diario con los deberes profesionales de los directivos y periodistas.

3.2.9 La condición laboral de los periodistas

Son conocidas las precarias y difíciles condiciones laborales bajo las cuales han desempeñado sus tareas muchos periodistas-reporteros a lo largo de la historia.

Desde el surgimiento del periodismo industrial en México se ha visto al reportero como un intelectual de baja categoría que tiene la oportunidad de ser compensado por sus bajos sueldos con prebendas, regalos, retribuciones y privilegios diversos.

Además, se ha construido el prototipo romántico del reportero que trabaja "por amor al arte", a la justicia y a la verdad, sin importar sus condiciones materiales de trabajo, ni su seguridad laboral.

Si bien es cierto que los ideales de servicio son los que dan su sentido ético al periodismo, éstos no pueden cultivarse ni desarrollarse en medio de graves limitaciones económicas con las que deben trabajar muchos periodistas.

A lo largo de este siglo, la figura del periodista ha estado asociada a la imagen de un individuo corrupto, extorsionador, influyente, manipulador y, muchas veces, un prepotente que abusa de su posición dentro del "cuarto poder" para presionar, amenazar y obtener beneficios personales.

Por sus características peculiares y la diversidad de funciones que caben en la profesión, no siempre se ha podido formar una conciencia clara del periodista como un trabajador de la información.

Al ejercer un trabajo fundamentalmente intelectual, el periodista no siempre se concibe a sí mismo como un asalariado más, como un trabajador que presta sus servicios.

En general, el periodístico es un sector profesional poco organizado, que con frecuencia carece de conciencia profesional y solidaridad gremial. Esto se debe, en gran parte, a la adhesión que el periodista debe mantener ideológicamente con su empresa, en función de su relación laboral, o bien, porque el espíritu individualista y de competencia favorece también la obtención de beneficios personales y negocios por los que el periodista obtiene ingresos adicionales.

En su libro, *Mordaza de papel*, la periodista Leticia Singer recoge la opinión de 18 destacados periodistas, casi todos de la prensa, sobre la situación del periodismo mexicano a principios de los años noventas. Las coincidencias entre los entrevistados son amplias. Destaca la carencia de unidad profesional y de un organismo sindical de periodistas debido a:

- El individualismo y la falta de solidaridad (Manú Dornbierer)
- El "protagonismo" de algunos periodistas (Mauricio González de la Garza)
- La falta de espíritu gremial y el deterioro del sindicalismo mexicano (Carlos Ramírez)
- La debilidad de los órganos sindicales y la presencia de "sindicatos de empresa" y la actitud de los "periodistas-estrella" (Luis Suárez)
- La lealtad a funcionarios del gobierno (Lourdes Galaz)
- El egosismo, la indiferencia y el desinterés por la defensa de los propios derechos (Margarita Michelena)
- A que los periodistas son "lobos solitarios" (Joaquín López-Dóriga)

- El "acoso" de las empresas periodísticas a las organizaciones sindicales, el individualismo y la "vanidad" de los periodistas (Francisco Ortiz Pinchetti)
- La falta de solidaridad y el estar "vendido" a un interés (Beatriz Pagés)
- El individualismo, la competitividad y la existencia de sindicatos de empresa (Sara Lovera)
- La carencia de intereses comunes y la dispersión entre los periodistas (Alberto Domingo)

Otras coincidencias destacables entre los entrevistados con respecto a la relación laboral son la persistencia del "embute" o "chayote" como resultado de los bajos sueldos y la complicidad entre el gobierno y las empresas periodísticas, así como la necesidad de ejercer otras actividades periodísticas para subsistir y la subvaloración de la profesión periodística en el mercado laboral.

En suma, los periodistas mexicanos han encontrado como principales obstáculos para su unidad y concientización:

- La imposibilidad de contrarrestar los intereses políticos e ideológicos de la empresa a la que sirven, al estar sujetos a la necesidad de conservar su empleo, aun bajo difíciles condiciones de trabajo.
- La corrupción fomentada desde el poder y el bajo nivel de profesionalización que impide fortalecer la conciencia de los deberes profesionales.
- La inestabilidad laboral y la carencia de un estatuto profesional o un marco legal que proteja el ejercicio de la profesión
- Las posiciones personales y las diferencias ideológicas que existen entre los periodistas de diversos medios informativos

Aquí cabe recordar que las experiencias sindicales y organizaciones profesionales de periodistas han tenido serios tropiezos que les han impedido consolidarse como verdaderas entidades que defienden los intereses laborales y la dignidad profesional del gremio.

En gran parte, las limitaciones enfrentadas por el Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa -que llegó a ser una importante organización profesional - se debió al choque entre las demandas de los sindicalistas y los intereses de los empresarios periodísticos, el respaldo que diera el gobierno a los propios empresarios y el escaso apoyo de las bases a la cúpula del organismo sindical.

Por otro lado, el bajo nivel de profesionalización ha sido uno de los motivos de la baja valoración del trabajo periodístico en el mercado laboral. Una gran porción de periodistas, a lo largo del siglo, se ha formado de manera empírica, lo cual, en sí mismo no es reprochable. Pero esta circunstancia repercute en el hecho de que muchas veces se ha estimado a los periodistas como semianalfabetas o individuos que poseen una cultura mínima, que merecen los ínfimos sueldos que perciben.

Aunque desde mediados del siglo surgieron las primeras escuelas de periodismo en el país y, en la actualidad, éstas proliferado considerablemente, con dificultad podría decirse que se ha alcanzado un alto grado de profesionalización, pues una gran parte de los egresados no cumple con la capacidad y la práctica que se requiere para competir por un lugar en las empresas informativas.

Tampoco los estudios profesionales han podido constituir un eficiente contrapeso deontológico ante las prácticas no éticas que enfrentan los periodistas en muchos sistemas informativos.

Por otra parte, la gran cantidad de egresados que aspira ejercer el periodismo repercute también en que se emplee a muy pocos de ellos en funciones propiamente periodísticas y los sueldos sean casi siempre bajos y con escasa protección laboral.

Es por ello que la profesión del periodista está sujeta tanto a las dificultades económicas de la prensa, en general, como a los intereses mercantiles y políticos del empresario, en particular.

Un estudio de José Baldivia y Julio Zetter, sobre la formación de los periodistas en América Latina, arroja reflexiones interesantes sobre el caso peculiar de México :

-"...para que todo el mecanismo de integración del periodista (al sistema de prensa mercantil) funcione, se debe partir de un supuesto básico: los bajos sueldos. Es esta premisa la que permite la organización de la gran trampa que encierra al hombre de prensa en los medios informativos, que así seleccionan personal fundamentalmente de clase media pobre (...) al que se le ofrece una apariencia de ascenso social mediante el contacto profesional con el mundo de la política, las finanzas, la diversión, etc."

-"...el periodista asalariado no forma parte ni mucho menos del mentado 'cuarto poder' del Estado. Tan es así que ni siquiera puede usar las páginas de su medio informativo y su supuesta 'influencia política' para mejorar sus condiciones socioeconómicas".

-"Las principales trabas para la superación profesional de los periodistas mexicanos radican en los bajos sueldos, la desorganización del trabajo y, fundamentalmente una serie de mecanismos que van desde el hecho de no valorar la formación intelectual ni profesional, hasta los intentos de corrupción"⁹².

Claudia Fernández (1997), periodista de *El Universal*, señala que una importante cantidad de reporteros tiene que vivir con un salario mínimo de 1800 pesos. "Tal cantidad -estima- constituye el salario mínimo en todo el país, aunque el salario promedio de un reportero en la ciudad de México es de cuatro mil pesos al mes. Algunos reporteros ganan hasta 15 mil pesos mensuales, pero son excepciones a la regla"⁹³.

Por su parte, el columnista Eduardo Huchim (1998), indica que hay casos extremos de bajos salarios en el medio periodístico: "existen en el Distrito Federal y en otras ciudades del país, prósperos periódicos donde laboran reporteros con salarios inferiores a dos mil pesos mensuales"⁹⁴.

Consideramos que todo esfuerzo por elevar la conciencia ética de los periodistas debe, necesariamente, pasar por un mejoramiento de las condiciones laborales en que se ejerce al profesión.

El estado que guardan los derechos laborales y la seguridad social de los periodistas constituye una herramienta indispensable para evaluar las posibilidades reales de ejercer a plenitud la profesión periodística⁹⁵.

Aún cuando entre 1992 y 1993 el gobierno promovió una serie de medidas orientadas a elevar la protección social y laboral de los periodistas, entre las que se encuentra el establecimiento de un salario mínimo para periodistas, aún no es posible evaluar resultados que nos hablen de una sensible transformación de la realidad laboral del ejercicio periodístico.

Se ha hablado, asimismo, de la subsistencia de los mecanismos informales de compensación económica como son las comisiones por publicidad y los *embutes*, así como de sus delicadas implicaciones deontológicas.

En virtud de lo expuesto hasta aquí no puede dejarse de contemplar la necesidad de retomar la idea, tantas veces expresada en diversos foros, de crear un marco jurídico laboral que regule la tarea de los periodistas.

Además de la regulación de las condiciones de trabajo (seguridad e higiene, sueldos base, jornadas de trabajo, trabajo nocturno y de días festivos, horas extra, descanso y vacaciones, indemnizaciones, etc.), este marco jurídico debería prever aspectos directamente vinculados con la ética profesional, como:

- Apoyos a la capacitación y superación profesional
- Protección de la integridad física y moral de los periodistas en el desempeño de su labor
- La cláusula de la conciencia, como forma de garantizar tanto la seguridad económica como el respeto a las convicciones y los valores éticos individuales del periodista.

Podemos considerar, en suma, que un mejoramiento de las condiciones laborales de los periodistas es fundamento de una conducta ética en la profesión.

Creemos pertinente finalizar con la reflexión de dos periodistas, Lozano Ramírez y Flores Arriaga: "...para propiciar una conducta ética del periodista es indispensable ofrecerle seguridad en el empleo e ingresos suficientes para vivir dignamente con su familia"⁹⁶.

NOTAS

Capítulo III

1. Ruiz Castañeda, María del Carmen, Reed Torres, Luis, El periodismo en México, 450 años de historia, México, Tradición, 1974, p.11
2. *Ibid.*, p.12
3. Ochoa Campos, Moisés, Reseña histórica del periodismo mexicano, México, Porrúa, 1980, p.11
4. Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, *op. cit.*, p.31
5. Ochoa Campos, Moisés, *op. cit.*, p.32
6. Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, *op. cit.*, p.47
7. *Ibid.* p.47
8. *Ibid.* p.50
9. *Ibid.* p.56
10. Tavera Alfaro, Xavier, citado por Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, *op. cit.* p. 65
11. Valdés, Manuel Antonio, citado por Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, *op. cit.*, p.66
12. *Ibid.*, p.67
13. Bustamante, Carlos María de, Villaurrutia, Jacobo de, citados por Ruiz Castañeda Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, *op. cit.*, p.75
14. Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, *op. cit.* p.102
15. *Ibid.*, p.103
16. *Ibid.*, p. 107
17. Schneider, Luis Mario, "Fernández de Lizardi", en Cano Andaluz, Aurora (coord.), Las publicaciones periódicas y la Historia de México, México, UNAM, 1995, p.22
18. Ruiz Castañeda Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, *op. cit.*, p.116
19. Zavala, Lorenzo de, citado por Avelar Acevedo, Carlos, Breve Historia del Periodismo, México, Jus, 1965, p. 140
20. Zavala, Lorenzo de, citado por Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, *op. cit.*, p.121
21. Bustamante, Carlos María de, citado por Ruiz Castañeda Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, *op. cit.*, pp.121, 122
22. *Ibid.*, p.126
23. Olavarría y Ferrari, Enrique de, citado por Ruiz Castañeda Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, *op. cit.*, p. 128
24. Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, *op. cit.*, p.145
25. Lombardo, Irma, "La empresa liberal y el periodismo político y polémico", en Cano Andaluz, Aurora, (coord.), *op. cit.*, p.32
26. *Ibid.*, p.33
27. Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, *op. cit.*, p.210
28. *Ibid.*, p.210
29. Bohmann, Karin, Medios de comunicación y sistemas informativos en México, México, Alianza Editorial-Conaculta, 1990, p.63
30. Toussaint, Florence, "La prensa y el porfiriato", en Cano Andaluz, Aurora (coord.), *op. cit.*, p.45

31. Ross, Stanley R., citado por Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, *op. cit.*, p.212
32. Bohmann, Karin, *op. cit.*, p.63
33. Toussaint, Florence, *op. cit.*, p.46
34. Bohmann, Karin, *op. cit.*, p.66
35. *Ibid.*, p.66
36. Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, *op. cit.*, p.207
37. Camarillo Carbajal, María Teresa, *op. cit.*, p.20
38. *Ibid.*, p.22
39. Garcíadiego, Xavier, "La prensa durante la Revolución", en Cano Andaluz, Aurora (coord.), *op. cit.*, p.75
40. Cabrera, Luis, citado por Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, *op. cit.*, p.248
41. Garcíadiego, Xavier, *op. cit.*, p.78
42. Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis., *op. cit.*, p. 258
43. Carreño Andrade, Alfredo, "Economía, democracia y justicia social en la sociedad mexicana", en Cano Andaluz, Aurora, *op. cit.*, pp.170,171
44. Segovia, Rafael, citado por Secanella, Petra María, El periodismo político en México, Barcelona, Mitre, 1983, p.101
45. Secanella, Petra María, *op. cit.*, pp.7, 11
46. Fernández Christlieb, Fátima, Los medios de difusión masiva en México, México, Juan Pablos, 1988, p.27
47. Bohmann, Karin, *op. cit.*, p.80
48. Baldivia, José, et al., La formación de los periodistas en América Latina, México, Ceestem-Nueva Imagen, 1981, p.123
49. Scherer García, Julio, El poder, historias de familia, México, Grijalbo, 1990, p. 109
50. Granados Chapa, Miguel Angel, Examen de la comunicación en México, México, El Caballito, 1980, p.8
51. Fernández Christlieb, Fátima, *op. cit.*, p. 75
52. Segovia, Rafael, citado por Secanella, Petra María, *op. cit.*, p.101
53. Cosío Villegas, Daniel, citado por Granados Chapa, Miguel Angel, *op. cit.*, p. 11
54. Villanueva, Ernesto, Régimen jurídico comparado de la ayuda del Estado a la prensa, México, Media Comunicación, 1996, pp.18-26
55. Cárdenas, Lázaro, citado por Fernández Christlieb, Fátima, *op. cit.*, p. 34
56. González Marín, Silvia, "La prensa y el control político en el gobierno del General Lázaro Cárdenas", en Cano Andaluz, Aurora, *op. cit.*, p.157
57. Bohmann, Karin, *op. cit.*, p.75
58. *Ibid.*, p.75
59. Salinas de Gortari, Carlos, "Es responsabilidad de todos ensanchar el ejercicio de la libertad de expresión", en El Día, México, 8 de juni de 1991, p. 22
60. Villanueva, Ernesto, Régimen jurídico de las libertades..., *op. cit.*, p.129
61. Villanueva, Ernesto, Régimen jurídico comparado..., *op. cit.*, p. 86
62. Bohmann, Karin, *op. cit.*, p.159
63. Secanella, Petra María, *op. cit.*, p.105
64. López Portillo, José, citado por Scherer García, Julio, *op. cit.*, p. 108
65. Castillo, Heberto, citado por Secanella, Petra María, *op. cit.*, p.92

66. Martínez de la Vega, Francisco, "La publicidad oficial, ¿soborno o amenaza?", en Lombardo García, Irma, Hernández Rodríguez, Miguel A. (comp.), *Desarrollo, régimen y estructura de los medios de comunicación en México*, México, UNAM-FCPyS, 1995, p. 274
67. Documento citado por Villanueva, Ernesto, Régimen jurídico comparado..., *op. cit.*, p.87
68. Villanueva, Ernesto, "Publicidad oficial y democracia", en Media Comunicación, México, mayo de 1998, p.40
69. Bohmann, Karin, *op. cit.*, pp.160-161
70. Villanueva, Ernesto, Régimen jurídico de las..., *op. cit.*, pp.151-152
71. González Marín, Silvia, *op. cit.*, p.157
72. Bohmann, Karin, *op. cit.*, p.73
73. García Osorio, Luis Alberto, Periodismo en paños menores, México, Edamex, 1990, p.121
74. Ibarra de Anda, citado por Bohmann, Karin, *op. cit.*, p.73
75. Chávez, Elías, citado por Scherer García; Julio, *op. cit.*, p.78
76. Michel, Guillermo, Para leer los medios, México, Trillas, 1990, p.50
77. Scherer García, Julio, *op. cit.*, p. 57
78. García Osorio, Luis Alberto, *op. cit.*, p. 65
79. Villanueva, Ernesto, Régimen jurídico de las..., *op. cit.*, p.153
80. Secanella, Petra María, *op. cit.*, p.106
81. García Osorio, Luis Alberto, *op. cit.*, p. 65
82. Chávez, Elías, citado por Scherer García, Julio, *op. cit.*, p.79
83. Reyes Velázquez, citado por Secanella, Petra María, *op. cit.*, p.14
84. Henestrosa, Andrés, citado por Secanella, Petra María, *op. cit.*, p.105
85. Segovia, Rafael, "Columnismo y barroquismo", en Lombardo García, Irma, Hernández Rodríguez, Miguel A. , *op. cit.*, pp. 258-259
86. Scherer García, Julio, *op. cit.*, p. 75
87. Buendía, Manuel, *op. cit.*, pp. 72, 73
88. García Osorio, Luis Alberto, *op. cit.*, p. 67
89. Cosío Villegas, Daniel, citado por Granados Chapa Miguel Angel, *op. cit.*, p.11
90. Vázquez Raña, Mario, citado por Scherer García, Julio, *op. cit.*, p. 99
91. Trejo Delarbre, Raúl, La prensa marginal, México, El Caballito, 1991, p. 20
92. Baldivia, José, *et al.*, *op. cit.*, pp. 123, 150, 177
93. Fernández, Claudia, "Una brújula ética para los reporteros mexicanos", en Revista Mexicana de Comunicación, México, noviembre de 1996-enero de 1997, p. 20
94. Huchim, Eduardo, "El Chayote", en México Hoy, México, 14 de julio de 1998, p.10
95. Villanueva, Ernesto, Régimen jurídico de las..., *op. cit.*, p.150
96. Lazcano Ramírez, Macario, Flores Arriaga, Eleazar, "Urgencia de un marco jurídico que regule la tarea del periodista", en Comunicación Social (Foro de Consulta Popular de Comunicación Social), no.8, v.I, septiembre de 1983, p. 240

CAPÍTULO IV

HACIA UN CÓDIGO DEONTOLÓGICO DE LA PROFESIÓN: ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS DECLARACIONES DE PRINCIPIOS EDITORIALES DE TRES DIARIOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y CUATRO CÓDIGOS DE ÉTICA PROFESIONAL PROPUESTOS POR PERIODISTAS DE LA PRENSA ESCRITA

"La emergencia de una cultura de la ética del periodismo susceptible de permear en los hábitos y costumbres del ejercicio periodístico en México. Ese es el propósito medular de un código ético"

Ernesto Villanueva

4.1 Preámbulo

Una característica esencial de los medios informativos en los regímenes democráticos es la amplia libertad con que pueden difundir informaciones, analizar y comentar acontecimientos noticiosos, criticar a las instituciones y personajes públicos y dar a conocer los resultados de sus investigaciones periodísticas sin restricciones.

Pero también es una característica en los estados democráticos que los medios informativos cuenten con diversas fórmulas para guiar hacia el bien público su quehacer periodístico: códigos deontológicos, consejos de prensa, organismos profesionales, ombudsmen de la información y colegios profesionales.

Estas figuras representan el esfuerzo para definir valores éticos fundamentales y dirimir conflictos entre el público y los medios informativos sin que se apliquen medidas autoritarias que pongan en peligro las libertades de información y expresión.

Síntoma de libertad es también la toma de conciencia de los periodistas sobre los fines sociales de su profesión, los principios éticos que la guían y la forma en que los asumen en su trabajo diario luchando contra las fuertes presiones que supone el entorno político-económico en que laboran y los intereses de la empresa a la que sirven.

La democratización de los medios informativos también se refleja en su capacidad para asumir compromisos de servicio con la sociedad, su efectiva apertura de espacios a la crítica de sus públicos e incluso en una democratización interna donde los periodistas tengan mayor capacidad de participar en las políticas informativas y editoriales de la empresa.

En México nos encontramos en un difícil proceso de transición democrática en el que los medios informativos como agentes catalizadores de esta transformación no han llevado tan lejos su "apertura" como sería deseable, pues si bien han observado notables avances en el ejercicio de sus libertades, han puesto poco interés en diseñar

mecanismos para fortalecer su ejercicio ético y crear canales que permitan una efectiva crítica del público a su quehacer.

Durante el presente régimen, año tras año, normalmente en el día de la libertad de prensa, el Presidente de la República ha hecho llamados a los editores y periodistas para que en sus respectivos medios establezcan códigos éticos para autorregularse. Lo mismo ha hecho el Secretario de Gobernación en los congresos de industriales de la radio y la televisión.

Pero año con año se constata que aún no hay propuestas concretas por parte de los empresarios y directivos de los medios, que hagan eco a la iniciativa presidencial.

La renuencia del Ejecutivo Federal a renovar el marco legal para los medios y la enconada resistencia de los empresarios de los medios informativos a que se legisle sobre esta materia han redundado en una complicidad de ambos poderes, en donde la figura del código de ética ha servido solamente como espejismo para evadir el vacío legal que beneficia a los intereses empresariales al tiempo que el gobierno deja intacto un tema sumamente delicado pero imprescindible para la vida democrática del país.

Es contradictorio que el gobierno llegue a "pedir" ética a los medios al tiempo que se opone radicalmente a la creación de un marco jurídico para los medios, sin el cual no se pueden tener las garantías y libertades necesarias para un ejercicio ético del periodismo.

Además, la conciencia ética no se desarrolla por "recomendación" o mandato presidencial sino por un proceso de autocrítica y reflexión sobre los fines sociales del trabajo periodístico y la concepción de la información como un bien social.

Desde 1993 y hasta el momento actual pocos han sido los medios informativos que han formulado declaraciones de principios éticos que hayan sido reconocidos como compromisos públicos. No obstante, los medios impresos son los que más han debatido en sus páginas el tema de la ética periodística: diversos

articulistas e investigadores de la comunicación han vertido reflexiones y propuestas que deben ser aquilatadas y retomadas en la actualidad.

Asimismo, diversos periodistas han elaborado propuestas de códigos de ética profesional que son prácticamente desconocidas o ignoradas y que, desafortunadamente, no han podido trascender su carácter de propuestas y se han quedado en el papel esperando que puedan ser rescatadas y discutidas públicamente o al menos entre los miembros del gremio periodístico.

Por lo anterior, el propósito fundamental de este análisis comparativo es valorar la importancia de las declaraciones de principios editoriales establecidas por algunos diarios y las propuestas de código de ética profesional formuladas por periodistas, a través de la discusión y análisis de los principios abordados en cada uno de ellos.

Secundariamente, queremos destacar algunas limitaciones e insuficiencias de los mismos, así como esbozar algunas críticas y propuestas que contribuyan a la reflexión sobre las condiciones que hagan posible su aplicación.

Nuestro análisis comparativo se centra en las declaraciones de principios editoriales de tres diarios de la ciudad de México (*El Economista*, *Reforma* y *El Nacional*) y cuatro propuestas de códigos de ética profesional. Tres de éstos últimos fueron formulados de manera individual por periodistas de la prensa escrita (Raúl Trejo Delarbre, Claudia Fernández y Jorge Camargo Zurita) y el cuarto fue redactado por profesores y alumnos de un diplomado de actualización de periodismo de la Universidad Iberoamericana.

4. 2 El código de ética periodística para la prensa: breve recuento de un proyecto inconcluso

Desde que el 11 de julio de 1968 el Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa aprobara en su Convención Nacional un Código de Etica para los Periodistas, hasta la presente década, muy poco se había discutido sobre la posibilidad de resucitar este proyecto que se disolvió junto con la pérdida de la fuerza de este organismo sindical.

Hernán Uribe comenta algunas de las debilidades de este código que posee "un estilo retórico que inevitablemente lo lleva a la ambigüedad": carece de un preámbulo o exposición de motivos, es impreciso en la especificación de sus conceptos y principios (por ejemplo el de periodismo y veracidad), no condena el soborno, la difamación, la calumnia, el plagio intelectual y carece de principios generales relativos a la democracia y los derechos humanos. De allí la importancia que tienen los principios que enuncian los códigos, lo cual discutiremos más adelante.

Además de su falta de precisión en el lenguaje, estima Uribe que tampoco se contaba con un mecanismo para imponer las sanciones de tipo moral en caso de cometer faltas al código.

Pero, independientemente de esta circunstancia, el código surge en un momento en que la gran prensa se encontraba prácticamente controlada por el gobierno y era casi imposible orientar al ejercicio periodístico hacia una ética verdaderamente profesional, al margen de los intereses oficiales.

Durante el Foro de Consulta Popular de Comunicación Social convocado por el gobierno en 1983, diversas ponencias presentadas por periodistas como Juan Manuel Vega Prado, Raúl Emilio Garza y José Zaydén Domínguez, se pronunciaron por la creación de un código ético general para los periodistas mexicanos.

Muchas otras ponencias también trataron temas relacionados con la responsabilidad de la prensa y la ética del periodismo. Como es sabido, del conjunto de las numerosas propuestas presentadas no fue posible concretar un nuevo marco jurídico para los medios informativos y, naturalmente, las iniciativas para un código ético, permanecieron en su carácter de propuestas.

Tras los fallidos intentos de legislar el derecho a la información (1979 y 1983), es hasta la década de los noventas cuando se despliega el debate sobre el código de ética periodística como resultado, en gran medida, de los cambios que comienzan a verificarse en la pluralidad informativa de los medios de difusión, durante el régimen de Carlos Salinas.

En 1992, el entonces presidente de la Comisión Nacional de Derechos Humanos, Jorge Carpizo, proponía la existencia de un ombudsman de la información en cada periódico para que los lectores pudieran presentar sus quejas sobre los materiales noticiosos u opinativos.

Sería hasta 1993 cuando el propio Jorge Carpizo, ahora como Procurador General de la República, diera a conocer una lista de periodistas presuntamente involucrados con el narcotráfico, estimulando con ello el debate sobre el comportamiento ético de la prensa.

En este mismo año, el 8 de junio, Luis Enrique Mercado, director del diario *El Economista*, anunció ante el entonces presidente de la Comisión Nacional de Derechos Humanos, Jorge Madrazo, la designación de su "defensor del lector" para este periódico. El trabajo del ombudsman, Alejandro Avilés, se sustentaría en la declaración de los "Derechos de los lectores", que es objeto de comparación en este análisis.

Este diario diseñó también un "Estatuto del defensor del lector" y un "Estatuto de Redacción", que constituyen también instrumentos pioneros en la ética de la prensa mexicana. A continuación resumimos los deberes fundamentales que recoge el código de ética profesional para los reporteros de *El Economista*:

- Realizar el trabajo informativo con rigor profesional, apego a los principios editoriales y las normas de redacción del diario
- Informar a los lectores con exactitud, competencia y precisión
- Basar la información en hechos comprobados, en investigación y análisis
- Rechazar rumores y versiones interesadas
- Consignar con toda claridad la fuente de información
- Informar con objetividad y precisión sin opinar sobre los hechos
- Evitar el escándalo y el sensacionalismo en la información
- Prohibición a los reporteros de realizar tareas publicitarias o de relaciones públicas en dependencias públicas o empresas privadas
- Prohibición a los reporteros de recibir gratificaciones de empresas o entidades ajenas al periódico.

Sobre el código de *El Economista*, el periodista Jorge Camargo comenta que éste tiene limitaciones, pues no contempla la cláusula de la conciencia gracias a la cual un periodista no puede ser obligado a escribir sobre hechos que le afecten en sus convicciones. También en 1993, el naciente diario *Reforma* dio a conocer su "Decálogo" de principios editoriales. Este cotidiano cuenta también con un código ético que no es de carácter público, pero, según Jorge Camargo, éste se encuentra más enfocado a establecer normas de comportamiento de sus reporteros frente a los funcionarios públicos, tales como no aceptar invitaciones a comer, libros o cualquier otro obsequio.

En agosto de 1994, el desaparecido periódico *El Nacional* publica sus "Diez compromisos editoriales", también destinados a ofrecer al lector garantías de una conducta ética en la información. Rogelio Hernández indica que, antes de su cierre, este periódico adoptó también un código ético interno.

El levantamiento armado en Chiapas y los asesinatos políticos de 1994, pusieron de relieve que, no obstante las libertades alcanzadas por los medios hasta entonces, prevalecía información parcial, insuficiente, confusa, distorsionada y manipulada sobre

estos importantes acontecimientos sociales. Pero también dejó testimonio de que las nuevas libertades de la prensa y la ética periodística se terminan donde comienzan los intereses de los empresarios¹.

Este mismo año, el periodista Raúl Trejo Delarbre publicó en *Excélsior* una propuesta de "Código de Ética para los medios", mismo que es analizado en este trabajo junto con otras propuestas de código formuladas individualmente por periodistas.

En junio de 1995, el periodista Rogelio Hernández López propuso en un foro convocado por la Asamblea Legislativa del D.F. una serie de "Pautas para un Código de Ética en el Periodismo Mexicano". En este documento se propone crear mejores vías para establecer comunicación permanente y efectiva de los medios con el público, a fin de poder corregir las fallas y errores, intencionales o no, del ejercicio periodístico. Debido a que no fue posible contar con el texto íntegro de esta propuesta no se contempló en nuestro análisis comparativo.

Una valiosa aportación para una práctica ética del periodismo la hace Raymundo Riva Palacio en su libro "Más allá de los límites" (1995), que reúne una serie de ensayos en los que se proponen novedosas fórmulas para renovar los géneros periodísticos y hacer que la prensa sea capaz de atraer lectores sin sacrificar los principios deontológicos.

En el libro se incluye una propuesta de "Código Ético" que no hicimos objeto de nuestro análisis comparativo debido a que se centra únicamente en los distintos aspectos del conflicto de interés, pero que resultó un referente primordial en nuestro trabajo. Sin embargo, esta obra, en su conjunto, contiene una serie de principios y normas técnicas del periodismo que muestran la indisoluble relación entre ética y profesionalismo.

Durante el día de la libertad de prensa de 1996, Ernesto Zedillo se pronuncia por primera vez a favor de la autorregulación de los medios de comunicación, y propone

como mecanismo idóneo para hacerlo la adopción de códigos de ética por parte de las empresas informativas. Esta propuesta será repetida en los años subsiguientes, durante la misma celebración y en otros foros en que el presidente se reúne con editores y periodistas.

Desde este momento, la premisa gubernamental será el rechazo a las iniciativas de ley para renovar y actualizar el marco jurídico de los medios informativos, tomando como argumento principal la imposibilidad de inhibir, por vía de la legislación, las amplias libertades con que laboran los medios de difusión. El Presidente llega a afirmar que son preferibles los excesos de la prensa que reglamentar las garantías individuales, pues ello traería más riesgos que beneficios.

Tal premisa contradice la aspiración de lograr la convivencia en un Estado democrático de derecho, como el propio Presidente lo ha expresado reiterativamente como un compromiso de su gobierno.

La actitud presidencial de rechazo a una Ley Federal de Comunicación Social, ha provocado que las empresas de comunicación emprendan campañas de desprestigio y desinformación contra tales iniciativas, presentándolas como "Ley mordaza".

De esta forma los medios han contribuido a cancelar la posibilidad de discutir temas tan importantes para cimentar la ética periodística como el derecho a la información, los derechos y la protección de los periodistas, las responsabilidades sociales de las empresas de comunicación, el secreto profesional, la cláusula de la conciencia, el derecho de réplica, las formas legales de ayuda estatal a la prensa y la formación de una Comisión de Comunicación Social, como órgano independiente y pluralmente constituido, al cual diversos medios y periodistas se empeñan en juzgar como una "moderna inquisición", sin ofrecer al público la posibilidad de un análisis cuidadoso y equilibrado de su estructura, sus riesgos y sus ventajas para el bien público.

De acuerdo con el periodista Rogelio Hernández López "entre 1996 y 1998 aumentó de tres a siete el número de diarios que contaban con cartas de ética: *El Economista, Reforma, El Norte, El Financiero, El Herald, Novedades y El Nacional*, básicamente como resultado de la elevación paulatina del debate sobre el tema"².

En contraste, una investigación de Alejandra Arroyo (1998) sobre los valores éticos en el periodismo escrito mexicano, señala que los principios éticos de los diarios mencionados se encuentran "compilados en un folleto hecho ex profeso o dispersos en los manuales de estilo aplicables en sus redacciones"³.

Esto significa que tales documentos no pueden ser denominados propiamente códigos éticos, pues, por ejemplo, *El Financiero* tiene un manual de redacción, en tanto, periódicos como *Uno más uno, La Prensa y Ovaciones* aseguran contar con un manual de redacción, mismo que sólo es de consulta interna. Es decir, no se encuentran al alcance del público.

Por ello es necesario considerar si tales principios éticos constituyen verdaderamente un código deontológico públicamente reconocido, o sólo representan propiamente manuales de estilo, pues, como habremos de subrayar, el código de ética aspira a cobijar a todo un grupo profesional y busca ser un compromiso público con la sociedad y rebasar su carácter de normas técnicas de aplicación interna.

En enero 1996, varios sindicatos independientes de medios de comunicación (*La Jornada, Notimex, Radio Educación*), emitieron un desplegado en el que señalan que "ante la aguda crisis de credibilidad por la que atraviesa el periodismo, se acordó impulsar el establecimiento de un código de ética"⁴. Sin embargo, de esta propuesta no se conoce el resultado en la formulación de una carta deontológica.

En este mismo año, el diario *La Jornada* consideraba también la posibilidad de formular su propio código de ética⁵. De acuerdo con Camargo Zurita, la elaboración de este código fue objeto de discrepancias entre la empresa y el sindicato.

También hacia 1996, el área de redacción de *El Universal* había diseñado un código de ética que comprometía no sólo a los periodistas a conducirse bajo ciertos estándares, sino también a la empresa, razón por la cual, según Camargo, se determinó su suspensión indefinida.

En octubre de 1997, el subdirector general de *Uno más uno*, Bernardo González Solano, manifestaba que, con motivo de su vigésimo aniversario, el diario presentaría al público lector su Código de Ética y su Manual de Estilo, lo cual tampoco se verificó.

El 7 de junio de 1997, Excélsior propone en su editorial la formulación de un código de ética "elaborado por medios y periodistas". Según esta iniciativa "dicho código debe comprender definiciones claras de lo que es información, y debe ser publicado y transmitido como tal; lo que es opinión, desde luego, debe ser publicado o transmitido con ese carácter"⁶.

Para formular dicho código, aplicable en su etapa inicial al Distrito Federal, cada diario o consorcio televisivo o radiofónico, deberían asignar dos representantes, de preferencia que hayan sido distinguidos con el Premio Nacional de Periodismo. Estos representantes integrarían un consejo redactor del código ético y profesional del periodismo del Distrito Federal y elegirían un presidente, o coordinador, para encauzar las tareas. Posteriormente el código sería examinado y sometido a la aprobación consensual, por medio de los mecanismos que se aprueben como más idóneos.

Esta propuesta, que tampoco obtuvo respuesta de las empresas informativas, parece ser una de las más progresistas para la adopción de un código ético a nivel de los medios de difusión, pues es idóneo que los principios éticos sean unánimes y resultado de una discusión democrática de quienes lo asumen, además de tratar de evitar una excesiva relatividad en la interpretación de tales principios de ética.

Aunque nuestro interés se centra en la prensa cotidiana, resulta imposible dejar de mencionar al "Manual de Estilo" del semanario *Proceso*, publicado en 1998, como un antecedente importante en lo que se refiere a principios éticos y editoriales que se

encuentran a disposición del público, pues este documento se editó para su venta a los lectores.

Presentamos aquí algunos de los principios deontológicos fundamentales establecidos por este semanario, tales como:

- El deber del reportero de estar oportuna y debidamente informado
- El deber de revelar siempre la fuente de información (salvo excepciones justificadas)
- No usar el anonimato
- Respetar la intimidad de las personas y sus preferencias religiosas o sexuales
- Confirmar las informaciones
- No traslucir las simpatías personales en el trabajo reporterial
- Entrevistar a las contrapartes
- Eliminar valoraciones o afirmaciones subjetivas en el trabajo informativo
- No eliminar datos significativos
- Tratar a los acusados como "presuntos responsables" en informaciones policíacas
- No escribir "vulgaridades"
- Corregir los errores del texto periodístico
- Cerciorarse de la veracidad y confiabilidad de las fuentes y los datos
- Respeto del título de un texto al sentido y espíritu del cuerpo.

El manual de estilo de proceso nos ofrece un importante precedente de cómo las empresas periodísticas pueden adoptar principios que sean dados a conocer al público.

Si bien los principios éticos establecidos dentro de una empresa, constituyen una importante guía de conducta, muchas veces dan lugar a que cada empresa declare "su" propia ética y las normas deontológicas profesionales sean vulneradas por los intereses de los empresarios periodísticos o se vean sujetas a las interpretaciones marcadamente subjetivas de los periodistas.

Alejandra Arroyo señala que "aunque en México existen pocos códigos éticos o reglas escritas, en cada redacción se aplica un modelo ético" ⁷. En efecto, el perfil ideológico-político de cada diario supone ya un *código ético implícito* que se manifiesta en las decisiones cotidianas de su política editorial e informativa.

Federico Campbell afirma que si bien es cierto que la ética atañe a las convicciones particulares y a la conciencia de cada individuo, también es un hecho que cada organización periodística suele tener un reglamento de comportamiento ético interno, un enunciado de las "reglas del juego" a las que deben atenerse todos los responsables de difundir profesionalmente la información.

Estos cánones —dice Campbell—, preceptos o normas, varían de un medio a otro, pero comparten en lo fundamental ciertos valores, como la imparcialidad y la objetividad, por ejemplo, el respeto a la vida privada y la obligación de dar oportunidad a cada quien de exponer su punto de vista respecto a asuntos controversiales que le afecten.

Al respecto, Rodolfo F. Peña escribe que "en los mejores medios impresos hay una tabla de valores éticos, independientemente de si está o no convertida en manual, que responde al interés mayoritario de la sociedad, más allá de grupos o sectas, y que de ese compromiso y según sus grados, se desprende la política editorial, la forma de presentar los contenidos y de opinión"⁸.

No obstante, debemos subrayar que la razón de ser de un código de ética o una declaración de principios editoriales es, precisamente, su carácter de compromiso público para establecer altos estándares de conducta profesional a fin de dignificar socialmente a la profesión.

Sobre este aspecto, José Woldenberg escribe: "Sé que el cinismo en boga, fácilmente puede ver a los códigos de ética como simples llamados a misa ('el que quiere va y el que no, no'), pero al hacerse públicos no sólo comprometen a editores y

Algunos documentos de deontología periodística dados a conocer públicamente por diarios capitalinos y periodistas de la prensa.

Diario, organismo o periodista	Denominación del documento	Fecha en que se da a conocer
Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa	Código de ética para los periodistas	11 de julio de 1968
<i>El Economista</i>	Derechos de los lectores de <i>El Economista</i>	8 de junio de 1993
<i>Reforma</i>	Decálogo <i>Reforma</i>	3 de diciembre de 1993
<i>El Nacional</i>	Diez compromisos editoriales de <i>El Nacional</i>	7 de agosto de 1994
Raúl Trejo Delarbre	Código de ética para los medios mexicanos	octubre de 1994
Raymundo Riva Palacio	Código de ética	1995
Rogelio Hernández López	Pautas para un Código de Ética para el Periodismo Mexicano	1° de junio de 1995
Primer Diplomado de Actualización del Ejercicio Profesional del Periodismo, Universidad Iberoamericana	Código de ética para el ejercicio profesional del periodismo	julio de 1996
Jorge Camargo Zurita	Lineamientos para una propuesta de código de ética para los periodistas mexicanos	1996
Caludia Fernández	Principios éticos básicos para los reporteros mexicanos	enero de 1997
Luis Velázquez	Cien puntos para un código de ética periodística	septiembre de 1999

periodistas, sino que el público tiene elementos para responder o defenderse de los propios medios"⁹.

Aunque en diversas publicaciones disponen de manuales de redacción o códigos éticos internos, tales documentos *generalmente no son de acceso público, como lo asienta en su investigación Alejandra Arroyo*. Por su parte, Rogelio Hernández, indica que en la mayoría de los medios "se usan o se fusilan manuales de estilo de agencias estadounidenses de prensa".

En nuestra investigación hemos asumido que es de absoluta importancia que los códigos de ética, principalmente, pero también los estatutos o manuales de redacción sean dados a conocer públicamente, pues en ello radica, en gran medida, sus posibilidades de funcionar eficazmente.

Tales instrumentos deontológicos cobran mayor fuerza en cuanto se convierten en un compromiso público, es decir, que sean accesibles para los lectores y cuenten con su vigilancia.

Los códigos éticos y normas de redacción deben estar al alcance de los ciudadanos como forma de fomentar una cultura de crítica hacia los medios y no permanecer ocultos, en la penumbra o el olvido, donde ningún lector sabe si se están cumpliendo o no.

En la tabla que aparece en la siguiente página recogemos algunos de los documentos de deontología periodística que han sido dados a conocer públicamente por diarios y periodistas de la prensa. Incluimos las declaraciones de principios editoriales y propuestas de código ético en el orden en que se dieron a conocer. Conscientes de que no son los únicos documentos deontológicos existentes, sólo aspiramos a dar algunos puntos de referencia en cuanto al camino que ha seguido el afán de dar directrices a un desempeño ético de la profesión.

De este muy breve esbozo de la ruta que han seguido los esfuerzos encaminados a la adopción de un código de ética periodística para la prensa, podemos

deducir que son múltiples y variadas las dificultades y tropiezos para asumir tales instrumentos tanto a nivel de las empresas, como de los periodistas en tanto grupo profesional.

Es por ello que el código de ética periodística se nos presenta aún como una utopía. Pero debido al valor de propuestas como las que buscamos aquilatar en este análisis comparativo, deseamos pensar que está dejando de ser una utopía para convertirse en un proyecto que busca llegar a su culminación.

4.3 Distinción entre las declaraciones de principios editoriales y los códigos de ética periodística

Las declaraciones de principios editoriales

Con propósitos operativos hemos hecho una distinción conceptual entre las declaraciones de principios editoriales de los diarios y los códigos de ética profesional, aunque en varios aspectos son muy semejantes.

La diferencia esencial entre las declaraciones de principios editoriales y los códigos de ética periodística reside en la finalidad y los destinatarios de cada uno.

Las declaraciones de principios editoriales de los diarios cobran la forma de un conjunto de compromisos que la casa editorial establece con sus lectores. Su función principal es regular la relación entre la empresa informativa, como prestadora de un servicio, y el público, como destinatario de este servicio. En este sentido, dichas declaraciones constituyen un cuerpo de deberes y derechos, con base en el cual el lector puede juzgar o evaluar si el diario está cumpliendo correctamente con los fines que él mismo se comprometió a seguir.

Esta modalidad, al menos en teoría, debe dar a los lectores la posibilidad de reclamar al diario el cumplimiento de sus compromisos, hacer uso del derecho de

réplica o respuesta y permitir la corrección de informaciones erróneas o tendenciosas cuando se hayan presentado así de manera deliberada o no deliberada.

Las declaraciones de principios editoriales constituyen así una importante base para mejorar la comunicación entre emisores y perceptores de la información, así como para contribuir a elevar la calidad y la ética de la información periodística.

Sin embargo, estas declaraciones son formuladas por la empresa como institución y no siempre reflejan la voluntad individual de los periodistas, por lo que no se establece un compromiso directo entre el público y el informador.

Por otra parte, las declaraciones editoriales tienen un alcance limitado, toda vez que no siempre se encuentran claramente definidos los mecanismos y criterios mediante los cuales el lector puede hacer llegar sus reclamos y tener la seguridad de que serán escuchados o publicados; tampoco especifican con exactitud las formas por las cuales se dará cumplimiento al principio de ofrecer una información veraz o las garantías que tiene el lector para que se corrija una información.

Los códigos de ética periodística

A diferencia de las declaraciones de principios editoriales, los códigos de ética periodística tienen el propósito esencial de establecer principios de conducta profesional para quienes ejercen el periodismo. En este tenor, el principal destinatario del código de ética es el periodista mismo, aunque al hacerse públicos, adquieren también la forma de compromisos con la sociedad e incluso con las propias empresas informativas.

Por ello el código de ética tiene funciones regulativas, simultáneamente, en varios sentidos, pues define las relaciones:

- a) Con el público: pues define ideales de servicio al lector
- b) Con el grupo profesional: pues define las relaciones de respeto entre los periodistas

- c) Con las fuentes informativas: pues define las relaciones que se deben sostener con las personas e instituciones que suministran información al periodista, incluyendo al poder público.
- d) Con grupos y personas ajenas a la redacción: pues protege el trabajo periodístico de los conflictos de interés con anunciantes y grupos de presión.
- e) Con el ejercicio profesional mismo: pues también la práctica del periodismo exige el cumplimiento de ciertas normas técnicas y asumir una actitud frente a los acontecimientos.
- f) Con la sociedad en general: pues aun quienes no son lectores del diario deben ser protegidos en su dignidad e integridad moral.
- g) Con la empresa informativa: pues resulta necesario el respeto a los derechos laborales de los periodistas y a sus propias convicciones éticas.
- h) Con el Estado y el orden jurídico: pues un código de ética no supe a las normas jurídicas, actúa en el marco de las mismas; además tiende a evitar medidas que lesionen la libertad de expresión e información.

Así pues, el código de ética tiene alcances evidentemente más amplios que las declaraciones de principios de los diarios. Además, idóneamente, los códigos éticos deben ser formulados por los propios periodistas, sin que existan medidas coercitivas para aceptarlos o sean impuestos desde la dirección del medio informativo.

No obstante, los códigos de ética se enfrentan igualmente a grandes limitaciones en virtud de que:

1. Exigen, para ser formulados, condiciones de organización profesional sólidas que no se han logrado por completo en México.
2. Es necesaria una mayor conciencia de los periodistas sobre los fines y el sentido de servicio a la sociedad de su profesión.
3. Los distintos intereses empresariales así como las diferencias ideológicas entre los periodistas dificultan la unidad gremial .

4. La mayor parte de las empresas informativas aún no cree realmente en los códigos de ética pues los consideran "letra muerta", una limitación a su libertad o, definitivamente, una forma de autocensura.
5. No existen fórmulas o mecanismos que refuercen el cumplimiento de los códigos de ética, tales como los *ombudsmen*, los consejos de prensa o consejos redaccionales.
6. Las condiciones laborales de muchos periodistas son aún precarias e inseguras y no existe un marco legal o estatuto profesional que regule la profesión periodística, lo cual tiene serias repercusiones en su conducta ético-profesional.
7. La profesionalización del periodismo aún no se ha completado: pese a la proliferación de escuelas de periodismo en el país¹⁰ aun no es sensible la forma en que la preparación se refleja en un mejoramiento de la ética profesional.

Mencionadas estas limitaciones y condicionamientos, podemos deducir que los códigos de ética que aquí analizamos han permanecido en su carácter de propuestas y, consecuentemente, no han encontrado los mecanismos que los hagan viables como instrumentos para ser aplicados.

Coincidencias entre las declaraciones de principios editoriales y los códigos de ética periodística

En este análisis hemos conjuntado y comparado las declaraciones de principios editoriales de los diarios y los códigos de ética ya que en ambos casos se encuentran amplias coincidencias, como son:

- a) El enunciamiento de principios éticos fundamentales del periodismo (veracidad, derecho de réplica, respeto a la privacidad, libertad de expresión, conflicto de interés, distinción entre información, opinión y publicidad, etc.)
- b) Ambos regulan, además, las relaciones entre el ejercicio del periodismo y el público lector, al tiempo que constituyen una guía para orientar la actividad periodística.

Incluso, al ser dadas a conocer públicamente, las declaraciones de principios editoriales de los diarios que analizamos fueron interpretadas como códigos de ética

periodística de la empresa. Además, ambas modalidades nos dan testimonio de los esfuerzos que se han hecho recientemente para mejorar el ejercicio ético del periodismo en México.

4.4 Las declaraciones de principios y los códigos éticos comparados

A continuación presentamos las declaraciones de principios editoriales y los códigos de ética periodística que son objeto de nuestro análisis comparativo, en el orden cronológico en que fueron dados a conocer.

Las declaraciones de principios editoriales de los diarios

a) Los "Derechos de los lectores" de El Economista

Fueron publicados en este diario el 8 de junio de 1993 junto con la presentación del "Espacio del defensor del lector". *El Economista* fue el primer diario mexicano en designar a un ombudsman de la información (el profesor Alejandro Avilés) y estableció además un "Estatuto del defensor del lector" y un "Estatuto de redacción", éste último contiene importantes principios de ética profesional como la distinción entre información, opinión y publicidad, el secreto profesional, el conflicto de interés y la integridad de los periodistas.

Cabe mencionar que este diario, aunque cuenta con los citados instrumentos complementarios, tiene un alcance limitado ya que su público es un sector muy específico (empresarial y financiero) y su comercialización es también restringida. Pero su mérito como iniciador de estas fórmulas es indiscutible.

b) *El "Decálogo Reforma"*

Se publica en este diario el 3 de diciembre de 1993, poco tiempo después del nacimiento del órgano informativo. *Reforma* junto con su filial de Monterrey, *El Norte*, han mostrado interés por la ética del periodismo ya que este último formó un "consejo de lectores" para comentar y hacer sugerencias en torno a la información y el contenido del diario.

No obstante, *Reforma* es uno de los diarios que más controversia han despertado por su comportamiento ético debido a sus titulares y noticias agudos e impactantes, pero especialmente por la publicación de una carta que Ernesto Zedillo enviara a Luis Donaldo Colosio el 19 de marzo de 1994, con opiniones políticas relevantes (la advertencia de Zedillo al entonces candidato presidencial priista sobre una "influencia tenaz" para desacreditar la lealtad de Colosio ante Salinas y la recomendación de que el candidato notificara previamente cuando señalara tareas pendientes y deficiencias del gobierno), cuyo origen era privado. La carta suscitó la réplica del Presidente al diario y despertó una polémica entre los periodistas que defendían la publicación de la carta y los que la consideraron una transgresión a la ética periodística. Hemos mencionado este acontecimiento pues resultó crucial en el despliegue del debate sobre la ética periodística en México.

c) *Los "Diez compromisos editoriales" de El Nacional.*

Se dan a conocer el 7 de agosto de 1994. Es oportuno destacar que analizamos estos principios asumidos por el desaparecido diario gubernamental por su importante valor documental y por ser testimonio de un esfuerzo orientado a fortalecer la ética periodística. Los "Diez compromisos" se publicaron junto con una queja de Elena Poniatowska, entonces colaboradora del diario, por su inconformidad ante la repentina destitución del director Pablo Hiriart, quien fuera suplido por Guillermo Ibarra Ramírez.

Esta medida provocó la renuncia de varios colaboradores y el despido de otros. En su texto, la escritora demandaba además la ética y la democracia interna del diario. Estos "compromisos" representaban la respuesta del nuevo director al problema que, en el fondo, se relaciona con el tema de la cláusula de la conciencia, pues el cambio repentino de dirección planteaba, al mismo tiempo, un cambio de orientación editorial.

Los códigos de ética periodística

a) *"Código de ética para los medios mexicanos" de Raúl Trejo Delarbre.*

Se publica por primera vez en *Excélsior* el 17 de octubre de 1994. Su autor, Raúl Trejo Delarbre es periodista, ha publicado numerosos estudios sobre la prensa mexicana, ha participado como colaborador en múltiples publicaciones, es columnista del diario *Crónica*, Premio Nacional de Periodismo 1994, Investigador del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM y director del semanario *Etcétera*. Es uno de los periodistas e investigadores más preocupados por el problema de la ética en los medios y ha dedicado numerosos artículos y ponencias a tratar este tema.

Aún cuando algunos medios han tratado de identificar a Trejo Delarbre con posiciones reaccionarias y censurantes dentro del periodismo, sus propuestas y reflexiones alcanzan una gran relevancia sustentada en estudios y argumentos sólidos.

En la presentación de su código, Trejo advierte que recoge experiencias de documentos similares de otros países y que su propuesta tiene la intención de contribuir a la lluvia de ideas que sería deseable para afinar los compromisos de nuestros medios con la sociedad mexicana.

Aunque este código está pensado "para los medios", estimamos que por las características de sus principios, está destinado esencialmente a los periodistas.

b) *"Código ético para el ejercicio profesional del periodismo", propuesta colectiva de un diplomado de actualización profesional en la Universidad Iberoamericana.*

Aparece en el número mayo-julio de 1996 de la Revista Mexicana de Comunicación. Fue formulado por los 61 periodistas asistentes al Primer Diplomado de Actualización del Ejercicio Profesional del Periodismo, celebrado de diciembre de 1994 a diciembre de 1995 (en adelante nos referiremos a esta declaración como "código DAEP-UIA").

Este documento se publica como una propuesta sujeta a debate entre periodistas y trabajadores de la comunicación, ante la crisis de credibilidad que enfrenta el periodismo mexicano y la ausencia de pautas deontológicas para el ejercicio periodístico.

Aunque se origina en una institución académica, cabe destacar que este es el código que por su carácter colectivo se acerca más al ideal de ser una propuesta de tipo gremial. Además, se debe resaltar que la UIA es una de las instituciones más preocupadas actualmente por el estudio de la ética periodística y el derecho a la información.

c) *"Lineamientos para una propuesta de código de ética para los periodistas mexicanos", de Jorge Camargo Zurita.*

Esta propuesta aparece en la tesis profesional de su autor (1996) en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. La investigación fue elaborada por Camargo a partir de su experiencia profesional como reportero de *El Universal*. Sus "lineamientos" para un código ético se basan en un estudio de caso, en el cual se relata su experiencia personal en torno a la forma en que varios periodistas que advierten irregularidades en el IFE durante el proceso electoral de 1994, se enfrentan a los cuestionamientos del aparato gubernamental que anula sus hallazgos periodísticos. Las propuestas contenidas en esta propuesta de código, según su autor, toman como

referencia cartas deontológicas "avanzadas" como las de Venezuela, Cuba, Costa Rica, Honduras y, especialmente, Chile.

d) *"Principios éticos básicos" para los reporteros mexicanos, de Claudia Fernández*

Se publican en la Revista Mexicana de Comunicación en el número de noviembre de 1996-enero de 1997. Claudia Fernández es reportera de asuntos especiales de *El Universal*. El código que presenta como una "brújula ética" para los reporteros, se fundamenta en un "sondeo informal" que realizó la autora entre 100 periodistas de la ciudad de México, en el que se vierten datos relevantes: el 58% de los entrevistados aceptó que su principal compromiso es con la sociedad y el 16% sostuvo que es con la sociedad y con su medio; los periodistas también identificaron como principales valores éticos la honestidad, la veracidad y la objetividad; el 80% de los encuestados considera que la corrupción en la prensa debe acabar; el 82% sugiere también que una solución parcial es pagar salarios más altos a los reporteros, proponen para "ser más profesionales en su trabajo", mejor capacitación, un código de ética, el rechazo de prebendas, una nueva relación prensa-gobierno y una mayor responsabilidad social como periodistas.

Sobresale en la investigación que cerca del 70% de los entrevistados considera que una guía de principios éticos ayudaría a los periodistas mexicanos, mientras que un 30% contestó que no habría ninguna diferencia.

Fernández señala que varios códigos de ética de diferentes países fueron analizados para la elaboración de su propuesta, sin embargo, apunta, "esta es una adaptación a la realidad mexicana".

4.5 Los principios defendidos por los códigos de ética periodística

Para realizar el presente análisis comparativo tomamos como criterio fundamental los principios que con mayor frecuencia aparecieron tanto en las declaraciones editoriales como en los códigos éticos considerados.

Es importante destacar la importancia de los principios abordados en las declaraciones y códigos éticos por las siguientes razones:

1. Reflejan las principales preocupaciones y problemas éticos que enfrenta el periodismo en un país, en un momento determinado.
2. Manifiestan el interés y el enfoque particular del medio u organismo profesional que lo formula sobre ciertos problemas de ética específicos.
3. La variedad de principios defendidos en los códigos refleja la necesidad de contar con directrices para cubrir una clase de problemas que requieren de la orientación de las pautas éticas.
4. La precisión y la claridad con que se exponen los distintos principios a seguir puede ser decisiva para contribuir a evitar interpretaciones inexactas o muy subjetivas por parte del periodista que se adhiere a ellos (lo cual pudiera inhabilitar su eficacia).
5. En ciertos casos, las pautas expresadas en los códigos de ética pueden ofrecer vías específicas o normas técnicas que permitan al periodista hacer posible la aplicación de los principios postulados.
6. En frecuentes ocasiones los códigos de ética abandonan el tratamiento de temas fundamentales o los abordan de manera inexacta o insuficiente, por lo que no responden a la problemática de la realidad donde buscan aplicarse.

En 1979, el investigador holandés Cees Hamelink elaboró un análisis de los principios defendidos por los códigos de ética de 35 países de los cinco continentes. A continuación presentamos en forma textual los principios en orden de frecuencia con que aparecieron:

1. Secreto profesional
2. Privacía
3. Exactitud/correspondencia con los hechos/veracidad
4. Corrección
5. Objetividad
6. Integridad
7. Justicia (métodos de obtener información)
8. Imparcialidad
9. Acceso (a fuentes informativas)
10. Contestación (réplica)

Los puntos 1 a 5 aparecen en el 40% de los códigos estudiados; los puntos 6 a 8 en un 25% y del 9 al 10, en un 10%.

La Comisión Internacional de la Comunicación de la UNESCO, o comisión Mc Bride, presenta en 1980 una nómina de conceptos que según esta comisión registró en un número "indeterminado" de códigos de ética del mundo:

- Defensa de la libertad de información
- Libre acceso a las fuentes informativas
- Objetividad
- Exactitud
- Veracidad (o no deformación de los hechos)
- Responsabilidad con el público
- Responsabilidad respecto a comunidades nacionales, raciales y religiosas
- Responsabilidad frente al Estado, a la nación
- Responsabilidad frente al mantenimiento de la paz
- Condena de la calumnia y la difamación
- Respeto de la vida privada
- Respeto al derecho de rectificación

-Respeto al derecho del secreto profesional

En 1991, María Teresa Herrán y Javier Darío Restrepo presentan una lista de los principios más aceptados (de mayor a menor), tras un análisis de 68 códigos de ética nacionales de los cinco continentes, que incluye también códigos internacionales:

1. Veracidad (56)
2. Secreto profesional (50)
3. Rechazo de ventajas personales (44)
4. Ética relacionada con la libertad de información (38)
5. Rechazo del plagio (30)
6. Independencia (30)
7. Solidaridad gremial (29)
8. Respeto de la fama y de la integridad ajenas (29)
9. Responsabilidad (26)
10. Información comprobada y completa (25)
11. Servicio a la comunidad (23)
12. Obligación de rectificar (23)

El número entre paréntesis al lado de cada principio corresponde a la cantidad de códigos en que se menciona expresamente el valor ético fundamental.

En 1996, el investigador Ernesto Villanueva analiza 31 códigos europeos de ética periodística y encuentra que los principios que aparecen con mayor frecuencia son:

1. Veracidad informativa (90%)
2. Secreto profesional (74%)
3. Respeto a la vida privada (87%)
4. Protección a la integridad periodística (93%)
5. Derecho de réplica (51%)
6. Respeto al embargo noticioso (19%)
7. Compromiso de proteger los intereses del Estado (13%)

8. Compromiso de luchar contra la concentración de la prensa (6%)

La cantidad que aparece entre paréntesis corresponde al porcentaje de códigos que tratan cada uno de los principios expresados.

En los listados anteriores puede apreciarse que la forma en que se expresan los principios puede variar significativamente: algunos de éstos se encuentran íntimamente relacionados o algunos temas contemplados por un autor no son considerados por otros.

Sin embargo advertimos que son mayores las coincidencias en principios esenciales: veracidad, secreto profesional, respeto a la privacidad, integridad del periodista, derecho de respuesta o réplica y libertad de expresión e información.

Debemos considerar aquí el margen de subjetividad y los diferentes enfoques con que cada autor aborda y expresa la temática de los códigos y la relevancia que da a cada uno de los principios. Por este motivo, trataremos aquí de dar una breve explicación de algunos de los principios que son más abordados en los códigos de ética.

Por la gran cantidad de conceptos considerados en los códigos no podríamos abordar todos ellos, por lo que otros principios particulares serán comentados en el curso de nuestro análisis comparativo.

4.6 Algunos principios fundamentales de la ética periodística

a) Veracidad

Conviene, por principio, señalar que no es posible dar un concepto absoluto y universal de la veracidad, toda vez que éste involucra siempre discusiones que no es sencillo resolver en unas cuantas líneas. Pero consideramos que sí es posible

aproximarse a una definición de la veracidad informativa en lo concerniente al quehacer periodístico.

Para Villanueva, la veracidad supone ante todo una actitud del periodista encaminada a actuar diligentemente con apego a los hechos en lo fundamental ¹¹.

Herrán y Restrepo indican que el sentido más aceptado en los códigos éticos para la veracidad es el de la fidelidad a los hechos. La verdad del periodista -anotan- es su fidelidad en la descripción de los hechos de que es testigo, o sobre los que ha reunido documentación ¹².

Otros sustantivos son utilizados para expresar este concepto, tales como: exactitud, neutralidad, imparcialidad, precisión, y, con mayor frecuencia, objetividad. Conviene, a propósito, hacer algunos señalamientos sobre este último término tan usado para aludir a la información periodística.

Objetividad, proviene de la palabra objeto, del latín *ob-jectus*, que significa "lo que está determinado". Rivadeneira afirma que no existe algo que sea copia fiel de la realidad física, por lo tanto, la objetividad "no existe", la realidad es irreproducible. Sin embargo, periodísticamente la objetividad es "un acto intelectual, por evitar en lo posible influencias psicológicas en el manejo de señales/signo(...) entonces la objetividad deja de ser algo etéreo para convertirse en un referente de comportamiento del comunicador ¹³.

En este mismo sentido, la veracidad debe entenderse como una actitud, como una forma de ser del periodista en la búsqueda y la obtención de información, ya que establecer una identidad absoluta entre los hechos informados y los hechos efectivamente acaecidos podría rebasar, en muchos casos, las posibilidades materiales de diligencia y cuidado del periodista, quien, con frecuencia depende de fuentes informativas cuya confiabilidad se sustenta en el fondo de lo que se informa ¹⁴.

Quizá, por estas mismas razones, es que Leñero y Marín prefieren hablar de "verosimilitud", pues, afirman, "en periodismo la verdad es aquella que se puede probar,

que se puede documentar, con la sola pretensión de que sea una verdad periodística", y agregan que "la verdad periodística es más verosímil que cierta en sus distintos componentes"¹⁵. Dado que en el periodismo es imposible alcanzar una objetividad absoluta, el periodista debe de ser sumamente escrupuloso en el manejo de su material.

Federico Campbell se pregunta: "Pero ¿qué es la verdad periodística? No se trata de una verdad científica, filosófica, notarial o jurídica (o judicial, como la que fehacientemente debe establecerse en un proceso), sino de la relación más fiel posible entre el hecho y lo que se escribe de este hecho".

En el trabajo periodístico puede haber inexactitudes o imprecisiones involuntarias, en virtud de la naturaleza dinámica y urgente de esta actividad. Pero también estas inexactitudes pueden ser deliberadas ya por intereses comerciales, políticos, personales o de cualquier otro tipo.

Así pues, puede informarse de manera no veraz cuando se proporciona una noticia falsa, cuando se guarda silencio acerca de algún hecho o cuando se ofrece una información tendenciosa.

Aunque este debate puede prolongarse, pues es tan apasionante como el propio periodismo, quisiéramos concretar el tema con algunas consideraciones del periodista costarricense Guido Fernández sobre la "teoría y práctica de la equidad informativa", como corolario de una búsqueda de la veracidad en el periodismo.

Según este autor la "equidad informativa" se basa en los siguientes principios:

- a) La noticia debe tener antecedentes que amparen y apoyen su comprensión
- b) Debe incorporarse el comentario, la réplica o la defensa de una imputación cuantas veces aparezca la noticia publicada
- c) En aclaraciones, respuestas o reacciones, se debe dar al aludido el mismo número de palabras
- d) La presentación de los títulos debe expresar objetividad

e) La actualización: recapitular las noticias¹⁶.

En suma, la técnica del periodismo debe proveer al informador de los recursos que le permitan presentar todos los ángulos posibles de un asunto¹⁷.

En los géneros interpretativos, opinativos e híbridos del periodismo, por extensión, debe ser válido el principio de veracidad, pues aun cuando el análisis, la reflexión y la emisión de juicios de valor presenta un eminente carácter subjetivo por su misma definición, todo comentario e interpretación debe buscar fundarse en un conocimiento cabal, exacto y profundo de los hechos.

b) Secreto profesional

De acuerdo con Marc Carrillo el secreto profesional consiste en "guardar discreción sobre la identidad de la fuente para asegurar el derecho a la información, se trata de dar garantías jurídicas que aseguren su anonimato y evitar las posibles represalias que se puedan derivar después de haber revelado una información"¹⁸.

Herrán y Restrepo definen el secreto profesional como "la obligación que contrae el periodista con algunas fuentes de información, de callar su identificación". Ese compromiso, señalan, es tanto más grave porque con él se garantiza el acceso público a informaciones que de otro modo habrían quedado fuera de su alcance¹⁹.

Así, el secreto profesional tiene un propósito social, pues constituye un elemento necesario para la libertad de prensa, debe mantenerse el secreto en pos de publicar la verdad.

De acuerdo con Villanueva, el secreto profesional contribuye a dotar a la prensa de la debida protección jurídico-social para enriquecer el cumplimiento de su deber de aportar al público la información necesaria para satisfacer el derecho a estar informado²⁰.

El secreto profesional constituye también una reivindicación profesional ya que, como apunta Ángel Benito "es el derecho del periodista a negarse a revelar la identidad

del autor de la información, a su empresa, a terceros y a las autoridades públicas y judiciales"²¹.

Debe acotarse, asimismo, que la información periodística, por ser de carácter público debe tener como premisa el hecho de que toda fuente informativa debe ser normalmente identificada, en atención a que el lector tiene derecho a conocer cuál es la procedencia y confiabilidad de la información que recibe. Por lo cual, se considera al secreto profesional como una circunstancia que se aplica en circunstancias especiales en las cuales el interés público debe ser la guía principal para valorar cuándo el periodista asume el compromiso de la confidencialidad.

c) Respeto a la vida privada

Por respeto a la privacidad entiende Villanueva "el derecho que le asiste a todo individuo a no ser molestado ni interferido por persona o ente alguno en el aspecto íntimo de su vida"²².

De Cupis afirma que "el individuo humano nace ya dotado de ese bien que consiste en ser sustraído a la publicidad, cerrado y custodiado en la propia reserva"²³.

De acuerdo con Pinto Mazal, la vida privada "en oposición a la vida pública es aquella actividad individual íntima de las personas; actividad que éstas tratan de apartar del comentario, de la discusión, de la crítica, ya que reside principalmente en el seno del hogar y se refiere a las relaciones del individuo con sus familiares y amigos, sin relación directa con los altos intereses de la colectividad"²⁴.

Como discutiremos en nuestro análisis comparativo, no es fácil trazar la línea divisoria entre lo público y lo privado. Y menos aún en nuestra época, pues la creciente libertad informativa aunada al espíritu de competencia mercantil y el afán sensacionalista en los medios están provocando una ruptura de las barreras de la vida privada.

Los medios electrónicos a través de programas de nota roja, de información del "medio artístico" y los "shows" televisivos están contribuyendo significativamente a que la vida privada se convierta en un espectáculo que, a través de la información "exclusiva", logra despertar el interés de amplios públicos. El estilo periodístico con el que se hacen estos programas indudablemente está influyendo en la banalización de los acontecimientos políticos, sociales y económicos de verdadera trascendencia pública.

Asimismo, los programas que usan la vida privada de los individuos como información "noticiable", se valen del deseo del ciudadano común de que su vida "trascienda", es decir, logre salir del anonimato y adquiera un "valor" por el solo hecho de aparecer en los medios, aunque ello suponga el exhibir sus desgracias, su pobreza, sus conflictos familiares, sus deformidades o patologías psicosociales, haciendo a un lado el hecho de que gran parte de estos problemas individuales o privados, obedecen a fenómenos económicos, culturales, psíquicos y morales de naturaleza social.

El despliegue de la "paparazzización" de la política es también un síntoma de la creciente injerencia de los medios en la vida privada de los individuos. Si bien los personajes públicos deben estar sujetos permanentemente al escrutinio social en sus actividades, es tarea del periodismo ético hacer las distinciones pertinentes de cuándo un hecho de su vida privada tiene repercusiones de considerable trascendencia en la vida social y por lo tanto amerita convertirse en una información valiosa para el bien público.

De esta forma, diversos códigos de ética postulan que sólo en casos de interés público pueden transgredirse los derechos y los sentimientos privados. A este respecto, debemos señalar que si bien no pueden existir fundamentos universales para valorar cuándo una intrusión en la vida privada se justifica en nombre del "interés público", el periodista debe estar dotado de la preparación y capacidad de discernimiento que le

permite advertir cuándo el afán de ofrecer una información exclusiva puede convertirse en oportunismo mercantil y lesiona la integridad moral de los individuos.

La Ley de Imprenta en nuestro país identifica los ataques a la vida privada con las lesiones contra el honor y la reputación del individuo. Sin embargo, según Villanueva, la vaguedad de muchos de los conceptos utilizados en esta ley han anulado su eficacia como cuerpo normativo.

d) Protección a la dignidad humana

En esta categoría pretendemos incluir una serie de conceptos que se hallan íntimamente ligados con el respeto a la vida privada de las personas, pero que requieren ser explicados de manera más específica en función de que rebasan el concepto particular de la privacidad.

Entendemos, en un sentido amplio, que el respeto a la dignidad humana se refiere a la diligencia del periodista en todos aquellos manejos informativos que puedan lastimar la integridad moral de las personas.

Los códigos de ética de diversos países han puesto especial cuidado en la forma en que el periodista debe tratar las informaciones referentes a procesos judiciales, con la finalidad de que éste no interfiera la investigación ni ofrezca juicios adelantados o informaciones tendenciosas que puedan influir en la administración de justicia. En este sentido, la inculpación o atribución de delitos a una persona sin que se haya dictaminado su culpabilidad conforme al debido proceso jurídico, es una delicada forma de lesionar la dignidad del individuo.

De igual forma, los códigos deontológicos ponen énfasis en la protección que se debe dar a las víctimas de delitos, violaciones o accidentes, a las personas presuntamente involucradas en actos delictivos, así como a los familiares de dichas personas. La protección a menores también figura como principio en varios códigos, así

como el respeto a personas que sufren alguna enfermedad, vicio, anormalidad o cualquier otra clase de padecimiento.

Otras formas de proteger la integridad moral, previstas por los códigos, son el respeto del periodista ante el dolor y el sufrimiento humano, en cualquier manifestación, así como el rechazo a cualquier forma de discriminación, sea de índole cultural, racial, sexual, ideológica o política.

En diversos códigos se sugieren formas de tratamiento informativo para los casos señalados, en las que se busca poner a salvo la dignidad de la persona y que el periodista pueda valorar hasta qué punto es necesario para el interés público que se conozcan determinados aspectos de la información.

Formas de lesión a la dignidad humana, jurídicamente tipificadas en el Código Penal de nuestro país, son la difamación, la calumnia y el daño moral. Al estar consideradas en la legislación estas figuras, podría pensarse que es innecesario mencionarlas como temas de la ética periodística. Sin embargo, precisamente por la controversia que ha despertado su aplicación en los casos referidos a la libertad de información en los medios, es preciso que también sean contempladas desde la perspectiva deontológica.

Podemos considerar que la difamación, la calumnia y el daño moral tienen su fundamento en un concepto esencial: el derecho al honor. Según Villanueva, este es un derecho fundamental que tiene por objeto preservar la dignidad personal reflejada en la imagen que se proyecta a los demás y en la consideración que sobre sí mismo tiene la propia persona²⁵.

Por todo lo anterior, para motivos de nuestro análisis comparativo consideraremos las diversas modalidades enunciadas como formas de lesión a la dignidad humana.

e) *Integridad del periodista*

Para el periodista Pretti Hemanus la integridad consiste en "la independencia del periodista de las fuerzas exteriores y su capacidad para resistir a todo intento de estas fuerzas de influir en el trabajo periodístico"²⁶.

Al cumplir con una función de muy alta responsabilidad social, ser el vínculo entre el ciudadano y los acontecimientos, fungir como interlocutor entre los poderes y las fuerzas sociales, el periodista requiere de una enorme entereza moral (casi heroica), una gran capacidad para resistir a la corrupción y a las presiones ante circunstancias verdaderamente difíciles. En la integridad del periodista reside el núcleo de la *ética de la profesión*.

El conjunto de las fuerzas en medio de las cuales desarrolla su labor, condiciona al periodista en el cumplimiento de sus deberes profesionales. En virtud de ello, el periodista puede asumir actitudes que desvirtúan el propósito de informar verazmente y servir a la sociedad.

Algunas de las principales conductas censurables del periodista que aparecen en los códigos de ética son:

1. Recibir sobornos por publicar, dejar de publicar o dar una determinada orientación a la información periodística
2. Permitir la injerencia de personas ajenas a la redacción en la definición de los contenidos periodísticos²⁷.
3. La obtención de ventajas personales en el ejercicio profesional

Ejemplos de estas ventajas personales pueden ser los privilegios, dádivas, obsequios, gratificaciones, *trato especial*, descuentos, boletos de espectáculos, alojamientos gratuitos, alimentos, viajes, etc. El periodista abusa de su posición en los medios cuando utiliza la información con propósitos lucrativos y puede publicarla o retenerla, según los intereses de las fuentes, como una mercancía.

El problema de la integridad periodística tiene como trasfondo la relación laboral entre el periodista y el medio al que sirve, así como las relaciones con los anunciantes, el gobierno y las fuentes informativas que mantiene la empresa periodística.

Los bajos sueldos de los periodistas son una circunstancia que, como en el caso de México, han favorecido la corrupción de los periodistas que, buscando compensaciones económicas, han sido absorbidos por el sistema multimodal de control informativo del gobierno (apoyos diversos del gobierno a la prensa, publicidad oficial y compensaciones económicas directas o "embutes").

Aquí nos resulta necesario también el concepto de grupos de presión que, para Leonard Finder, representan "un movimiento organizado con el objeto de forzar a la prensa a aceptar los puntos de vista de determinados grupos, en especial de ciertos grupos minoritarios"²⁸.

A este respecto, Guido Fernández precisa que los grupos de presión pueden ser incluso los propietarios de los medios mismos o sus hijos, o "todo aquel que se siente con el derecho de pedir al medio de comunicación que suprima, incluya, modifique o maquille la noticia"²⁹.

Así, la independencia del medio informativo y la integridad de los empresarios es también una condición esencial para el fortalecimiento de la integridad individual del periodista.

Leñero y Marín apuntan que la "dignidad profesional" implica una autonomía moral no sólo frente a los sujetos y asuntos que trata el periodista para obtener la información, sino también frente a sus compañeros de fuente y de trabajo"³⁰.

Dentro de este tema debemos incluir el "conflicto de interés" como una circunstancia donde también se pone a prueba la integridad del periodista.

Por conflicto de interés entendemos todas aquellas actividades o actitudes del periodista que pueden comprometer la veracidad informativa y el servicio al público, si bien como ciudadanos están en libertad de realizarlas. Aquí figurarían situaciones

tales como el pertenecer a organizaciones políticas, el ejercer un segundo empleo, el desempeñar un cargo público, desempeñarse en organizaciones civiles, mantener relaciones de amistad con determinadas fuentes, etc.

Campbell explica que en los países civilizados, donde pervive una tradición respetuosa y profesional del oficio de informar, el conflicto de interés tiene como principio de fondo que en una sociedad democrática no puede haber privilegios: no se pueden favorecer intereses particulares en menoscabo de los generales o del bien común. Bajo este espíritu, o esta lógica, cualquier relación o trabajo que pervierta el ejercicio libre y en lo posible objetivo del periodista, encaja en la categoría que se conoce como "conflicto de intereses".

f) Derecho de réplica

Para Martínez de Sousa, el derecho de réplica es la "posibilidad que tiene toda persona natural o jurídica para aclarar cualquier información publicada en la que se mencione o se aluda a su nombre"³¹.

González Ballesteros detalla que este derecho puede definirse como una facultad que se concede a una persona "que se considere perjudicada en su honor, prestigio o dignidad, por una información, noticia o comentario, publicada en un medio de comunicación social y que lleva a exigir la reparación del daño sufrido mediante la inserción de la correspondiente aclaración, en el mismo medio de comunicación e idéntica forma en que fue lesionado"³².

La imposibilidad de una objetividad absoluta en el periodismo tiene como consecuencia que la información pueda presentar inexactitudes o errores involuntarios, en cierta forma, concernientes a la naturaleza de esta actividad. Tales inexactitudes y errores pueden ser, por otro lado, deliberadas, en cuyo caso se trata ya de una manipulación o distorsión informativa.

El derecho de réplica resulta fundamental en la consecución de una información veraz puesto que permite a la persona aludida en una información dar su propia versión de los acontecimientos. A este respecto Villanueva señala que "el derecho de respuesta representa el primer instrumento con que cuenta el ciudadano para acceder a los medios de comunicación a fin de hacer valer sus puntos de vista sobre hechos que lesionen sus derechos fundamentales"³³.

El mismo autor extrae de este derecho una serie de consideraciones :

-Constituye una vía inmediata, de carácter extrajudicial, que habilita al particular para defender su honor, reputación, personalidad o imagen afectadas por información inexacta o equivocada, mediante la difusión de las precisiones o correcciones pertinentes, en el medio donde se originó la controversia.

-Representa un vehículo de comunicación entre emisores y receptores, que coadyuva a fomentar la objetividad y veracidad en la información que transmiten los medios de comunicación a la opinión pública.

-Ofrece a la sociedad civil distintas posturas y puntos de vista sobre hechos controvertidos, circunstancia que le brinda mayores elementos de juicio sobre temáticas de interés general³⁴.

Aunque el derecho de réplica está contemplado en nuestra Ley de Imprenta, en la práctica no se cumple bajo las condiciones que estipula el artículo 27 de este cuerpo normativo. Por ello es que además de una norma jurídica, el derecho de réplica representa un deber ético que responde al sentido de elemental equidad informativa.

No obstante que, como hemos visto, la consecuencia de la réplica debiera ser la corrección o rectificación, creemos que es necesario poner énfasis en este tema como un deber ético que con mucha frecuencia no se cumple, ya que para los medios informativos ello implica una pérdida de credibilidad, cuando en realidad, el reconocimiento de las equivocaciones es lo que permite tener mayor confianza en la honestidad del medio.

Más aún, puede darse el caso en que aún sin necesidad de una réplica el periodista reconozca un error informativo, en cuyo caso la corrección debe hacerse en cuanto el error haya sido percibido por el informador o el medio.

g) Libertad de expresión e información

Las libertades de expresión e información son el fundamento de la ética periodística. Si el periodista no es libre en el ejercicio de su profesión no puede cumplir debidamente con las tareas que le son propias. Sin libertad tampoco puede asumir la responsabilidad moral de sus actos, pues al ser condicionado por su empresa informativa o por alguna fuerza política o económica que lo orille a conducirse profesionalmente en un determinado sentido, no puede actuar éticamente.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos, proclamada por la ONU en 1948, establece en su artículo 19o. que:

"Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones y el difundirlas, sin limitación de frontera, por cualquier medio de expresión"³⁵.

Diversos códigos de ética declaran que la actitud responsable del periodista es la mejor forma de defender la libertad de expresión. Por lo cual al actuar éticamente el periodista se hace, a su vez, defensor de la libertad que es su condición imprescindible para cumplir con sus deberes.

La libertad de expresión es un derecho fundamental que protege la emisión - por cualquier medio- de ideas, opiniones y juicios de valor³⁶. Este derecho se encuentra tutelado en nuestra Constitución Política en los artículos 6o. y 7o.

La libertad de información es un derecho fundamental que tutela la investigación, el tratamiento y la difusión de hechos y datos de carácter noticioso³⁷. En teoría, este derecho estaría implícito en la garantía del derecho a la información que contempla el

propio artículo sexto constitucional. Sin embargo se carece de una ley reglamentaria que pueda garantizar a los periodistas el libre acceso a las fuentes de información.

Si el periodista no cuenta con la protección legal de un marco jurídico que garantice la libertad de información, tampoco podrá cumplir con sus deberes profesionales. El periodista es el agente principal en el cumplimiento del derecho universal a una información veraz, oportuna, completa, suficiente y de fuentes variadas.

El código ético de los periodistas de Croacia, por ejemplo, reconoce que el derecho del público a conocer los hechos y opiniones se originan la totalidad de derechos y obligaciones de los periodistas.

Asimismo, el Código de Dinamarca indica que la libertad de palabra está estrechamente conectada con el libre acceso de la prensa a las fuentes de información y con las noticias para su correcta publicación.

En su base doctrinal, casi todos los códigos de ética conciben el seguimiento de normas deontológicas como salvaguarda y defensa de la libertad de prensa. Además, muchos de ellos, en sus preámbulos reconocen al periodismo como una actividad de interés público, como un servicio que se brinda a la sociedad y, en consecuencia, perciben a la información como un bien social y no únicamente como una mercancía.

Como hemos aclarado anteriormente, el resto de los principios éticos contenidos en las declaraciones de principios y códigos éticos que comparamos, serán comentados en el curso del análisis.

4.7 Análisis comparativo

I. Las declaraciones de principios editoriales de los diarios

En el siguiente listado indicamos los diarios en que aparece en forma explícita cada principio deontológico, en orden decreciente. El número en el paréntesis corresponde al número de diarios que asume la norma ética.

Veracidad:

El Economista, Reforma, El Nacional (3)

Respeto a la privacidad:

El Economista, Reforma, El Nacional (3)

Derecho de réplica:

El Economista, Reforma, El Nacional(3)

Protección a la dignidad humana:

El Economista, El Nacional (2)

Libertad de expresión e información:

Reforma, El Nacional (2)

Independencia y conflicto de interés:

El Economista, Reforma (2)

Distinción entre información y opinión:

El Economista, Reforma (2)

Distinción entre información y publicidad:

El Economista, Reforma (2)

Manejo y presentación de informaciones:

El Economista, El Nacional (2)

Acceso del público al medio informativo:

Reforma (1)

Corrección:

Reforma (1)

En relación con la cláusula de la conciencia:

El Nacional (1)

A continuación reproducimos los principios de las declaraciones correspondientes a cada tema, acompañados de breves comentarios y observaciones personales.

1. Veracidad

-El Economista señala que los lectores tienen derecho a "una información especializada, veraz, plural, interesante, actual y de alta calidad" (Economista).

- "Ejercer la libertad de expresión, indagando y publicando hechos, datos y verdades de interés público" (Reforma).

- "El Nacional realizará un periodismo objetivo, verídico y de profundidad" (Nacional).

Podemos apreciar que el calificativo "veraz" para la información se acompaña normalmente de otros que tienden a reforzar tal concepto: plural, especializada, objetiva, profunda, actual. Pero otros calificativos pueden resultar un tanto imprecisos: "interesante", "de alta calidad", lo cual queda más sujeto a la interpretación de la empresa.

Resalta que en el diario *Reforma* este principio no se reconoce de manera específica, sino como parte del ejercicio de la libertad de expresión, por lo que se sobreentiende en las palabras "hechos, datos y verdades".

Llama la atención que no se hayan considerado características de la información periodística como: completa, suficiente, oportuna y de fuentes variadas, esto último en función del compromiso fundamental de equidad informativa.

2. Respeto a la vida privada

- "...que la información publicada por *El Economista* sea respetuosa de la vida privada, la moral y la paz pública" (*Economista*).

- "Respetar el derecho de cada individuo a su privacidad, salvo cuando este derecho constituya un obstáculo a la difusión de interés público" (*Reforma*)

- "...No se fomentará ni aceptará la invasión de la privacidad de las personas. Sólo se manejará esa información cuando la vida privada de una persona tenga repercusiones evidentes en la vida pública" (*El Nacional*).

Creemos que es de enorme valor la inclusión de las salvedades que establecen *El Nacional* y *Reforma*, pues la vida privada no debe constituir un obstáculo para el periodista cuando los actos privados de las personas tienen repercusiones públicas. Ello se hace más necesario en nuestro país para las figuras públicas y funcionarios, pues, en frecuentes ocasiones los problemas de corrupción están relacionados inevitablemente con aspectos de su vida familiar o íntima, asunto que se volverá a tratar más adelante. *El Economista* no hace acotación alguna al principio de respeto a la privacidad.

3. Derecho de réplica

- El lector tiene derecho "...a externar su opinión, sugerencias e inconformidades, lesiones a sus derechos o solicitar aclaraciones que considere convenientes sobre lo que se publica en las páginas de *El Economista*, a través del Defensor del Lector" (*Economista*).

- "Garantizar el derecho de réplica objetiva" (*Reforma*)

- "Todo lector que se sienta afectado por una información tendrá derecho a réplica en las mismas páginas del periódico..."

"En el caso de información que pueda causar el desprestigio de una persona o institución, se les ofrecerá la oportunidad de exponer su versión de los hechos y hacer el descargo correspondiente (Nacional)

Es visible la ventaja que en este principio tiene *El Economista* sobre los otros dos diarios, ya que cuenta con un "defensor del lector". Además, este diario considera no sólo la réplica, sino también las opiniones, sugerencias e inconformidades. Para los tres diarios sería deseable que especificaran (o anexaran) qué características debe cumplir la réplica para ser publicada, así como el espacio y tipografía que concederán a la respuesta.

4. Manejo y presentación de informaciones

"...que la mayor parte de la información del periódico sea resultado de la investigación, de tal manera que reciba más hechos que dichos" (Economista)

"Asegurar el acceso a los lectores a las diferentes versiones del suceso..."(Reforma)

-Que la información "...esté apoyada en hechos, fuentes y datos" (Nacional).

Aun cuando en este tipo de declaraciones no podemos encontrar normas detalladas de técnicas periodísticas, como en un manual de estilo, es significativo que los tres diarios declaren su apego a los hechos y a la investigación.

Como complemento del principio de veracidad, debe destacarse la concepción de *Reforma* sobre el equilibrio informativo (diferentes versiones de un suceso).

5. Distinción entre información y opinión

"...que la opinión y la información se distingan entre sí, de manera evidente, en cada sección de *El Economista*" (Economista).

"...debe distinguir a los hechos de las opiniones en su tratamiento periodístico" (Nacional).

Mientras *El Economista* señala que esta distinción debe ser evidente (se infiere que en su presentación espacial o tipográfica), *El Nacional* no hace tal aclaración. Pero de ambos podemos deducir que la presentación de los distintos géneros periodísticos debe ser suficientemente identificable para el lector. *Reforma* no formula este principio.

6. Distinción entre información y publicidad

-"... se distinga claramente la publicidad de la información, especialmente en lo que toca a la gacetilla política y a las notas pagadas" (*El Economista*).

-"Diferenciar, en forma identificable para los lectores, el material editorial y el publicitario"(Reforma).

De las dos afirmaciones, que son muy semejantes, cabe destacar que *El Economista* se refiere explícitamente a la gacetilla política y la nota pagada, un problema muy frecuente y de larga existencia en la prensa mexicana. *El Nacional* no establece este principio.

7. Protección de la dignidad humana

-"Que en las notas publicadas (...) se eviten en todo caso el halago y el ataque personal" (*Economista*)

-"...respetar los sentimientos nacionales, raciales, religiosos y regionales de los diferentes grupos sociales sin demérito de su responsabilidad informativa.

"No será admisible la publicación de denuncias e informaciones que estén instrumentadas para desprestigiar a determinada persona, fuerza social o política"(El Nacional)

Debemos destacar que al referirse al "ataque personal", *El Economista* está cercano al principio de evitar la difamación, la calumnia y la injuria, lo cual sería deseable que apareciera en forma explícita en las tres declaraciones analizadas. Sin

embargo son importantes las aportaciones de estos diarios para dar un tratamiento cuidadoso a la información que pueda causar desprestigio a las personas.

También es excepcional encontrarse con el respeto a la diversidad cultural, racial y religiosa, como lo vemos en *El Nacional*. Cabe destacar que entre los códigos éticos y declaraciones analizadas este es el único diario que toca este tema, por lo que sería deseable que otros códigos contemplaran este principio.

8. Independencia y conflicto de interés

- "...que cada uno de los periodistas y colaboradores (...) respalden su información y su análisis, no haciéndose eco de rumores o de intereses ajenos a los hechos (Economista).

- "Mantener la independencia" (Reforma).

Resulta importante que un diario, como empresa, declare el principio de mantenerse independiente frente a intereses ajenos a su política editorial e informativa, pues permanentemente existen fuerzas económicas y políticas que actúan sobre un *órgano de prensa para intervenir en su orientación ideológica*.

El principio enunciado por *El Economista* toca aspectos esenciales relacionados con la veracidad, la integridad y el conflicto de interés y, en ese sentido, es más explícito que *Reforma* sobre el tratamiento que dará a sus informaciones. *El Nacional* no hace mención de este principio.

9. Libertad de expresión e información

- "Ejercer la libertad de expresión, indagando y publicando hechos..." (Reforma)

- "Los reporteros, fotógrafos y escritores de *El Nacional* tendrán plena libertad para buscar y generar información (...) su libertad de expresión sólo podrá estar delimitada por los propios hechos y por la responsabilidad social de medio" (Nacional).

La libertad para buscar, recibir y publicar información, así como la posibilidad de expresar opiniones y juicios de valor son dos presupuestos básicos de la ética periodística. Sin libertad no existe la ética. Por ello es preciso que estas libertades queden plasmadas también en las declaraciones editoriales.

Más aún puede subrayarse que, muchas veces, el propio medio es una de las instancias que primero ponen barreras a la libertad informativa, de acuerdo con sus intereses y su política editorial. En este sentido, hubiese sido deseable que la declaración de *El Economista* se pronunciase a este respecto.

10. Corrección

-“Corregir los errores que hayan sido cometidos en sus ediciones”(Reforma).

No obstante que el hacer valer el derecho de réplica constituye un primer paso para corregir errores o inexactitudes, es necesario que la información sea rectificada para darse a conocer al público correctamente. Las omisiones, las distorsiones deliberadas, las imprecisiones y otras formas de error o manipulación deben ser corregidas con independencia de si existe una réplica de por medio. Por lo cual creemos que los diarios deben hacer explícita su disposición y sus lineamientos para formular las correcciones pertinentes.

11. En relación con la cláusula de la conciencia

-“Cuando un colaborador decida retirarse de El Nacional por diferencias con la línea editorial, tendrá derecho a utilizar su espacio para hacer pública su discrepancia”(Nacional).

Es un derecho, no sólo del colaborador, sino de todo miembro de la redacción que se respete su disenso ante un cambio de orientación editorial así como sus convicciones éticas personales y sus derechos laborales. En el caso específico de los articulistas, es de elemental justicia que en el espacio del que disponen enuncien los

motivos por los cuales dejan de colaborar con el periódico. Sin embargo, esta reivindicación debe corresponder a todo periodista del diario expresada en los términos de una "cláusula de la conciencia", de la cual hablaremos más adelante.

12. Participación y acceso del público al medio informativo

- "Abrir los procesos de información del periódico al escrutinio y a la participación activa de consejos editoriales de la comunidad" (Reforma).

Esta propuesta, presentada como un compromiso, es de un enorme valor, pues se trata de una idea inédita en México y que permite de una manera abierta y democrática contribuir a una auténtica regulación social de los medios.

El problema, en este caso, consiste en la forma de verificar y hacer público el funcionamiento y las decisiones de los consejos editoriales del público, de manera que sea posible verificar que sus observaciones, críticas y señalamientos se reflejen en las rectificaciones o cambios que realice el diario en su presentación informativa.

Algunas consideraciones parciales

Una valoración global de las declaraciones de principios de los tres diarios comparados nos permite afirmar que, en lo general, expresan preocupaciones comunes: una voluntad de apego a la verdad y a los acontecimientos en la información, así como la intención de abrir sus espacios a la réplica y a la discusión pública. En este sentido, es destacable su interés por proteger los derechos de los lectores y establecer compromisos de servicio con ellos.

Estos aspectos resultan fundamentales para acceder a una estructura más democrática de los diarios y plantear la posibilidad de un diálogo real entre éstos y sus públicos.

Debe subrayarse además la preocupación por hacer un periodismo mejor documentado, que proteja la dignidad y la reputación de las personas, así como el propósito de hacer una clara distinción entre información, opinión y publicidad.

No obstante, podríamos señalar algunas objeciones particulares:

a) Las condiciones y términos en que serán publicadas las réplicas no son lo suficientemente claras y equitativas. El diario *Reforma*, en su sección de cartas de los lectores indica que el diario se reserva el derecho de editar las cartas por cuestiones de espacio y establece la condición de que la temática sea de interés público. Por lo que puede prevalecer la discrecionalidad en los criterios para publicar las aclaraciones u opiniones, según la línea editorial del diario.

Asimismo, el espacio que se presta a las réplicas, si bien ha funcionado en forma considerable, no cumple aún con el ideal de dar las mismas proporciones espaciales y tipográficas que tuvo la nota que propició la respuesta. Por ello es que se requieren además criterios legales mínimos sobre el cumplimiento del derecho de réplica y corrección.

b) No es posible saber con claridad hasta qué grado los diarios mantienen su independencia, pues sus vínculos con los intereses políticos o comerciales generalmente se mantienen en la penumbra. Por ello se hace necesaria una mayor transparencia de las relaciones que mantiene el gobierno y los grupos comerciales con la empresa informativa. Sobre este particular sería deseable que periódicamente se dieran a conocer los datos sobre el régimen de propiedad, los nombres de los accionistas y el tiraje real del órgano informativo, así como todos los cambios que se susciten en el diario que afecten a la política informativa y editorial.

Villanueva ha propuesto la elaboración de un registro de libre acceso al público con los datos de los propietarios de la prensa y concesionarios de radio y televisión, que se renueve constantemente. Trejo Delarbre también ha señalado la responsabilidad de los medios de informar sobre su situación, sus transformaciones, sus proyectos de

interés general, su tiraje y circulación, sus cambios en el régimen de propiedad, decisiones de expansión y alianzas con otros medios.

También resulta necesario un régimen legal de ayudas del Estado a los medios informativos, en favor de lograr criterios jurídicos, claros y equitativos, en las distintas modalidades en que se puede apoyar económicamente a la prensa sin comprometer sus valores deontológicos.

c) Las empresas periodísticas deben reforzar los derechos y libertades de los reporteros para poder dar cumplimiento a los principios éticos que han establecido. El mejoramiento de las condiciones laborales, la protección a su integridad física y la profesionalización y preparación continua son también condiciones que permiten cimentar la aplicación de los principios deontológicos.

Establecer márgenes considerables de respeto entre los propietarios, directivos y periodistas del órgano de prensa, es también condición necesaria para defender la autonomía moral de los informadores. Una comunicación intensa, entre jefes de sección, directivos y periodistas, sobre la forma en que deben ser tratadas las noticias, con base en criterios de equidad informativa, debe reportar un beneficio mutuo que fortalezca los fines éticos de la empresa y su sentido de servicio.

El diseño y ensayo de fórmulas que tiendan a democratizar las relaciones entre los periodistas de la empresa es también una circunstancia favorable para el ejercicio ético del periodismo: estatutos editoriales, consejos de redacción u otro tipo de órgano interno que permita la participación del periodista en las decisiones editoriales del diario y lo defienda cuando se hayan lesionado sus convicciones éticas.

d) El ombudsman de un periódico es un mecanismo idóneo para complementar la función de una declaración de principios editoriales, ya que tiene la función de velar porque los compromisos contraídos con el lector se observen. Es plausible que desde 1993 hasta el momento, el profesor Alejandro Avilés se mantenga como defensor del

lector de *El Economista*, pero sería benéfico que otros diarios se propusieran designar a su ombudsman, para que los principios éticos tengan mayores posibilidades de cumplirse en la práctica.

Recientemente, el nuevo diario *Milenio*, instituyó la figura de su propio ombudsman, Luis Petersen, quien cuenta con una columna dominical para tratar los asuntos relacionados con observaciones y críticas que los lectores hacen llegar por correo electrónico.

e) Es necesario, que las declaraciones de principios puedan prevalecer como guías de conducta y no solamente respondan al interés del diario por ganar credibilidad, pues un cuerpo de principios de esta naturaleza no se puede reducir a una estrategia publicitaria (una pseudoética).

Las declaraciones editoriales y los códigos éticos empresariales no deben ser formulados como resultado de la presión gubernamental o de la insistencia del Presidente en este tema, puesto que ¡cuán fácil resultaría para un medio informativo escribir una lista de buenos propósitos deontológicos para que el gobierno "crea" que ha sido atendido su llamado!, pero ¡cuán difícil resulta observar esos principios en la práctica cotidiana y crear mecanismos que estimulen su cumplimiento!

Es por estas razones que enfatizamos la importancia que tiene el código de ética de los periodistas adoptado como grupo profesional, pues con frecuencia, cada diario tiende a interpretar los principios que asume como "su propia ética".

f) Una declaración de principios editoriales no puede ser únicamente la expresión de los dueños de la empresa, sino de todos los que allí laboran. Menos aún tratándose de pautas de ética, lo cual supone comprometer las convicciones individuales. Por lo cual el diseño de normas deontológicas, estatutos redaccionales o manuales de estilo, debe en lo posible, considerar a todos los periodistas que laboran y ser susceptible de criticarse o corregirse, de acuerdo con las circunstancias o problemas que enfrentan los diarios.

g) La creación de un Consejo de Prensa integrado por representantes de todos los diarios y miembros de la sociedad civil, es una alternativa prácticamente inexplorada. Este organismo constituye una fórmula que ofrece amplias posibilidades de funcionamiento democrático. Pluralmente integrado, el Consejo de Prensa no tiene por qué convertirse en un órgano burocrático, ni una instancia que comprometa la libertad, el perfil y la orientación ideológica de cada empresa informativa.

En las experiencias de otros países (Suecia, Gran Bretaña, Polonia, Turquía, Austria, Alemania, Colombia) que cuentan con un Consejo de Prensa, estos organismos no son tribunales inquisidores de la prensa, sino instancias conciliadoras que analizan y discuten los problemas relacionados con la ética: sus resoluciones no lesionan la libertad informativa pues son esencialmente recomendaciones o llamados a la corrección de informaciones. Además, en su seno, se discuten también los problemas relacionados con la defensa de la libertad de prensa y la protección de los periodistas.

Dada de la peculiar situación de la libertad de prensa que ha privado en nuestro país, sería necesaria una investigación sobre las posibilidades de un Consejo de Prensa Mexicano. Pero podría decirse que este proyecto representaría una de las propuestas más serias y avanzadas para lograr consensos mínimos sobre pautas deontológicas y una demostración más sensible del compromiso de las empresas periodísticas con los lectores.

II. *Los códigos de ética periodística*

El siguiente listado nos permite observar cuáles son los **códigos** (indicados con el apellido de su autor) que abordan cada uno de los principios expresados. Aquí también agregamos en el paréntesis la cantidad total de códigos éticos que señalan explícitamente el principio.

Veracidad:

Trejo, DAEPP-UIA, Camargo, Fernández (4)

Secreto profesional:

Trejo, DAEPP-UIA, Camargo, Fernández (4)

Protección de la dignidad humana:

Trejo, DAEPP-UIA, Camargo, Fernández (4)

Respeto a la vida privada:

Trejo, DAEPP-UIA, Fernández (3)

Integridad del periodista:

Trejo, DAEPP-UIA, Fernández (3)

Conflicto de interés:

Trejo, DAEPP-UIA, Fernández (3)

Rechazo al plagio:

Trejo, DAEP-UIA, Fernández (3)

Derechos laborales de los periodistas:

Trejo, DAEPP-UIA, Camargo (3)

Libertad de expresión e información:

Trejo, DAEPP-UIA, Camargo (3)

Distinción entre información y opinión:

Trejo, Fernández (2)

Manejo de imágenes informativas:

Trejo, Fernández (2)

Métodos honestos para obtener información:

Trejo, Fernández (2)

Derecho de réplica:

Trejo (1)

Corrección:

Trejo (1)

Distinción entre publicidad e información:

Trejo (1)

Solidaridad profesional:

DAEPP-UIA (1)

Derecho de autorregulación:

DAEPP-UIA (1)

En relación con la cláusula de la conciencia:

Trejo (1)

Profesionalización del periodista:

DAEPP-UIA (1)

Embargo noticioso:

Camargo (1)

Manejo y presentación de informaciones:

Trejo (1)

A continuación reproducimos los principios correspondientes a cada tema expresado en los códigos. Hacemos también algunos comentarios personales, los cuales son abreviados o ampliados según lo requiera el caso.

1.Veracidad

-*"Decir la verdad es obligación primordial en el manejo de informaciones"*

"...resulta imprescindible mantener y defender la veracidad de las noticias" (Trejo)

-*"(el periodista) reconoce que la información es un servicio de interés público y asume entre sus principales responsabilidades informar de manera veraz, completa, plural y oportuna"(DAEPP-UIA).*

-*"En su quehacer profesional, el periodista se regirá por el principio de la veracidad, entendida como información responsable de los hechos" (Camargo).*

-*"Hay que decir la verdad, escribir en forma precisa y objetiva, evitar tanto la distorsión como la malinterpretación de los hechos, y eludir la parcialidad" (Fernández).*

Es evidente la primacía que tiene la veracidad como el principio de ética más importante en la profesión periodística. Reconocer que la verdad debe defenderse (Trejo), que la información es un servicio de interés público (DAEPP-UIA) y que ésta debe ser responsable (Camargo), son concepciones que subrayan el sentido ético y de servicio a la sociedad del periodismo.

Son importantes otras consideraciones que hacen los códigos sobre la información periodística, como su pluralidad, oportunidad y suficiencia (DAEPP), así como el evitar la distorsión, la incorrecta interpretación y la parcialidad (Fernández). Por esta razón creemos que las consideraciones de los cuatro códigos sobre este tema son propositivas y los conceptos expresados resultan complementarios.

De esta forma, el principio de veracidad informativa se reafirma como el cimiento de la ética de la profesión.

2. Secreto profesional

- "El secreto profesional es un derecho, al mismo tiempo que un deber de los informadores. Los medios de comunicación han de ser solidarios con el derecho de un informador a no revelar sus fuentes. Pero este derecho ha de ser considerado de ejercicio excepcional..." (Trejo).

-- "El periodista inscribe su ejercicio en el ámbito de lo público y tiene derecho a guardar el secreto profesional" (DAEPP-UIA).

- "El periodista debe guardar el secreto profesional de sus fuentes de información y respetar la confianza que se le otorga al poner en su conocimiento antecedentes reservados, inclusive ante requerimientos judiciales" (Camargo)

- "Las fuentes citadas en una nota o reportaje deben ser claramente identificables, y las fuentes confidenciales deben respetarse" (Fernández).

Puede destacarse primeramente la relevancia del secreto profesional, contemplado en los cuatro códigos, como un deber y un derecho del periodista. El valor

del secreto profesional reside en la posibilidad de brindar a la sociedad información de interés público que no podría ser dada a conocer sin la protección de la identidad de las fuentes.

Cabe resaltar que las concepciones de Trejo y Fernández consideran al secreto profesional como un ejercicio excepcional, pues se aplica "únicamente cuando decir cuál ha sido la fuente de una información pueda implicar riesgo para la integridad física, profesional o de cualquier índole, del o los informadores" y "por lo general es deseable que se indique con toda claridad cuál es la fuente de la noticia" (Trejo).

Claudia Fernández acota que "resulta preciso (...) procurar citar por nombre a aquellos que proveen la información importante y evitar el abuso de las fuentes informativas".

No obstante, una vez que el periodista ha asumido el compromiso de confidencialidad debe defenderlo hasta sus últimas consecuencias, como enfatiza Camargo: "el periodista que se haya comprometido a mantener en forma confidencial hechos e informaciones, no debe darlos a conocer ni pública, ni privadamente".

En todo caso, el criterio del periodista debe anteponer siempre las consideraciones de interés público para dar a conocer una información de fuentes confidenciales, dar siempre un tratamiento crítico a sus fuentes, enjuiciar la trascendencia de la información proporcionada y, de ser pertinente, usarla sólo como guía de su investigación

3. Respeto a la vida privada

"Los medios de comunicación están permanente e invariablemente obligados a respetar la vida privada de los individuos" (Trejo)

-"(el periodista) Respetar la vida privada de las personas" (DAEPP-UIA).

-"El reportero debe respetar la vida privada" (Fernández).

La dificultad para trazar una línea entre lo público y lo privado, desde el enfoque periodístico, es un problema complicado en nuestra sociedad contemporánea. Y es más delicado aún cuando se presenta un panorama de medios informativos que están rasgando ese frágil velo que separa estos dos ámbitos, no siempre en aras de informar mejor o denunciar un acto de injusticia, sino de hacer de lo íntimo un espectáculo lucrativo.

El respeto por la vida privada como respeto por la dignidad humana debe tener presencia en el ejercicio del periodismo.

En un intento de acotar la distinción entre informaciones de interés público y privado, Trejo indica que "no son actividades privadas aquellas que tienen repercusiones en el desempeño público de los individuos", y precisa que "el respeto a la privacidad implica omitir la publicación de imágenes en actividades o en actos no públicos, siempre y cuando éstos no tengan relación directa con sus responsabilidades públicas".

En tanto, Claudia Fernández agrega que "si la vida privada de las personas públicas afecta a la vida de la sociedad, entonces es deber de los medios hacerlo público".

Tales acotaciones son relevantes pues, en el fondo, toda actividad privada tiene una repercusión pública, pero existen hechos privados que incuestionablemente tienen mayor trascendencia en la vida social que otros. El respeto a la vida privada no puede presentarse como una barrera que proteja, por ejemplo, la impunidad, los hechos delictivos y, consecuentemente, lesione la libertad informativa.

Especialmente, en el caso de personajes y funcionarios públicos que, si bien tienen derecho a la privacidad, a la protección de su honor y reputación, su posición especial en la sociedad y sus responsabilidades públicas los ubican en una condición donde necesariamente deben estar sometidos al escrutinio de la sociedad y de los medios informativos.

4. Integridad del periodista

- "Se considera una práctica no ética aceptar dinero de personas o de instituciones involucradas en una información, así como aceptar favores o bienes que vayan más allá de invitaciones para cubrir informaciones..."

"Deberán evitarse ingresos financieros, o privilegios de cualquier índole, que comprometan el profesionalismo, la objetividad o la veracidad del informador" (Trejo)

- "(el periodista) rechaza dinero, donaciones o privilegios que se le ofrezcan a cambio de influir, modificar o deformar la información" (DAEPP-UIA).

- "No aceptar prebendas. Cualquier regalo, favor o privilegio que pueda influir en la cobertura o afectar la credibilidad debe ser devuelto a quien lo envíe o donado a una institución de beneficencia. Nada de valor debe aceptarse" (Fernández)

Uno de los mayores problemas que han afectado el prestigio del periodista mexicano es la aceptación de compensaciones económicas, conocidas como "embutes", que han tenido una fuerte presencia en los órganos gubernamentales e incluso en el sector privado.

El dinero recibido por dar una orientación a la información u omitir determinados hechos afecta gravemente la veracidad, el equilibrio informativo y, consecuentemente, el derecho a la información.

Aunque este problema tiene un trasfondo político y laboral (pues los bajos sueldos hacen al periodista más proclive a aceptar el soborno), se debe valorar la dimensión ética de este problema.

La integridad del periodista radica en la lucha contra todo tipo de fuerzas que se oponen al cumplimiento de los deberes profesionales.

Es importante que los códigos consideren también el rechazo a los privilegios, beneficios y obsequios, pues éstos son formas indirectas -e incluso sutiles- de comprometer el trabajo periodístico y contribuyen a deteriorar la credibilidad de la profesión.

5. Conflicto de interés

-"Los informadores y sus editores se han de esforzar por evitar conflictos entre su desempeño periodístico y otras fuentes de interés que puedan tener" (Trejo)

-"El periodista no calla o difunde una información por intereses ajenos a los de la sociedad, aún cuando se trate de intereses personales. Evita los conflictos de interés..."(DAEPP-UIA).

-"Los reporteros pueden trabajar o hacer cualquier otra actividad mientras no haya conflicto de interés real o aparente" (Fernández).

Gran parte de la integridad del periodista reside en anteponer sus deberes profesionales a las presiones e intereses de personas y grupos ajenos a la redacción. Entre ellos, por supuesto se encuentran los intereses del gobierno y, con frecuencia, los de los mismos propietarios de las empresas periodísticas.

El trato estrecho o de amistad con las fuentes informativas, el ejercicio de su derecho a tener preferencias políticas o involucrarse en movimientos sociales, como cualquier otro ciudadano, crean una multiplicidad de casos que comportan un conflicto de interés.

El código de Raúl Trejo y, particularmente, el propuesto por Claudia Fernández, ponen especial atención en los diversos aspectos del conflicto de interés. Aquí presentamos algunos de ellos.

a) Gastos de viajes

Trejo indica que "es deseable que un medio de comunicación cubra los gastos de viaje y viáticos de los informadores que envíe a cubrir cualquier acontecimiento".

Al respecto, Fernández indica que "durante los viajes para hacer coberturas especiales, el reportero debe pedir a la oficina gubernamental respectiva que envíe la cuenta al medio".

Este ha sido un problema recurrente en México debido a que en las tradicionales giras presidenciales o de otros funcionarios, el gobierno cubría los gastos de los reporteros.

b) Otros gastos

Los mismos autores coinciden también en la cobertura de otros gastos. Trejo establece que: "es deseable que los periodistas cuenten con recursos asignados por su empresa para pagar sus comidas de trabajo, transportes y otros gastos profesionales".

Para Fernández "es preferible que mientras el reportero esté trabajando, cubra el importe de sus alimentos".

c) La relación con las fuentes

Raúl Trejo apunta que "se deberá evitar asignar a un reportero a una fuente en la que tuviera intereses personales o profesionales que pudieran entorpecer la objetividad al manejar las informaciones".

En tanto, Claudia Fernández establece que "es conveniente que los reporteros eviten participar en actos que comprometan su cobertura presente o futura. Y tampoco deberán utilizar sus contactos profesionales en su beneficio particular".

Las relaciones personales, la amistad, las alianzas políticas y cualquier otro tipo de nexos con funcionarios y fuentes informativas puede crear un ambiente propicio para la corrupción, la información parcial y manipulada y la explotación de información privilegiada. Esta situación en nuestro país ha cobrado la forma de una red de complicidades entre el poder y los periodistas.

Sobre este problema, Federico Campbell analiza que "de la promiscuidad que puede darse entre políticos y periodistas, en un país como en México en que el conflicto de interés no necesariamente es mal visto, se desprenden matices y sutilezas que tienen su juego en la relación cordial. Suele deslizarse en esta dimensión el periodista

que no acepta regalos ni dinero pero sí que se le dé 'importancia' o se le tome en cuenta, se le halague y se le invite a desayunos o viajes –en el avión presidencial por ejemplo- y se le concedan favores para sus amigos”.

d) Comisiones por publicidad y ejercicio de otras ocupaciones

Fernández considera en su propuesta que "los reporteros no podrán recibir comisiones por publicidad de la fuente a que han sido asignados, para evitar que se distorsione la cobertura por compromisos con los anunciantes”.

Sobre este aspecto, Raúl Trejo precisa que "si un informador tuviera ingresos o bienes adicionales, como resultado de otras actividades profesionales, deberá hacerlo del conocimiento del editor o del director del medio de comunicación para el cual trabaja”.

Las comisiones que recibe un reportero por fungir como intermediario de la publicidad constituyen una forma de lograr ingresos adicionales para él y para su empresa. No obstante, el papel de publicista puede comprometer seriamente los valores deontológicos del informador. Por lo cual resulta oportuno que los códigos éticos marquen la distinción de estas funciones.

Por otra parte, el ejercicio de otros empleos, cargos o funciones paralelas a la actividad periodística crea también delicados conflictos de interés. Es cierto que, en muchos casos, los bajos ingresos de los periodistas los orillan a tomar otros trabajos y que además no puede limitarse su libertad para desempeñar otras actividades. Pero se debe cobrar conciencia de la necesidad de que la profesión del reportero cuente con mejores condiciones laborales que contribuyan a afianzar su integridad profesional.

Es también preciso que el periodista logre tener siempre presente la distinción entre sus funciones periodísticas y el desempeño de otras actividades que le representen ingresos adicionales o que involucren su ideología y sus preferencias personales.

Claudia Fernández considera además otros conflictos de interés que podríamos resumir en esta forma:

- Condiciones para aceptar boletos de espectáculos, libros y discos
- No pagar por obtener información, fotografías o entrevistas
- Evitar el partidismo o filiaciones que interfieran la cobertura informativa
- No aprovechar informaciones en beneficio personal

Estas aportaciones resultan muy valiosas, pues tocan temas no considerados en el resto de los códigos analizados.

En su libro *Más allá de los límites*, Raymundo Riva Palacio, propone un código ético básicamente enfocado a todas aquellas circunstancias que pueden provocar conflictos de interés. Además de enfatizar en la necesidad de que todos los gastos para la cobertura noticiosa corran por cuenta de la empresa informativa, subraya la necesidad de que el periodista preserve una relación estrictamente profesional y respetuosa con sus informantes, especialmente con las fuentes gubernamentales.

Sobre el tema del conflicto de interés, Humberto Musacchio considera que "los periodistas son ciudadanos y por eso tienen todo el derecho de pertenecer al culto o a la organización política de su preferencia o a ninguna, si así lo quieren. Pero no se sirve a la sociedad cuando los periodistas o los órganos para los que trabajan le ofrecen al lector sólo aquello que beneficia a la ideología de su emisor, a su partido, grupo religioso o, peor aún, a su provecho material. Quienes así actúan le escamotean al lector lo que es de importancia general y le dan únicamente lo que dicta su interés sectario"³⁸.

6. Protección de la dignidad humana

"Un informador no tiene por qué presuponer la culpabilidad o inocencia de nadie. En el manejo de informaciones sobre delitos, se evitará la adjetivación sobre las culpas o la personalidad de los inodados en ellos" (Trejo)

-"(el periodista) evita la difamación, la injuria y la calumnia" (DAEPP-UIA)

-*"El derecho a informar (...) jamás deberá ser usado en detrimento de la comunidad y de las personas"* (Camargo)

-*"Nombres y detalles de ciertos eventos tales como violaciones o accidentes, no deben darse a conocer por respeto a la dignidad de la persona"* (Fernández)

La dignidad humana puede ser dañada de múltiples formas: al informar sobre actos delictivos y accidentes, el medio informativo puede valerse del dolor, la aflicción, la enfermedad y la desgracia personal o familiar, con el fin de generar informaciones de "interés humano".

En este afán de despertar el "interés" del público, de estimular su curiosidad, se usa a las personas afectadas como instrumento para atraer lectores o audiencias, sin importar en qué medida se afecta su dignidad humana o la de sus familiares.

Trejo Delarbre señala que se debe "evitar la publicación de nombres de víctimas que sean menores de edad o delitos como la violación, así como evitar la publicación de nombres de personas a menos que ya exista orden de aprehensión en contra de ellas".

Frecuentemente se incurre en acusaciones anticipadas sobre la culpabilidad de una persona (desde los más poderosos hasta los más pobres), se proporcionan juicios o datos que sugieren tal inculpación, o bien, el periodista lleva la delantera en las investigaciones judiciales.

Sin duda es válido y necesario que el periodista investigue, reúna testimonios y pruebas para profundizar en sus indagaciones, pero debe ser sumamente cuidadoso y crítico con sus hallazgos; debe procurar una presentación equilibrada y prudente de los mismos, pues la determinación de la culpabilidad debe ser el resultado de un procedimiento judicial.

No puede negarse -como ha sido demostrado frecuentemente- que el periodismo puede aportar elementos cruciales que pueden influir en el proceso jurídico (especialmente cuando el aparato judicial observa grandes deficiencias). Parte del deber ético del periodista es precisamente la búsqueda de testimonios y documentos que induzcan al descubrimiento de lo que la corrupción o negligencia de las autoridades puede dejar oculto. Sin embargo, no es tarea del periodista suplir las funciones de las instituciones judiciales, ni de las leyes.

Una importante aportación a la protección de la dignidad humana es el "evitar la difamación, la injuria y la calumnia", como lo indica el código DAEPP-UIA, por lo que sería deseable que los demás códigos hicieran también explícito este principio.

El rumor, la filtración o las informaciones insuficientemente documentadas, han dado lugar a que personajes destacados de la política o de los negocios inicien procedimientos legales por "daño moral", que si bien la mayor parte de las veces no prosperan o desembocan en la búsqueda de una conciliación entre las partes, propician este tipo de demandas que afectan delicadamente la libertad de expresión.

Algunas de las formas no consideradas por los códigos estudiados para la protección de la dignidad humana, es el respeto a las diferencias culturales, políticas, ideológicas, raciales, religiosas, étnicas y sexuales, así como la discriminación, en cualquiera de sus formas.

Ello posiblemente se deba a que la noción tradicional de una nación homogénea e integrada cultural, política e ideológicamente no resulta del todo vigente en el momento actual en que las expresiones diversificadas de la sociedad civil obligan al reconocimiento y respeto de los intereses de *otros* grupos y sectores de la sociedad: organismos civiles prodemocráticos, organizaciones feministas, los movimientos sociales urbanos, las luchas por el reconocimiento de igualdad de derechos, las expresiones de las culturas indígenas, las diversas creencias religiosas, exigen de los periodistas una actitud menos dogmática y más libre de prejuicios ideológicos.

7. Rechazo al plagio

- "Es inaceptable el plagio, entendido como la atribución, como propia, del material escrito, gráfico o de cualquier otra índole, elaborado por otro informador, o por otro autor, o tomado de otro medio de comunicación, de manera completa o parcial" (Trejo)

- " (el periodista) rechaza el plagio del trabajo realizado por otros periodistas" (DAEPP-UIA)

- "El plagio es inaceptable" (Fernández)

Evitar el plagio representa, fundamentalmente, el reconocimiento y respeto de la autoría intelectual, pero éticamente significa también el respeto y la fraternidad que debe prevalecer entre los periodistas con respecto a la protección de su trabajo.

Herrán y Restrepo anotan que, desde el punto de vista ético, los elementos del plagio son: a) la voluntad de apropiación o negligencia en el uso textual de las partes de un trabajo ajeno y ; b) que el trabajo ajeno se utilice para difundirlo como propio ³⁹.

La propiedad intelectual sobre los materiales periodísticos presenta características específicas, ya que siendo la información necesaria para el bien común, el derecho de autor no puede llegar a constituir una barrera para que ésta sea divulgada.

En virtud de ello, no puede limitarse la reproducción de ciertos materiales, estrictamente informativos, que tienen prioridad para el cumplimiento del derecho ciudadano a estar informado. Pero, aún bajo esta circunstancia, no puede pasarse por alto el reconocimiento de la autoría del periodista, pues como indica Trejo: "si, por descuido o irresponsabilidad, un informador o un medio de comunicación incurrieran en el plagio, deberán hacer la rectificación correspondiente -aclarando la fuente de información original de la información o del material periodístico incorrectamente publicado- en cuanto adviertan o se les haga advertir esa falta".

Asimismo, el plagio de información e imágenes puede afectar los intereses de las empresas periodísticas. Al respecto, Claudia Fernández acota que "la transmisión

de imágenes de otro canal requiere de un permiso por parte de la estación que las haya originado". El mismo principio puede aplicarse a la información e imágenes de la prensa escrita.

El firmar los materiales informativos es además un deber y un derecho de los periodistas. Debe ser siempre respetada la entidad intelectual de los periodistas que contribuyen con su investigación y recopilación a dar forma a una nota o reportaje. De igual manera, el periodista debe tener la prerrogativa de rehusarse a firmar aquellos materiales que hayan sido alterados, parcializados sustancialmente por la redacción, en atención al respeto de su autonomía moral.

8. Derechos laborales de los periodistas

- "Especialmente, es necesario que para un ejercicio honesto y confiable de su oficio, los informadores cuenten con salarios decorosos. Esta es una necesidad de los medios de comunicación y una exigencia de la sociedad" (Trejo).

- "El periodista debe exigir el respeto a su trabajo, a su integridad profesional y a sus derechos laborales. Tiene derecho a que su medio garantice la vigencia del salario mínimo profesional y de las condiciones laborales dignas" (DAEPP-UIA).

- "Preconizar un mayor acceso para los periodistas en la toma de decisiones de las políticas informativas en los medios de comunicación y en otras instancias de difusión" (Camargo).

Una condición sin la cual no es posible concebir la elevación de los niveles de ética de la profesión es el aseguramiento de una situación laboral digna para los periodistas.

Son conocidas las difíciles condiciones de trabajo en que ha laborado históricamente una gran parte de los reporteros mexicanos, particularmente de prensa. Ésta constituye una causa de tipo material que crea el campo propicio para hacer al periodista proclive a la corrupción.

De allí la necesidad de que los códigos de ética incluyan entre sus principios la defensa de los derechos laborales, no sólo de tipo económico, sino también de índole profesional.

En su propuesta, Raúl Trejo acota que "el salario mínimo que existe para el ejercicio periodístico, constituye un piso básico para las remuneraciones de los informadores, pero ha de procurarse, en la medida en que las empresas de comunicación puedan cumplir con este propósito, que el ingreso de sus trabajadores sea mejor".

Agrega el autor que "debe buscarse que este salario esté completado con prestaciones (que tengan como mínimo las que establecen las leyes laborales) capaces de asegurar que la del periodista sea una carrera profesional en todos los sentidos del término, en la que cada informador encuentre satisfacciones materiales suficientes para cumplir decorosamente con sus necesidades personales y familiares".

Recordemos que aunque se haya establecido un salario mínimo profesional, aquí no se agota el problema laboral, pues son necesarias otras condiciones de seguridad laboral como la protección a su integridad física, una mayor estabilidad laboral (pues cada día es mayor el número de periodistas que trabajan por honorarios), la capacitación constante, el provisionamiento de materiales de consumo cotidiano, los gastos de viajes y alimentos, así como otras prestaciones sociales necesarias en función de la naturaleza del trabajo periodístico.

En lo que concierne a derechos profesionales, Rogelio Hernández establece que en México deben ser introducidos diez derechos profesionales mínimos del periodista:

1. *Reconocimiento jurídico de la profesión*
2. *El acceso pleno a la información*
3. *La libre circulación en los sitios donde haya información*
4. *Escribir y divulgar libremente (sin la subordinación al gobierno o al empresario de prensa).*

5. *Mantener el secreto profesional*
6. *Derecho de contrarréplica*
7. *Cláusula de la conciencia*
8. *Protección ante agresiones*
9. *Formación profesional continua*
10. *Derecho de organización colegiada*⁴⁰.

Para este autor, debe existir un marco jurídico que reconozca el periodismo como una actividad de interés público y, por lo tanto, susceptible de ser tutelada, reconociendo sus derechos. Por nuestra parte, estimamos que este conjunto de derechos son también condiciones imprescindibles para un ejercicio ético del periodismo.

Debe destacarse, por otro lado, que aun cuando no se refiera al problema salarial, la propuesta de Jorge Camargo hace una invaluable aportación a la defensa de los derechos del periodista, pues al postular el acceso de los periodistas a la toma de decisiones editoriales e informativas, se está reconociendo un problema esencial para fortalecer la ética de la profesión.

Creemos que este es un principio que debería ser considerado por la generalidad de los códigos éticos como una reivindicación laboral, pues sin una estructura más democrática al interior de los medios no se puede concretar una verdadera autorregulación.

En la propuesta de Camargo se establece, además, que se debe "luchar para que los directores, editores y otros directivos periodísticos de diarios, revistas, agencias de noticias, estaciones de radio y televisión y demás medios de comunicación sean periodistas".

9. Libertad de expresión y derecho a la información

- "La libertad de informar es inatacable e innegociable. Es una libertad que se ejerce con cuidado, pero sin que esa precaución sea motivo de censuras. La libertad de información obliga a los medios de comunicación a tener pautas de conducta como las que se establecen en este código" (Trejo)

- "El periodista tiene el derecho y la obligación de fomentar, practicar y defender la libertad de expresión y el derecho a la información" (DAEPP-UIA).

- "Es deber de los periodistas recurrir a todos los medios lícitos a su alcance, a fin de evitar que se dicte o apliquen disposiciones que disminuyan, dificulten o anulen el ejercicio de la libertad de expresión e información" (Camargo).

Puesto que sin libertad no puede existir una conducta ética, las libertades de expresión e información son el fundamento de la deontología periodística. Por lo tanto, todo código de ética debe cimentar sus principios en estas libertades.

Por principio debe buscarse la anulación de cualquier forma de inhibición o limitación de la libertad de expresión (dentro y fuera de la empresa informativa) y las barreras al libre acceso a las fuentes de información.

En nuestro país hay una larga tradición de formas de control informativo que comienzan con la dependencia económica de las empresas de prensa con respecto al aparato público. Mecanismos no escritos de censura y orientación ideológica como la publicidad oficial y otras formas de ayuda a la prensa han marcado una relación de complicidad con el poder.

Por otro lado, los intereses políticos y económicos que marcan la línea editorial del órgano informativo constituyen en sí mismos fuertes condicionamientos de la libertad.

El código de Raúl Trejo indica que la libertad de información "obliga a los poderes políticos y económicos, públicos y privados a respetar esa libertad (que es de toda sociedad) y a defender sin excepciones su cumplimiento".

La propuesta del DAEPP-UIA declara que "el periodista está en contra de los obstáculos de la libertad de prensa, la censura previa, las restricciones a la circulación de los medios y la práctica de imponer información".

Camargo Zurita subraya que en caso de estar vigentes leyes que limiten la libertad de expresión e información, los periodistas "deberán trabajar en favor de su derogación".

En los anteriores conceptos advertimos la demanda de que el aparato gubernamental no obstaculice estas libertades y que, por el contrario, las preserve y garantice efectivamente.

Destacaremos también la defensa del derecho a la información, como fundamento de la libertad informativa. Trejo Delarbre considera que "el gobierno en todos sus niveles está obligado a cumplir y hacer cumplir el derecho a la información - incluso cuando se trate de información sobre su propio desempeño-".

El código DAEPP-UIA establece que el periodista "declara necesaria una reglamentación actualizada e integral, una real legislación del derecho a la información y la existencia y funcionamiento claro de una política nacional de comunicación social que entre sus atribuciones garantice el acceso a la información y delimite los llamados secretos de estado".

Este último es el único código analizado donde se formula una demanda de tal naturaleza, lo cual resulta oportuno si tomamos en cuenta el vacío jurídico que existe en materia de libertad y derecho a la información.

Principios como los dos últimos que hemos comentado en este análisis, nos revelan que los códigos de ética mexicanos en gran medida orientan sus preocupaciones hacia las condiciones laborales, profesionales y jurídicas que cimientan el ejercicio ético del periodismo.

10. Distinción entre información y opinión

- "Es preciso distinguir, siempre, entre información y opinión. El comentario y el análisis deben ser identificados como tales, en espacios y con formatos específicos" (Trejo)

- "Los medios deben diferenciar muy bien lo que son notas informativas de artículos de opinión. Las notas informativas no deben incluir comentarios, pero sí todas las versiones del hecho" (Fernández).

La discusión sobre la "pureza" de los géneros periodísticos suele desembocar en la idea de la inexistencia de fronteras reales entre éstos y la apreciación de una "objetividad" imposible, pues toda información pasa siempre por el tamiz subjetivo del reportero, así como por la selección y jerarquización que de los hechos hace el medio informativo.

Lo mismo se discute al plantear el principio de evitar interpretaciones o juicios de valor sobre los acontecimientos, especialmente en la actualidad que se observa una mayor interpenetración de géneros informativos, interpretativos y opinativos.

En un estudio reciente, Guillermina Baena (1998) analiza la transformación de los géneros periodísticos tradicionales y vislumbra, para el siglo XXI, la tendencia hacia un periodismo más humano, en el que el periodista no sólo es una máquina, sino que piensa, siente, se involucra con su información. Ello da como resultado un periodismo interpretativo, más emparentado con el reportaje profundo y con la crónica, que admite el comentario oportuno, la crítica y el tono coloquial.

Estos cambios comienzan a hacerse palpables en nuevos diarios, como *Reforma* o *Milenio*, que han optado por un periodismo menos rígido y más interpretativo, así como en noticiarios y programas radiofónicos y televisivos en donde los conductores se dan la libertad de hacer comentarios (por lo general muy poco reflexivos y más emocionales) y hablan en un lenguaje cotidiano al público.

Pero a la vez, este periodismo demanda del periodista un mayor profesionalismo, una mayor especialización, conocimiento profundo de los temas y una posición clara

frente a los acontecimientos, que le impida caer en frivolidades, comentarios superfluos y precipitados o una actitud parcial disfrazada de objetividad.

Es pertinente entonces aclarar que el problema ético no reside aquí en si se debe mantener la "rigidez" tradicional de los géneros o en que sea condenable ser partidarios del "nuevo periodismo", sino en la forma en que se le presenta al lector determinado material periodístico. Pues si una persona espera recibir información, interpretaciones o juicios (o géneros que combinen estos elementos), ésta debe ser su elección libre y no que le sean transmitidas las opiniones de manera subrepticia con la apariencia de información noticiosa.

Es decir, el público debe saber qué tipo de información puede esperar al hacer su elección de lectura. No debe ser engañado.

Para formar su opinión, un lector común difícilmente estará preparado para valorar en qué momento el periodista está valiéndose de artificios para orientar ideológicamente, tergiversar o manipular.

Sobre este aspecto, conviene también destacar la anotación de Claudia Fernández en el sentido de que "deben ser incluidas todas las versiones del hecho", pues esto apoya la práctica del equilibrio informativo.

Por otra parte, la distinción entre información y opinión parece ser un principio más apropiado como norma editorial, pero toca un aspecto tan elemental de la ética periodística que nos parece un descuido el hecho de que no haya sido considerado en los cuatro códigos comparados.

11. Métodos honestos para obtener información

- "Al investigar una información, el periodista debe presentarse como tal, sin disimular su identidad personal ni profesional, excepto si su integridad física corre peligro"

"Se considera como práctica no ética, la búsqueda de una noticia mediante engaños y/o sorprendiendo la buena fe de los informantes" (Trejo)

-“Los reporteros deben obtener información, imágenes y fotografías a través de métodos que no violen la legalidad” (Fernández)

En modo alguno el ocultamiento de la identidad del periodista debe constituir una práctica común, pues sólo debe ser usada como un recurso excepcional, en circunstancias especiales y cuando la información es tan trascendente para el interés público que no exista otra alternativa para obtenerla.

En virtud de la inaccesibilidad de algunas fuentes de información (por ejemplo, cuando se ocultan hechos o documentos relacionados con la corrupción, el fraude u otros ilícitos), es que el periodista podría tomar el riesgo de recurrir a medios alternos para obtener tales informaciones. Pero siempre en el entendido de que tal actitud puede entrañar incluso consecuencias graves.

El periodista alemán Günter Wallraff, quizá el más brillante y comprometido representante del “nuevo periodismo”, se hizo pasar por inmigrante turco durante dos años en los cuales trabajó en cinco empresas como obrero, albañil y empleado, para descubrir las condiciones de explotación de los trabajadores.

Wallraff considera que “para no ser engañado hay que engañar, transgredir las reglas del juego a fin de divulgar las reglas secretas de la dominación”.

¿Puede considerarse que este es el más acabado ejemplo de una actitud anti-ética en el periodismo?, ¿aquí el *fin* justifica los *medios*?

Contrariamente a lo que parece, Wallraff no busca engañarnos. Ha asumido abiertamente su papel de participante y protagonista en el suceso periodístico. No trata de hacernos creer que es un periodista “objetivo” e “imparcial”, sino que asume enteramente su responsabilidad como periodista. Prueba de ello es que fue objeto de un proceso judicial en el que declara:

“He querido hacerme cómplice para poder lanzar una mirada más allá del muro de camuflaje de subterfugios y mentiras. El método que he elegido es muy poco ilegal

en comparación con los subterfugios y las maniobras ilegales que de este modo he desvelado”.

Quizá justamente por su altura moral es que Günter Wallraff es distinguido como “el periodista indeseable”. El problema ético aquí es que no todos los que desean seguir sus métodos son Günter Wallraff, es decir, no todos los que echan mano del ocultamiento de su identidad o del “engaño”, lo hacen con un elevado propósito ético, con el afán de servir al público o como su última alternativa para lograr obtener una información.

En la actualidad, esos métodos se han gastado tanto que, al dejar de ser recursos excepcionales, han hecho avanzar el deterioro de la credibilidad de la prensa.

De allí la importancia de legislar sobre el derecho a la información, el libre acceso a las fuentes y los derechos de los periodistas.

El abuso de la ignorancia, la inocencia o ingenuidad de los informadores es también una situación delicada que está en manos del periodista evitar.

Claudia Fernández anota que “el uso de otros medios (para obtener información) puede ser justificado solamente cuando haya consideraciones cruciales de interés público”.

Raúl Trejo detalla que en los casos excepcionales en que el periodista oculte su identidad “deberá consignar en su nota la circunstancia en que obtuvo su información”.

La historia del periodismo norteamericano cuenta con numerosos casos en que los periodistas han falseado su identidad para profundizar en sus investigaciones. Aunque en nuestro país no hay una sólida tradición de periodismo de investigación, es pertinente que se considere este principio de ética pues el uso de medios no éticos para obtener informaciones son cada vez más frecuentes, especialmente en los medios electrónicos (uso de cámaras y micrófonos escondidos).

Este principio también opera para situaciones como la compra-venta de informaciones y fotografías, o el recurrir a amenazas, intercambios de favores o cualquier otro medio de obtener información que desprestigie al periodista.

12. Manejo de imágenes informativas

-*"Las imágenes que acompañan a una información y que sean presentadas como parte del mismo asunto, deberán corresponder al hecho del cual se informa, o a la nota a la cual ilustran. Se deberá evitar que sugieran un contenido distinto que pudiera tergiversar la información a la cual apoyan o acompañan. Si no son imágenes originales, se deberá hacer la aclaración correspondiente"* (Trejo).

-*"Las fotos y las imágenes de televisión, deben mostrar fielmente los hechos. Los editores y los productores de noticias no deben transmitir imágenes fuera de contexto"* (Fernández).

Como elemento central o complementario de la información periodística, la imagen ocupa un lugar preponderante en la forma en que el público percibe los acontecimientos.

La fotografía e imágenes contribuyen a formar la opinión y la conciencia de las personas. Las imágenes describen, relatan, enfatizan, convencen, atraen, ofrecen puntos de vista y opiniones. Por ello es que el manejo de las imágenes informativas debe adherirse a los principios éticos del periodismo.

Las fotografías "pre-fabricadas", las fotos de archivo y, recientemente, el uso frecuente de fotomontaje y efectos por computadora, son elementos que pueden utilizarse para manipular o distorsionar la información. Es por ello que la utilización de cualquiera de estos recursos compositivos debe ser identificado como tal en el pie de foto.

Trejo Delarbre detalla que "las imágenes alteradas por cualquier procedimiento (por ejemplo la digitalización electrónica) nunca deberán ser presentadas como si fueran reales".

Éticamente, la correspondencia entre la imagen y el texto periodístico es tan importante como la que debe existir entre los títulos y el contenido de la nota.

Otros principios importantes tratados por los códigos comparados

En nuestro análisis comparativo encontramos una serie de principios que sólo fueron considerados por uno solo de los códigos. Algunos de estos principios son tan importantes que nos parece que constituyen delicadas omisiones que difícilmente se justifican en una carta deontológica profesional.

El derecho de réplica y corrección, así como la distinción entre información y publicidad fueron los principios omitidos por tres de los códigos comparados. Y aunque pudiera pensarse que el cumplimiento de estos compromisos dependen más de la empresa

que de los periodistas, estimamos que es un deber elemental de éstos últimos pugnar por su cumplimiento, pues son parte esencial de su quehacer.

Enseguida presentamos los temas que sólo fueron tratados por uno de los códigos de ética.

a) Derecho de réplica

-"Los individuos o las instituciones mencionadas en una información podrán ejercer su derecho de réplica si están en desacuerdo con ella o si consideran que lesionan sus intereses..."

"los editores o responsables de cada medio cuidarán de que la réplica a una información aparezca, dentro de los límites razonables, de la manera más amplia y

destacada que sea posible, de acuerdo con la extensión y obligación de que sea rectificadora" (Trejo).

Aunque se encuentre contemplado en la Ley de imprenta, en México pocas veces se ha cumplido cabalmente con el derecho de réplica, pues las respuestas de los afectados normalmente no reciben la misma jerarquización que las informaciones que los afectaron.

Generalmente se publican las réplicas en las secciones de cartas para el director donde, muchas veces, no reciben la visibilidad que se requiere y las rectificaciones, cuando se hacen, tampoco tienen una presentación tipográfica suficientemente destacada.

Dado que en la práctica no se ha podido garantizar plenamente el derecho de réplica, la empresa periodística lo hace valer de acuerdo con sus criterios particulares y puede, incluso, rehusarse a publicar la respuesta, retardarla o publicarla parcialmente.

Una parte importante de las réplicas que se suscitan se deben a errores o inexactitudes periodísticas involuntarias de los reporteros, por lo que, con más razón, el órgano informativo debe estar abierto a las respuestas y dispuesto a hacer las correcciones respectivas.

El derecho de respuesta permite una defensa más eficaz de los derechos del afectado, evitando que se deba recurrir a un procedimiento judicial, cuando se afecta el honor o la integridad moral de la persona. De esta forma el derecho de réplica ayuda a preservar la libre expresión e información.

Además, el derecho de respuesta representa una vía por la cual el medio informativo puede hacer efectiva su apertura comunicativa hacia la sociedad y lograr la práctica del equilibrio informativo permitiendo al público el acceso a diferentes versiones de un suceso.

b) Corrección y rectificación de informaciones

- "Cuando una noticia sea falsa, o contenga informaciones falsas, es responsabilidad del reportero que la recogió hacer la rectificación correspondiente y es la responsabilidad del editor o directivo del medio informativo, procurar su aplicación lo más pronto posible" (Trejo)

Podríamos decir que el trabajo periodístico está permanentemente expuesto a cometer errores o imprecisiones. La naturaleza ágil y dinámica del trabajo periodístico, la prisa y las limitaciones de tiempo con que debe ser difundida la información, son circunstancias que propician los errores en el tratamiento periodístico.

Pero ello no implica que tales errores deban ser justificados y quedar sin ser corregidos. Menos aún cuando se trata de manejos informativos parciales, incompletos o manipulados deliberadamente. Es un deber ético el corregir los errores en forma espontánea o como resultado de un señalamiento o una réplica de los lectores.

La indisposición de los periodistas o medios informativos a rectificar los errores se debe, en muchas ocasiones, a la arrogancia o al temor de perder credibilidad, sin embargo, el reconocimiento de los errores puede hacer que la confianza del público se afiance, si éste también sabe aquilatar la honestidad del periodista.

Las correcciones deben hacerse preferentemente aun cuando no exista un reclamo del público o del afectado, sino en cuanto el periodista perciba la equivocación.

Para que una rectificación sea éticamente válida, Herrán y Restrepo, indican que debe presentar estas características:

1. Que sea rápida
2. Que se publique con el mismo despliegue
3. Que tenga el carácter de rectificación (que reconozca correctamente la comisión del error y repare el daño) ⁴¹.

Los diarios que designan un ombudsman, cuentan con un especialista que se aboca a la tarea de percibir dichos errores y recibir quejas. Algunas empresas lo

consideran un estorbo "autocensurante", una "inquisición interna" que provoca más gastos al periódico, es decir, un lujo innecesario.

Las experiencias al respecto en México han tenido alcances limitados como lo demuestra la designación de Ernesto de la Peña como "defensor del lector" del *Uno más Uno* en noviembre de 1993, quien renunciara poco tiempo después de haber asumido este cargo. Es posible que la carencia de una declaración de principios editoriales o un código de ética interno, dificultara el cumplimiento cabal de los propósitos de este ombudsman: el 9 de febrero de 1994, el diario da a conocer que De la Peña suspende su labores "por motivos de salud". *El Economista* y *Milenio* son los únicos diarios que cuentan con defensor del lector.

c) Distinción entre publicidad e información

- "La publicidad y la propaganda, de carácter comercial o político, debe poder ser distinguida de las informaciones o los espacios de análisis propios de cada medio de comunicación" (Trejo).

Los estrechos vínculos entre la prensa y el poder político en México han determinado que la información generada en las fuentes gubernamentales, adquiera la forma de propaganda política disfrazada de información noticiosa.

La gacetilla política y las inserciones pagadas, que han representado importantes fuentes de ingresos para las publicaciones- junto con la publicidad oficial identificable-, han representado también uno de los problemas de ética más arraigados de la prensa en México y difícilmente los diarios, en la actualidad, han podido sustraerse de él por completo.

El retiro de la publicidad política como amenaza y castigo de los anunciantes, pesa fuertemente sobre los valores éticos de un órgano de prensa. La función del periodista como intermediario de la publicidad -que recibe comisiones por llevar recursos a su empresa- crea fuertes conflictos de interés que atan a la publicación a los

intereses de los anunciantes. Por todo ello, la distinción entre publicidad e información sigue siendo un problema ético difícil de resolver.

La publicidad comercial y política representa generalmente el principal sustento económico de un diario. Es imposible prescindir de ella. Pero, mínimamente, el periodista debe pugnar porque la publicidad y la información periodística tengan elementos de presentación suficientes para que el lector pueda distinguirlos.

A este respecto Trejo añade que "es preciso que se indique cuando una nota, gacetilla, inserción o cualquier otro género de material, se publica o se transmite en función de un acuerdo comercial".

Por la relevancia que este principio ético tiene para el periodismo mexicano es conveniente que sea contemplado en toda propuesta de código ético.

d) Embargo noticioso

"El periodista no podrá publicar por adelantado ningún material periodístico, suministrado para su publicación en una fecha u hora previamente determinados" (Camargo)

El plazo de embargo noticioso es, en general, un tema poco tratado en los códigos de ética. Por ello es de destacarse que la propuesta de Camargo sea la única que se refiere a este principio.

Debido al peligro que entraña para el libre flujo informativo la retención de un material noticioso, se considera que el embargo es un compromiso excepcional que sólo debe emplearse con el propósito de favorecer una información veraz, oportuna y mejor documentada.

El código ético de la prensa alemana señala que los plazos de embargo "sólo son aceptables si pueden servir para una información puntual, objetiva y cuidadosa". Mientras el código de Croacia detalla que "si estima que las razones aducidas para establecer el embargo son subterfugios para restringir el acceso a la información, el

periodista advierte a las autoridades competentes sobre ello y solicita una explicación para el público"

No obstante, al ser resultado de un acuerdo entre el periodista y la fuente, constituye un deber ético el respeto al plazo concertado, en honor al compromiso establecido. Es por ello que el periodista debe ponderar cuidadosamente si el embargo se justifica, antes de concertarlo.

e) Manejo y presentación de informaciones

Además de los principios relacionados con el manejo y presentación de informaciones que ya hemos tratado (veracidad, imágenes informativas, distinción de información, opinión y publicidad, corrección y plagio), el código propuesto por Raúl Trejo, aborda otros aspectos no contemplados por los demás códigos y que es conveniente destacar en forma abreviada:

- Dar el crédito del autor a todo material informativo (incluyendo fotografías y materiales gráficos)
- La correspondencia entre los titulares y el contenido de la información
- En la realización de entrevistas:
 - *Prerrogativa del entrevistado para responder
 - *Respeto al contenido íntegro de las respuestas
 - *Evitar implicar respuestas en las preguntas
 - *Mencionar la circunstancia y formato de la entrevista
- Publicación de declaraciones y documentos en forma textual
- En encuestas, indicar los responsables de la investigación y la metodología seguida
- En las informaciones, evitar interpretaciones y el uso de adjetivos
- Distinción entre especulaciones, suposiciones y hechos noticiosos ocurridos
- Distinguir el material informativo del relacionado con la astrología, el ocultismo y la predicción.

La importancia de estos principios es central, ya que toca algunos de los problemas de ética que se presentan con mayor frecuencia en el periodismo mexicano: la emisión de juicios u opiniones en las notas informativas, la deformación o tergiversación del contenido de las entrevistas, sondeos de opinión manipulados, mentir o distorsionar con los encabezados, la filtración de informaciones no confirmadas y el ocultamiento bajo pseudónimos.

Aunque la especificidad de algunos de estos principios nos sugiere que son más apropiados para un manual de estilo, creemos que tienen gran valor y generalidad por responder a problemas recurrentes e inéditos en la práctica periodística de la prensa mexicana actual.

Algunos principios necesarios para cimentar la ética periodística

Dentro de los códigos comparados encontramos un conjunto de principios que, más que orientarse al enunciamiento de normas de índole técnica-profesional, pugnan por la existencia de condiciones que pueden favorecer significativamente una práctica ética del periodismo. Tales principios -que a continuación exponemos- reflejan que los códigos propuestos ponen énfasis en la necesidad de crear previamente circunstancias propicias para su discusión y aplicación.

a) Solidaridad profesional

-“El periodista reconoce como sus pares a quienes ejercen profesional y cotidianamente el periodismo, mantiene con ellos una actitud de respeto y ayuda mutua. Promueve el respeto y la dignidad del gremio periodístico al cual reconoce que tiene el derecho y la obligación de criticar de manera abierta y constructiva” (DAEPP-UIA).

La conciencia ética de los periodistas se fundamenta, en gran medida, en el reconocimiento de su identidad profesional y gremial. La unidad profesional de los

periodistas resulta esencial para el reconocimiento de sus deberes con la sociedad y el establecimiento de sus ideales de servicio.

Sin la conciencia del papel que juega el periodista en la sociedad, no puede pensarse en una ética de la profesión. La concepción del periodista como un "hombre-medio" o simple instrumento portador de información, implica deshumanizar la labor del periodista.

Es posible reconocer el carácter humano y subjetivo del periodista, en cuanto su formación académica y empírica, su bagaje cultural, enriquecen su capacidad de juicio, su criterio y le permiten orientar su trabajo al servicio de la sociedad. El periodista es un transformador de las concepciones que las personas tienen sobre la realidad social, es un profesional que ayuda a explicar y a entender los sucesos. Debe ayudar a acercarse a la verdad no a ocultarla.

Bajo esta perspectiva, creemos que es posible aspirar a que los periodistas fraternicen a partir de los fines comunes de su profesión.

No hablamos de una uniformidad ideológica que anule las diferencias personales y la pluralidad de ideas. Nos referimos a una conciencia común sobre los fines sociales y éticos de la profesión.

La arrogancia, el individualismo y la defensa (real, por interés o por obligación) de la línea ideológica de la empresa a la que sirven los periodistas, son obstáculos que impiden la unidad profesional y dificultan la elevación de su conciencia ética.

La falta de unidad profesional y los alcances limitados de la mayor parte de las organizaciones profesionales existentes en México, nos dan cuenta de la necesidad de que los códigos de ética no dejen de lado la promoción del respeto, la ayuda y la corrección mutua de los periodistas.

De acuerdo con una investigación de Rogelio Hernández -periodista que ha trabajado en favor de la unidad de los periodistas -, en México existen 182

organizaciones de periodistas, sin embargo, muy pocas de ellas tienen una vocación unitaria y por el contrario se encuentran dispersas y fragmentadas por el país.

A este fenómeno debe agregarse que una buena parte de las organizaciones que abrigan el mayor número de trabajadores de la comunicación, son sindicatos oficialistas o blancos en donde los periodistas son controlados por la empresa (El Heraldito, Novedades, El Sol, El Nacional, El Universal) o están inmersos en un vasto sistema corporativista de línea oficial (STIRT, SITATYR).

Numerosas organizaciones que agrupan a periodistas por especialidades y regiones, son muy pequeñas y tienen alcances muy limitados. Las primeras se hallan constituidas de acuerdo con la fuente que cubren (laboral, aeropuerto, policial, como ejemplos) y sus reivindicaciones son esencialmente para el mejoramiento de tipo laboral (estímulos, premios, compensaciones económicas, vivienda). Las segundas se ubican en los estados de la República, pero tradicionalmente se hallan controladas por el gobierno estatal.

De otro lado, se encuentran los sindicatos independientes que han manifestado una vocación más vanguardista en cuanto a sus demandas laborales (Sitajor, Siteuno, TV-UNAM, Sutnotimex, SNRP) pero son organismos poco numerosos.

Finalmente podemos mencionar a aquellas organizaciones de periodistas que en diversas formas están contribuyendo a la superación profesional del gremio y reclaman la democratización interna de los medios: *Fraternidad de Reporteros* (1995), *Asociación de Comunicadores Francisco Zarco* (1998), *Coyuntura A.C. Reporteros en Proceso* (1998) y, en cierta forma, el *Club de Periodistas* que realiza una entrega de premios anuales y algunos encuentros.

No obstante, estos últimos organismos son aún muy recientes, se encuentran en vías de consolidarse y se vislumbran pocas posibilidades de articularse como un movimiento de alcance nacional.

Éticamente, la solidaridad profesional no implica necesariamente la formación de entes sindicales o gremiales -aunque sin duda esta es una condición que la favorecería-, pero sí el apoyo, respeto y ayuda mutua que se deben los periodistas, independientemente de sus preferencias ideológicas y de la empresa a la que sirven.

La unidad profesional también contribuye a dignificar el muy desprestigiado gremio periodístico, da identidad a la profesión y constituye la mejor base para lograr la propia regulación a través del establecimiento de principios éticos comunes.

b) En relación con la cláusula de la conciencia

-"Firmar sus notas, es un derecho de los informadores. Sin embargo, no están obligados a hacerlo cuando una nota haya sufrido alteraciones de fondo y que no sean resultado de un acuerdo previo con su editor" (Trejo)

Aunque aquí no se hace referencia explícita al tema de la cláusula de la conciencia, este principio trata un aspecto esencial de la misma: el derecho de rehusarse a reconocer la autoría de un material informativo que ha sido alterado o manipulado por la redacción.

Consideramos que la cláusula de la conciencia es uno de los temas imprescindibles en la ética del periodismo y por ello deseamos subrayar la deficiencia de que ninguno de los códigos comparados haya abordado este principio de manera explícita y suficiente.

La importancia de la cláusula de la conciencia reside en la preservación de la autonomía moral y profesional del periodista.

Marc Carrillo establece que esta protección legal de los periodistas "tiene por objeto salvaguardar la libertad ideológica, el derecho de opinión y la ética profesional del periodista"⁴².

Asimismo, la cláusula de la conciencia tiene el propósito de que la empresa periodística establezca un compromiso con sus lectores en lo relativo a la calidad informativa y su orientación editorial.

Por vía de la cláusula de la conciencia el periodista puede negarse a realizar actividades informativas contrarias a los principios ético-profesionales o a sus propias convicciones éticas, puede oponerse a firmar su trabajo periodístico si ha sido sustancialmente modificado y tiene derecho a que la empresa dicte una resolución *jurídica sobre su situación laboral* cuando se ha producido un cambio importante en la orientación ideológica del órgano informativo, incompatible con sus convicciones morales.

Por lo anterior, la cláusula de la conciencia representa tanto una reivindicación laboral avanzada, como un fundamento del ejercicio ético del periodismo.

El obligar a un periodista a escribir con una determinada orientación, mentir, distorsionar, omitir o parcializar la información, obtener informaciones de manera ilícita y someterse a la línea editorial de la empresa, menoscaba su dignidad, su honor e integridad profesional.

Por ello resulta impensable una auténtica autorregulación sin el esfuerzo de incluir la cláusula de la conciencia entre los temas que den basamento a la ética del periodismo.

En México, las escasas oportunidades de empleo en el ejercicio periodístico y la excesiva demanda de aspirantes a ejercer la profesión, así como la estructura vertical y antidemocrática que prevalece en muchas empresas periodísticas, provoca que la mayoría de las veces el periodista se resigne a acatar las disposiciones de sus empresas, aún cuando transgredan los principios de ética profesional. Incluso, el informador con frecuencia debe "ponerse la camiseta" ideológica de la empresa para *defender a "su" medio*.

Sólo una experiencia y un prestigio suficientemente consolidados, pueden dar la entereza necesaria para que el periodista abandone su fuente de trabajo, por motivos de conciencia, en búsqueda de un nuevo empleo en el difícil mercado laboral.

Debido a éstas circunstancias, parece a todas luces utópica la integración de la cláusula de la conciencia en los contratos de trabajo de todas las empresas o en un marco jurídico laboral para los periodistas. Pero precisamente por ello, es pertinente que los códigos deontológicos señalen con precisión los aspectos éticos relacionados con la cláusula de la conciencia.

c) Profesionalización del periodista

- "El periodista asume que realiza un trabajo de alta responsabilidad social que exige el cumplimiento impostergable y que lo obliga a demostrar que cuenta con las aptitudes, habilidades y conocimientos necesarios para ejercer el periodismo, así como para elevar permanentemente su calidad profesional" (DAEPP-UIA).

La concepción del periodismo como un oficio, una labor artesanal que no precisa de una formación académica especializada ha imperado por mucho tiempo y, consecuentemente, ha retrasado la profesionalización y la adopción de principios deontológicos.

En cierta forma, aún prevalece la concepción de que el periodista "nace y no se hace", debido a que, sin duda, esta actividad requiere de ciertas aptitudes que sólo se manifiestan de manera empírica, "en el campo de batalla".

Sin embargo, según Rogelio Hernández, en el periodismo "el tránsito de oficio a profesión ya ocurrió y no ha sido arbitrariamente, pues es el resultado de la enseñanza superior, de las nuevas tecnologías y de la creciente y cada vez más acusada especialización que demanda la complejidad de nuestras sociedades contemporáneas"⁴³.

Basado en diversas encuestas, este autor apunta que "en poco tiempo no habrá periodistas sin formación académica" en el país. Al decir de Humberto Musacchio, "próximamente asistiremos a la extinción de una especie de dinosaurios que todavía tienen gran peso en las redacciones: los periodistas empíricos.

De acuerdo con Musacchio, "lo paradójico es que a mayor número de profesionales con formación académica no ha correspondido una mejoría en la calidad del trabajo"⁴⁴.

Esto nos remite a cuestionar el papel de las universidades y escuelas que imparten la carrera de periodismo y comunicación en México, pues con frecuencia se les concibe como "productoras de desempleados", debido a las deficiencias académicas y materiales, además de la necesidad de vincular tempranamente la formación teórica con la práctica profesional.

Por estos motivos es necesario revalorar el papel de la profesionalización en la conducta ética de los periodistas.

La academia, dice Hernández, es "la fuente más segura de profesionalidad, de comportamientos deontológicos. Es decir, la academia proporciona la base más sólida para la ética profesional del periodismo, para hacer el bien y socialmente responsable la obligación de informar"⁴⁵.

Herrán y Restrepo establecen una identidad entre el dominio técnico del periodismo y la calidad ética del periodista, pues dicen: "los principios éticos señalan como supremo valor del periodista su veracidad, mientras que las normas técnicas le indican los métodos más eficaces y rápidos para llegar a la verdad"

Los autores establecen que "si la técnica impone una selección de temas y tratamientos acorde con las necesidades de los receptores, la ética ordena darle prioridad al bien común sobre los intereses comerciales de un medio. El objetivo social es entonces parte integrante de la técnica de la profesión"⁴⁶.

De estas afirmaciones podemos extraer la importancia que tienen los conocimientos y técnicas que debe proporcionar la formación académica para un desempeño ético de la profesión periodística.

Sin embargo, no sólo es la técnica del periodismo la que proporciona una conciencia ética, sino toda la cultura y la capacidad intelectual adquirida en una formación humanística, así como los conocimientos teóricos que constituyen los cimientos del currículum escolar.

Además, el carácter profesional de una actividad supone necesariamente capacidades, preparación, especialización, principios deontológicos, ideales de servicio y compromisos con la sociedad.

Aunque no puede establecerse en forma determinante que la profesionalización es una garantía absoluta de ejercicio ético (pues las prácticas no éticas pueden alcanzar a académicos y empíricos por igual), sí es insoslayable el valor fundamental que tiene la formación académica profesional en la toma de conciencia sobre los fines sociales del periodismo.

d) Derecho de autorregulación

-“El periodista tiene derecho de autorregularse con sus pares y de organizarse gremialmente

sin la injerencia de personas o entidades ajenas al periodismo” (DAEPP-UIA)

Este principio es de enorme trascendencia pues plantea como un derecho la autonomía del grupo profesional para dotarse a sí mismo de normas éticas y establecer organismos profesionales, los cuales constituyen las instancias idóneas para tal fin, pues evitan la intervención de los intereses empresariales o del gobierno.

La esencia de la conducta ética reside en la adhesión íntima a un principio, sin la coacción de alguna fuerza exterior. Sólo la propia conciencia puede demandar el

cumplimiento de un principio de ética. Este debe ser el principal fundamento de la autorregulación.

Por ello resulta paradójico que el gobierno recomiende constantemente la adopción de códigos de ética, pues éste interés debe generarse únicamente entre los periodistas. Deben ser ellos mismos su propia "conciencia ética". Sólo una crítica entre iguales puede acercarse al ideal de autorregularse por medio de la ética.

Aunque, como ya lo hemos mencionado, las formas de organización profesional son la mejor base para una autorregulación, debido a la desarticulación y alcances limitados de las agrupaciones sindicales y gremiales existentes, nos permitiremos, en el siguiente inciso, abordar brevemente, otra de las alternativas para la formulación de un código deontológico que cubra a todo el grupo profesional: la colegiación.

e) La colegiación profesional como alternativa

Ninguno de nuestros códigos de ética hace referencia explícita al colegio profesional como base de la profesionalización y fuente de principios deontológicos generales, pero decidimos abordar aquí el tema pues constituye también una alternativa que podría ofrecer una plataforma para la formulación de un código de ética que sea de mayores alcances a nivel del grupo profesional.

El colegio profesional es un órgano que tiene por función la regulación del acceso a la profesión con base en criterios legales, académicos y éticos.

Los colegios profesionales también son concebidos como formas idóneas para promover la calidad profesional del periodismo, fomentar la superación profesional y la formulación y observancia de los principios éticos profesionales.

Según Villanueva, el colegio profesional:

1. Es un cuerpo colectivo creado por ley, cuya membresía es obligatoria para el ejercicio de una actividad profesional.

2. Este organismo cuenta con un código de ética y mecanismos de autocontrol donde se manifiesta el espíritu de cuerpo, de dignificación y de compromiso social de sus asociados⁴⁷.

En 1979, el Sindicato Nacional de Redactores de Prensa, expuso una propuesta para la creación de un "Colegio de Profesionales de Ciencias y Técnicas de la Comunicación Social de México".

Este proyecto contemplaba la creación de organismos independientes, ente los cuales se encontraría el Tribunal Colegiado de Ética Profesional, integrado por un representante de cada una de las organizaciones base del colegio (editores, publicaciones, asociaciones, clubes, sindicatos) que para su elección serían propuestos ante la asamblea de delegados del colegio. Estos serían llamados "dirimidores" -no jueces- porque sus sanciones serían sólo de tipo moral.

Este colegio sería concebido además como una federación de las organizaciones de periodistas existentes.

Naturalmente, el colegio contaría con un código de ética periodística y otro de sus organismos sería el Instituto Superior de Enseñanza de Ciencias y Técnicas de la Comunicación, destinado a la superación profesional y a promover la titulación de los periodistas.

Algunas de las fallas básicas de este proyecto eran "el exclusivismo para el ingreso y la pretensión de abarcar una variada gama de oficios englobados en el rubro de los comunicadores"⁴⁸.

En 1983, el periodista José Zaydén Domínguez proponía las "Bases generales para la creación del Colegio Nacional de Periodistas" de México. Su proyecto se basaba en la creación de un frente amplio integrado por los llamados "Cinco Grupos Inobjectables", compuesto, respectivamente, por un grupo de periodistas eméritos o decanos, uno de directores-periodistas de medios informativos, uno de periodistas

egresados de escuelas y facultades, uno de periodistas empíricos y otro de investigadores de la comunicación.

Cada uno de estos grupos estaría conformado por periodistas de reconocida trayectoria y solvencia moral.

Esta etapa daría lugar a un magno congreso nacional de periodistas, donde se fijarían las bases definitivas del Colegio Nacional de Periodistas. Debidamente integrado, el colegio elaboraría un Código de Ética de la profesión y sería la instancia pertinente para autorizar el ejercicio de la profesión.

Sin embargo, este proyecto no ofrece mayores detalles de su organización, pero sí hace muy delicadas y arriesgadas propuestas como el multar o encarcelar a quienes ejerzan el periodismo sin autorización.

Como puede apreciarse, de los dos proyectos mencionados el que tenía mejores y más sólidas bases para su realización es el del SNRP.

Entre las principales limitaciones que ha enfrentado la colegiación profesional de los periodistas en México se encuentran:

1. La subvaloración del trabajo periodístico en el mercado laboral, lo que genera la concepción del periodismo como un "oficio" en detrimento de su carácter profesional
2. Legalmente no existe ningún requisito específico de tipo académico para ejercer el periodismo⁴⁹.
3. Como consecuencia de lo anterior, la anarquía que ha prevalecido en el acceso a la profesión periodística.
4. La legislación mexicana no ha creado la figura del colegio profesional como requisito de inscripción obligada para los profesionales⁵⁰.
5. La concepción de que el colegio profesional es un órgano elitista, cerrado y selectivo para el acceso al ejercicio del periodismo.
6. El temor a las implicaciones que tendría el colegio como una instancia restrictiva de la libertad de expresión, puesto que crearía "una élite" con derecho a expresarse e

informar, además de concebirlo, en sus funciones de regulación ética, como una "Inquisición de los periodistas" o un organismo de tipo burocrático-corporativista.

No obstante estas objeciones, consideramos que un colegio de periodistas no tendría la función de ser un tribunal, ni una institución elitista si su modelo es concebido con una cuidadosa estructura democrática e incluyente, acorde con la realidad del periodismo mexicano que, lejos de excluir, promueva el acceso a la profesión periodística en mejores condiciones de preparación profesional sin que se restrinja de ninguna forma el ejercicio de la profesión.

Una de las funciones principales del colegio sería el brindar amplias oportunidades de apoyo académico para la superación profesional del gremio periodístico.

Además, la colegiación no tiene la función de impedir la libre expresión de cualquier ciudadano por no estar capacitado profesionalmente para ello -ello sería absurdo- sino de promover exclusivamente el mejoramiento profesional de aquellos que tienen como ocupación principal el informar y, por lo tanto, tienen el deber de estar capacitados y asumir responsabilidades mínimas con el público, sin menoscabo de su libertad.

En la actualidad es posible vislumbrar cómo algunas asociaciones civiles de periodistas están impulsando formas alternativas para promover la profesionalización y la ética de los periodistas.

En 1994 se fundó la Academia por el Desarrollo Profesional del Periodismo A.C. (*Desper*) que por sus características de organización es muy similar a un colegio profesional. En esta Academia se han agrupado periodistas de reconocida trayectoria profesional y para ingresar a ella se tienen que cumplir requisitos como en los colegios profesionales⁵¹.

Entre sus funciones se encuentra la promoción de la docencia, la investigación y la difusión, así como la realización de seminarios, diplomados y la titulación de los periodistas en universidades.

Aunque sus propósitos son marcadamente académicos, constituye un organismo que podría ser el cimiento para el surgimiento futuro de un Colegio Profesional de Periodistas Mexicanos.

En 1995 surgió la Asociación Nacional de Periodistas y Comunicadores A.C. (ANAPEC) a iniciativa de la generación "Francisco Zarco" de egresados de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, cuyos objetivos principales son:

-Defender la libertad de expresión como derecho *inalienable del hombre dentro de la ética periodística.*

-Pugnar por la superación profesional mediante el impulso de la capacitación y actualización permanente de sus asociados.

Esta asociación también se propone mantener relaciones con organismos que tengan objetivos afines y difundir manifestaciones culturales y artísticas.

La ANAPEC es un organismo integrado por profesionales egresados de diversas instituciones formadoras de comunicadores e incluye "a quienes se forjan en el diario ejercicio de la profesión"⁵².

Otra institución que está contribuyendo de manera importante al estudio y la discusión de la ética y la profesionalización de los periodistas es la Fundación Manuel Buendía A.C. (FMBAC). Sin ser una asociación de tipo gremialista, la FMBAC tiene como objetivos fundamentales la difusión del pensamiento y la obra del insigne periodista y contribuir al análisis, discusión y formación de recursos humanos en materia de comunicación social.

A través de la edición de la Revista Mexicana de Comunicación y de otras publicaciones y libros sobre el ejercicio periodístico, la FMBAC ha tenido como una constante preocupación el tema de la ética periodística. En sus páginas se han

plasmado algunas de las propuestas más avanzadas de periodistas e investigadores de la comunicación en aras de fortalecer los valores profesionales.

En julio de 1998, el Centro de Capacitación de la Organización Internacional de Periodistas y la Federación Latinoamericana de Periodistas (OIP-FELAP), en México organizó un seminario para periodistas en cuyas mesas se trabajaron los temas: "Ética y periodismo" y "La colegiación del periodismo".

Como se puede apreciar, las asociaciones civiles están jugando un papel relevante en la creación de las condiciones que estimulen la profesionalización y abran el camino a la ética del periodismo.

A estos esfuerzos se agregan otros que apuntan al mismo propósito, como son los encuentros de periodistas organizados por los medios informativos y otros organismos, en los que se ha discutido la ética del periodismo: "El periodismo: ejercicio profesional, deberes y derechos" (*Excelsior*, mayo de 1993), "La información frente al nuevo milenio" (*El Nacional*, agosto de 1993), "Ética en la radiodifusión mexicana" (*Radio Educación*, enero de 1998), "Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México" (diversos organismos, medios de comunicación y Cámara de Diputados, mayo de 1999), entre otros foros.

No obstante, en un contexto general, es posible advertir que todas estas acciones forman parte de una etapa germinal, pero continúan en constante crecimiento y se encaminan a la maduración de las condiciones que permitan hacer de la ética profesional una posibilidad, o quizá, una realidad que gradualmente se palpe en el periodismo mexicano de manera cotidiana.

Algunas consideraciones parciales

A lo largo de nuestro análisis comparativo, pudo advertirse que el código formulado por Raúl Trejo Delarbre es el que abarca un universo de principios más amplio que el resto de los códigos analizados.

En su mayoría, los principios del código propuesto por Trejo Delarbre son expresados con suficiente claridad y son desarrollados o explicados en sus aspectos esenciales, es decir, se observa una preocupación por dar matices al problema ético que entraña cada principio y un esfuerzo para adaptarlo con puntualidad a la problemática que vive el periodismo mexicano.

Este código complementa la enunciación de sus principios con el análisis de los conceptos necesarios, para no dar lugar a interpretaciones inexactas, sin llegar a hacer uso de un lenguaje imperativo o un tono autoritario.

Otro mérito de esta propuesta reside en que propone alternativas de orden *técnico* que permiten concretizar la forma en que, en la práctica, el periodista puede apegarse al cumplimiento de la norma ética.

Como un dato adicional debemos señalar que este código descansa en una declaración sobre "los fines de la comunicación", como preámbulo que da un mayor respaldo doctrinal a los principios enunciados.

Por estos motivos, estimamos que este código es el que mejor refleja un cuidadoso análisis de la problemática ética del periodismo mexicano actual y *presenta* una perspectiva más abarcadora.

Con lo anterior no pretendemos de ninguna forma descalificar a los demás códigos (sería contrario al propósito comparativo), pues como lo haremos notar, éstos enfatizan aspectos distintos que el código de Raúl Trejo no abordó suficientemente.

La objeción que podría hacerse a este código ético es que, dada la cantidad de principios abarcados y la especificidad con que se exponen, puede resultar muy controvertible su aceptación por los periodistas y los medios informativos que verían en su amplitud y acuciosidad una especie de "subrepticia legislación" que no ofrece márgenes para la libertad y el criterio personal del periodista, sino que "lo conduce" al grado de disminuir su capacidad de discernimiento.

El código propuesto por el diplomado de actualización de la UIA contiene una serie de planteamientos y demandas de enorme valor como condiciones necesarias para un ejercicio ético del periodismo: creación de un marco legal actualizado, legislación del derecho a la información, garantía a las libertades de expresión e información, libre acceso a fuentes de información, creación de códigos éticos, designación de un ombudsman, condiciones laborales dignas, solidaridad profesional, derecho de organización y autorregulación, así como el deber de profesionalizarse.

De los códigos analizados, éste es el que pone mayor interés en los aspectos que cimentarían la ética periodística.

Sin embargo, este mismo interés parece tener mayor presencia en el código que los principios mismos de ética profesional, los cuales son enunciados de manera muy sucinta y general, sin penetrar en la complejidad que comporta cada tema, ni ofrecer alternativas técnicas o recomendaciones de manejo informativo ante casos específicos.

Debe reconocerse, empero, la trascendencia que tiene el hecho mismo de que el código haya nacido como una propuesta colectiva en un diplomado de actualización profesional, pues ello refleja que existen posibilidades de acercarse al ideal de un código ético formulado por el grupo profesional.

La propuesta formulada por Jorge Camargo Zurita, aun cuando es la que expone menos principios que los demás códigos, es la que contiene, posiblemente, algunas de las propuestas más vanguardistas que podrían fortalecer la ética del periodismo: evitar que se dicten disposiciones contra la libertad de expresión e información, derogación de leyes y reglamentos que limiten dichas libertades, pugnar porque los directivos de los medios sean periodistas, acceso de los periodistas a la toma de decisiones de las políticas informativas, mantener el secreto profesional incluso ante requerimientos judiciales y el respeto escrupuloso al embargo informativo.

Creemos que esta propuesta deja sin tratamiento diversos temas fundamentales de la ética periodística debido a que solamente se aboca a esbozar aspectos que no

han sido tomados en cuenta para fortalecer los derechos de los periodistas en la consecución de una práctica ética. Y en ello radica justamente su importancia.

Después de la propuesta de Raúl Trejo, el código formulado por Claudia Fernández es el que a nuestro juicio comprende un mayor número de temas esenciales para la ética periodística mexicana.

Una cualidad de esta carta deontológica es la sencillez y precisión con que se encuentran expresados sus principios y las acotaciones que hace a los mismos con el fin de que sean interpretados correctamente. Es por ello que, como vimos en el curso del análisis, tiene amplias coincidencias temáticas y de tratamiento con el código de Raúl Trejo.

La propuesta de Fernández revela también una preocupación especial por la problemática específica del periodismo mexicano al dar especial atención al tema de la integridad del periodista y al conflicto de interés.

Pero estimamos que el énfasis y atención dados a éstos últimos temas no es el mismo que le merecen otros aspectos fundamentales de responsabilidad periodística que fueron tratados con mayor brevedad. La autora deja sin abordar principios esenciales como la libertad de expresión e información, las condiciones laborales del periodista, el derecho de réplica y la corrección.

4.8 Análisis gráfico comparativo de las declaraciones de principios editoriales y los códigos de ética

Una comparación de los principios más abordados por las declaraciones de principios editoriales y los códigos de ética analizados nos puede proporcionar un interesante indicador de los problemas que actualmente afectan más al periodismo mexicano.

Los cuadros 1 y 2 (en las siguientes páginas) tienen el propósito de ofrecer una análisis gráfico comparativo tanto de las declaraciones de principios editoriales como de los códigos de ética propuestos por periodistas.

Su presentación gráfica tiene la finalidad de facilitar la visualización de los principios que aborda cada uno de los códigos y declaraciones, observar cuáles fueron los principios omitidos en cada caso y mostrar aquellos códigos que abarcan un mayor universo de principios (las diferentes tonalidades del sombreado sólo tienen la función de marcar una distinción visual entre cada principio).

Naturalmente, debido a las diferencias que señalamos al principio de este análisis, los códigos de ética comprenden un mayor número de principios que las declaraciones de principios editoriales. En el primer cuadro, encontramos un total de once principios para las declaraciones, mientras en el segundo tenemos un total de 21, para los códigos éticos

En la última columna de cada tabla se indica el total de declaraciones o códigos que abordan un determinado principio ético. Como hemos mencionado con anterioridad, nuestra selección y jerarquización de principios fue hecha a partir del análisis de cuáles fueron los principios más frecuentemente abordados por las declaraciones y códigos.

La veracidad informativa, que fue tratada en la totalidad de declaraciones y códigos, es el tema prioritario de la ética periodística a la vez que el ideal más elevado de servicio. La veracidad seguirá siendo la piedra angular de la ética de la profesión pues de ella parten todas las normas éticas específicas del periodismo.

El respeto a la vida privada, también abarcado por la totalidad de declaraciones y códigos, es un tema que a nuestro parecer no puede ser entendido sino como parte del respeto al género humano en general.

El periodista no debe proteger los intereses privados en un sentido individualista, sino como parte de los intereses de la sociedad. Por lo tanto este principio no debe

Cuadro 1. Análisis gráfico comparativo de las declaraciones de principios editoriales.

Principio	Declaración de principios editoriales			Total
	Economista	Reforma	Nacional	
1. Veracidad				3
2. Respeto a la vida privada				3
3. Derecho de réplica				3
4. Protección a la dignidad				2
5. Libertad de expresión e información				2
6. Conflicto de interés				2
7. Distinción opinión / información				2
8. Distinción publicidad / información				2
9. Manejo y presentación de información				2
10. Acceso público a los medios				2
11. Corrección				1

Cuadro 2. Análisis gráfico comparativo de los códigos de ética.

Principio	Código de ética periodística				Total
	Trejo D.	DAEPP-UIA	Camargo	Fernández	
1. Veracidad					4
2. Protección a la dignidad					4
3. Secreto profesional					4
4. Respeto a la vida privada					3
5. Libertad de expresión e información					3
6. Conflicto de interés					3
7. Integridad del periodista					3
8. Plagio					3
9. Derechos laborales					3
10. Distinción opinión / información					2
11. Imágenes informativas					2
12. Métodos de obtención de información					2
13. Derecho de réplica					1
14. Distinción publicidad / información					1
15. Manejo y presentación de información					1
16. Corrección					1
17. Solidaridad profesional					1
18. Cláusula de la conciencia					1
19. Embargo noticioso					1
20. Autorregulación					1
21. Profesionalización					1

servir como forma de protección sólo a los funcionarios públicos o personajes prominentes, sino a personas de todos los estratos sociales que con frecuencia ven violada su privacidad en una actitud de menosprecio a su dignidad por parte de los medios informativos.

La protección a la dignidad humana, el conflicto de interés y la libertad de expresión e información son temas que aparecen en dos de las declaraciones editoriales y tres de los códigos de ética, por lo que representan los principios más abordados después de los dos que ya se han citado. Creemos que su relevancia ya ha sido discutida en el análisis por lo que no insistiremos en su trascendencia como exigencias éticas en la prensa mexicana.

Otros principios compartidos por declaraciones editoriales y códigos son la distinción entre opinión e información, entre publicidad e información, el manejo y presentación de informaciones y la corrección, en menor medida, según puede compararse en ambos cuadros.

En una revisión por separado de los cuadros pueden advertirse algunas omisiones notables que ya hemos apuntado en el curso del análisis.

En las declaraciones de principios editoriales (cuadro 1), *Reforma* no hace referencia a alguno de los criterios para la protección de la dignidad humana, ni especifica algún compromiso para el manejo de la información. *El Nacional* no declara principios para los temas de conflicto de interés y distinción entre información entre información, opinión y publicidad. *El Economista* y *El Nacional* no hicieron explícito el principio de corrección.

Para los códigos de ética, como también lo hemos hecho notar, las omisiones más destacables son las referentes a la distinción entre opinión e información (DAEPP-UIA, Camargo), el derecho de réplica, la distinción entre publicidad e información, la corrección, el manejo y presentación de informaciones, la cláusula de la conciencia

(DAEPP-UIA, Camargo, Fernández), el embargo noticioso (Trejo, DAEPP-UIA, Fernández) y la profesionalización (Trejo, Fernández, Camargo).

Es necesario tener presente que en su carácter de propuestas, estos códigos éticos pueden ser discutidos, corregidos y reformulados, pues ante todo, tienen la misión de estimular el debate sobre el tema y el análisis de los distintos principios que abordan.

4.9 Consideraciones globales

Es posible afirmar que el periodismo mexicano se encuentra en una etapa de transformación en la que el despertar de la conciencia ética está luchando por abrirse paso en medio de las grandes limitaciones representadas por los nuevos condicionamientos mercantiles y políticos de las empresas periodísticas.

Los nuevos márgenes de las libertades de expresión e información han planteado nuevos problemas éticos al ejercicio periodístico (aunque otros son antiguos), como consecuencia de un entorno político y social en transición democrática.

Es alentador que la ética sea tema de reflexión y discusión en el periodismo mexicano, pues ésta es ya una señal de cambio, de toma de conciencia y una deuda con la sociedad para todo periodista.

La voluntad de establecer compromisos e ideales de servicio con el público por parte de algunos órganos de prensa y periodistas es apenas el germen de una serie de medidas que deben crear y madurar las condiciones que favorezcan y estimulen una práctica periodística ética, comprometida con los fines sociales del periodismo: informar y analizar los sucesos para una participación más consciente de los ciudadanos en la vida pública.

La formulación de códigos de ética y declaraciones de principios editoriales es todavía una medida muy frágil para contrarrestar los crecientes problemas de ética

periodística, pues, en la práctica, las decisiones de los empresarios de la prensa y sus compromisos político-económicos tienen una fuerte presencia en la orientación ideológica y comercial de la información periodística.

Sin embargo, las propuestas de códigos de ética y declaraciones de principios editoriales tienen una enorme importancia en tanto representan fórmulas novedosas que muy pocos se atreven a hacer y que comienzan a abrir la brecha para una necesaria aplicación de los principios deontológicos.

Llama la atención que los códigos de ética aquí estudiados sean formulaciones individuales más que colectivas, lo cual a nuestro parecer puede indicar, por una parte, la dificultad de que estas propuestas cristalicen a nivel colectivo y, por otra, el hecho de que son pocas las voces que están participando propositivamente en el diseño de estas fórmulas.

Otro dato significativo es que los primeros diarios que elaboran sus declaraciones de deberes editoriales (*El Economista* y *Reforma*) son órganos informativos muy jóvenes aún en relación con el resto de los cotidianos capitalinos, lo cual ha motivado que diarios de mayor antigüedad se interesen paulatinamente en formular propuestas o al menos tomar parte en el debate. Todo ello alienta la aspiración de arribar a un periodismo de mayor calidad profesional y de nuevas pautas de comportamiento.

En un panorama donde los medios informativos comienzan a quitarse las ataduras impuestas por largas décadas de control y dependencia oficial, parece que la adopción de códigos éticos tiene menos oportunidades de concretarse, por cuanto a muchos les parecen nuevas y sutiles formas de autocensura.

A ello debemos agregar que muchas relaciones de dependencia y prácticas no éticas de la "etapa oficialista" permanecen arraigadas en la prensa mexicana.

Los alcances limitados de las organizaciones de periodistas existentes y su falta de unidad, así como la todavía débil profesionalización del periodismo en México, son

también obstáculos que impiden el fortalecimiento de la ética del periodista y la posibilidad de un consenso democrático sobre los principales temas que podría contemplar un código ético de alcance general para los periodistas mexicanos.

Por tales razones podemos advertir que el código de ética periodística en nuestro país tiene que franquear numerosos obstáculos antes de tener mayores posibilidades de que sus principios comiencen a reflejarse en la práctica cotidiana del periodismo, toda vez que la ética no es algo que se adquiere mediante la sola declaración de principios, sino que es una actitud que debe de conquistarse mediante la reflexión cuidadosa, el ejercicio constante y la lucha permanente contra los condicionamientos que se le oponen.

La ética no es sólo "buenas intenciones" expresadas en una carta deontológica, es incuestionablemente una lucha que muchas veces implica un alto precio, un sacrificio personal y que, en un momento dado, debe rebasar a las normas expresadas en un código para convertirse en una actitud vital de valor y compromiso en todos los actos del periodista como ser humano.

Es por ello que la ética periodística requiere de un conjunto de condiciones para florecer. El periodista es ante todo un ser social y los valores que pondrá en práctica al trabajar no son ajenos (o radicalmente distintos) a los que prevalecen en su vida familiar, a los que pone en práctica en el conjunto de sus relaciones sociales, a los que lo nutrieron en su vida académica y a los que prevalecen en su medio laboral.

Una declaración de principios editoriales o un código de ética periodística requieren

también condiciones que lo favorezcan:

1. Mayor libertad e independencia de las empresas informativas con respecto al poder político y económico.
2. Una mayor conciencia de los empresarios periodísticos y los directivos sobre los fines sociales del periodismo, pues ellos también deben ser educados éticamente.

3. Una estructura organizativa más democrática al interior de los medios informativos que favorezca la participación de los periodistas en las decisiones de política editorial e informativa.
4. Un mejoramiento sensible de las condiciones laborales y la protección de la integridad de los periodistas.
5. El respeto de la empresa periodística a las convicciones éticas y profesionales de los periodistas.
6. La elevación de la formación académica de los periodistas, así como su actualización y preparación permanente.
7. La creación de fórmulas que tiendan a reforzar el cumplimiento de los principios éticos como los estatutos y consejos redaccionales, o los defensores del lector.
8. La integración y unidad de las organizaciones profesionales de periodistas del país como base para la conformación de un colegio nacional de periodistas que diera origen a amplios consensos sobre los principios deontológicos de la profesión.
9. Una permanente crítica del público hacia el trabajo periodístico a través de una mayor y más efectiva apertura de espacios para este propósito y la formación de organismos independientes de la sociedad civil para analizar el trabajo de los medios informativos.

La ética forma parte de una cultura de la autocrítica de nuestros actos, de una meditación sobre nuestras acciones, sus causas y su significado. La ética requiere de la comprensión de la existencia de los otros como parte de nuestra propia existencia. Si el periodista distorsiona o miente a los otros, se miente a sí mismo, miente a la sociedad de la cual él forma parte.

La ética del periodista requiere, pues, del reconocimiento básico de la vida comunitaria, de la revaloración de la muy gastada expresión "conciencia social", pues sólo en ella el periodista puede saber que su trabajo posee un valor para la sociedad más allá del valor mercantil de la información.

NOTAS

Capítulo IV

1. En nuestro capítulo III (3.2.2 y 3.2.8) hemos comentado la complejidad de las circunstancias que pueden determinar los criterios editoriales e informativos de un diario, en función de los intereses de los propietarios, sus relaciones con el poder y la coyuntura histórica que atraviesan. La problemática social, económica y política que se manifestó con gran intensidad a raíz del levantamiento armado en Chiapas y se agravó con los asesinatos políticos de Colosio y Ruiz Massieu y la crisis económica que se recrudece a finales del mismo 1994, fueron usados por los medios informativos como asuntos en los que se propagaron incontables especulaciones, rumores y versiones no confirmadas y parciales, que sembraron confusión y temor entre la ciudadanía. En su libro, *Volver a los medios, de la crítica a la ética*, Raúl Trejo hace una aguda crítica al comportamiento de los medios en 1994. En el número de agosto-octubre de 1994 de la Revista Mexicana de Comunicación, se hace un amplio análisis del tratamiento periodístico que dieron los medios al conflicto en Chiapas, en el cual se destacan las versiones sensacionalistas y parciales. Quizá por estos motivos, 1994 resulta un año crucial para el estudio de la ética del periodismo mexicano. Un análisis de los intereses que entran en juego en cada medio para dar este tipo de tratamientos a la información demandaría un estudio de casos específicos en cada medio informativo, pero sin duda resulta evidente que el interés por ganar lectores y audiencias es un denominador común en este problema.
2. Hernández López, Rogelio, *Sólo para periodistas*, México, Grijalbo, 1999, p.123. En el número de abril de 1999 de la revista Media Comunicación, Rogelio Hernández da a conocer que el número de códigos éticos internos formulados por órganos de prensa en la República Mexicana aumentó de 8 a 19, debido a que los miembros de la Asociación de Editores de los Estados presentaron simultáneamente sus cartas deontológicas en una acción encabezada por *El Universal* y secundada por 10 diarios de los estados del norte de la República en su mayoría.
3. Arroyo, Alejandra, *art. cit.*, p. 101
4. Trejo Delarbre, Raúl, *Volver a los medios, de la crítica a la ética*, México, Cal y Arena, 1997, p. 348
5. *Ibid.*, p.348
6. Excélsior, "código ético y claro", en *Excélsior*, México, 7 de junio de 1997, pp.1, 12
7. Arroyo, Alejandra, *art. cit.*, p.105
8. Peña, Rodolfo F., "Asuntos éticos", en *La Jornada*, México, 16 de mayo de 1996, p.5
9. Wodenberg, José, "¿Defenderse de los medios?", en *El Economista*, México, 3 de junio de 1993, p.10
10. El estudio de José Baldivia y Julio Zetter sobre la formación de los periodistas mexicanos, publicado en 1981, indica que entonces existían 27 instituciones de enseñanza superior en México que impartían la carrera de comunicación y periodismo (Baldivia, José, *et al.*, *op. cit.*, p. 32). En 1996, las investigadoras Ligia Fadul y Beatriz Solís, registraban 128 instituciones de educación superior que imparten esta carrera en el país, mientras que una estimación de Rogelio Hernández señala que para 1998, la suma podría superar las 160 (Hernández López, *op. cit.*, p.85)
11. Villanueva, Ernesto, *Códigos...*, *op. cit.*, p. 25
12. Herrán, María Teresa, Restrepo, Javier Dario, *op. cit.*, p. 67

13. Rivadeneira, Raúl, *op. cit.*, p.198
14. Villanueva, Ernesto, Códigos..., *op. cit.*, p. 26
15. Leñero, Vicente, Marín, Carlos, *op. cit.*, pp.30-31
16. Fernández, Guido, Agonía a la hora del cierre, México, Trillas, 1994, pp.15-23
17. Hamelink, Cees, *op. cit.*, p. 136
18. Carrillo, Marc, citado por -villanueva, Ernesto, Códigos..., *op. cit.*, p.27
19. Herrán, Ma. Teresa, Restrepo, Javier darío, *op. cit.*, p. 69
20. Villanueva, Ernesto, Códigos..., *op. cit.*, p. 27
21. Benito, Angel, citado por Villanueva, Ernesto, Régimen legal de las..., *op. cit.*, p. 142
22. Villanueva, Ernesto, Códigos..., *op. cit.*, p.28
23. De Cupis, Adriano, citado por Villanueva, Régimen jurídico de las..., *op. cit.*, p. 163
24. Pinto Mazal, Jorge, Régimen legal de los medios de comunicación colectiva, México, UNAM-FCPyS, 1997, p. 175
25. Villanueva Ernesto, "¿La libertad de expresión contra el honor de las personas?", en Revista Mexicana de Comunicación, abril-mayo de 1997, p. 33
26. Hemanus, Pretti, citado por Uribe, Hernán, *op. cit.*, p.12
27. Villanueva, Ernesto, Códigos..., *op. cit.*, p. 31
28. Finder, Leonard, citado por Rivers, William, Schramm, Wilbur, Responsabilidad y comunicación de masas, Buenos aires, Troquel, 1973, p. 148
29. Fernández, Guido, *op. cit.*, p.40
30. Leñero, Vicente, Marín Carlos, *op. cit.*, p.27
31. Martínez de Sousa, José, *op. cit.*, p. 147
32. Ballesteros González, Teodoro, citado por Villanueva, Régimen jurídico de las..., *op. cit.*, pp.168-169
33. Villanueva, Ernesto, Códigos..., *op. cit.*, pp. 31-32
34. *Ibid.*, p.32
35. Uribe, Hernán, *op. cit.*, p. 29
36. Villanueva, Ernesto, "¿La libertad de expresion...", *art. cit.*, p.33
37. *Ibid.*, p.33
38. Musacchio, Humberto, "La prensa y el poder", en Reforma, México, 4 de junio de 1996, p. 15
39. Herrán, Ma. Teresa, Restrepo, Javier Darío, *op. cit.*, p. 223
40. Hernández López, Rogelio, *op. cit.*, pp. 111-112
41. Herrán, Ma. Teresa, Restrepo, Javier Darío, *op. cit.*, pp. 172-173
42. Carrillo, Marc, citado por Villanueva, Ernesto, *op. cit.*, p. 29
43. Hernández López, Rogelio, *op. cit.*, pp. 63-64
44. Musacchio, Humberto, "Un hombre de prensa", prólogo a Hernández López, Rogelio, *op. cit.*, p. 13
45. HERNANDEZ LÓPEZ, ROGELIO, *op. cit.*, p.62
46. Herrán, Ma. Teresa, Restrepo, Javier, Darío, *op. cit.*, p.32
47. Villanueva, Ernesto, Régimen jurídico de las..., *op. cit.*, p. 138
48. Uribe, Hernán, *op. cit.*, p. 114
49. Villanueva, ernesto, Régimen jurídico de las..., *op. cit.*, p. 139
50. *Ibid.*, p.39
51. Hernández López, Rogelio, *op. cit.*, p.208
52. Asociación Nacional de Periodistas y Comunicadores (ANAPEC), "Ética y democracia en comunicación", 1998 (folleto proporcionado por la ANAPEC).

A manera de conclusión: algunas reflexiones finales

"El pasado no se ha ido"

El periodismo es un fenómeno dinámico y cambiante que actualmente se halla en medio de vertiginosos cambios tecnológicos y sociales: sigue, inevitablemente, el curso evolutivo de las sociedades en que se desenvuelve.

En México, el periodismo ha sido reflejo de los valores, costumbres e ideas políticas que privan en una etapa histórica determinada. Ha sido reflejo de las luchas sociales y los debates ideológicos.

Pero, especialmente, el periodismo mexicano se ha visto históricamente condicionado por el poder político. Cada gobierno ha dejado sentir su influencia sobre la prensa; a veces de manera menos rígida, pero por lo general en forma contundente: a través del control abierto, la represión, la dependencia económica o los mecanismos de control no escritos.

Nuestra vida política, carente de tradiciones y prácticas democráticas, ha provocado que en distintas etapas históricas, pero peculiarmente en el siglo XX, la prensa quedara atrapada en el *oficialismo*, no obstante que siempre han existido periódicos y periodistas que han desafiado las estructuras autoritarias del poder y que nos han dado ejemplo de integridad y ética, no sólo como periodistas, sino como seres humanos.

El autoritarismo ha dejado una profunda marca en la historia del periodismo mexicano que no será fácil de borrar. Pero es necesario hacerlo si se quiere acceder a un periodismo menos sujeto a las distintas formas de control político.

Así pues, esta lucha por el rompimiento con las ataduras del pasado es necesaria para aspirar a un periodismo que adopte nuevos valores éticos y busque sus propios ideales de servicio al margen de la cultura política y la ideología oficiales.

La complicidad con el poder y la corrupción en el medio periodístico han representado un estigma para el periodismo mexicano a lo largo de este siglo. Esta es la razón por la que se despierta tanto escepticismo cuando se pone a discusión la posibilidad de conquistar un nuevo comportamiento ético-profesional entre los periodistas mexicanos.

Ante las incipientes transformaciones que se verifican en la pluralidad y apertura de los medios informativos mexicanos, podemos preguntarnos ¿se están extinguiendo las prácticas no éticas que caracterizaban al periodismo *oficial*? Creo que estamos lejos de poder dar una optimista respuesta afirmativa.

Las prácticas periodísticas derivadas de esta relación prensa-gobierno han permanecido arraigadas durante mucho tiempo: se han convertido en costumbres y, como tales, erradicarlas no implica una empresa fácil, sino un proceso quizá lento y que demanda grandes esfuerzos en todos los sectores concernientes a la actividad informativa: empresas periodísticas, gobierno, periodistas, universidades, asociaciones profesionales y sociedad.

¿Prensa en transición?

Hoy, México vive en un entorno político que se haya en una transición democrática ciertamente difícil y prolongada, por cuanto los lastres de una cultura política autoritaria aún ejercen su pesada influencia en la vida social. Aún está por arraigar una amplia participación social en los asuntos cruciales del país.

Pero es incuestionable que los diversos movimientos organizados de la sociedad civil, la actividad persistente de los partidos políticos y la búsqueda de una mayor eficiencia en la administración pública, han obligado al sistema político presidencialista y de partido único a transformar sus esquemas y mecanismos tradicionales de ejercicio del poder.

Una mayor competencia política, el acceso al gobierno de partidos de oposición y la presencia que han ganado algunas organizaciones civiles en la vida pública, han obligado a las empresas de comunicación a transformar también sus modelos de funcionamiento y permitir una mayor pluralidad en sus formatos informativos e incluso una actitud más crítica frente a los acontecimientos, aunque ésta tenga, evidentemente, las limitaciones ideológicas que impone la empresa periodística.

Este panorama es alentador, pues ofrece nuevas posibilidades al ejercicio del periodismo que, anteriormente, eran impensables dada la rigidez y la omnipresencia de las formas de control político que ejercía el gobierno a través de las dependencias públicas y los mecanismos informales de control informativo.

¿Puede decirse entonces que se ha alcanzado una completa apertura democrática en los medios? Aunque alentador, el panorama de los medios está lejos de ser el idóneo en lo que a su propia democratización se refiere.

Tal vez por los enormes privilegios de los que han gozado en el pasado, los órganos de prensa -y los medios informativos en general- han mostrado, con frecuencia, una actitud reticente ante los cambios en su propia democratización.

El mito de que son "el cuarto poder" los cubrió de una dorada y rígida chapa de arrogancia - y a veces prepotencia-, que ahora les impide asumir una actitud humilde ante los lectores.

El amparo que les diera el poder durante largo tiempo les dificulta cambiar de imagen y convencer al público de que ahora son plurales, abiertos y críticos.

Actualmente, los periódicos *oficialistas* podrán acaso sobrevivir, pero no competir. Quizá se extingan. La desaparición de *El Nacional* testimonia este hecho.

Algunos cotidianos están luchando por construir una nueva imagen, otros están inevitablemente atrapados en su oficialidad por su grado de dependencia del gobierno o son víctimas de sus propias cadenas ideológicas que les impiden equilibrar su tratamiento periodístico y ganar credibilidad. Otros más han asumido una actitud

abiertamente crítica ante el antiguo sistema político. Quizá éstos últimos son los que están despertando mayor polémica y tienen una presencia más activa e influyente como órganos de información.

Pero ¿ello significa que hemos arribado a un periodismo de mayor calidad, más profesional y, sobre todo, ético?

El comenzar a liberarse de las ataduras del control oficial ha beneficiado la pluralidad informativa. Pero ahora el periodismo enfrenta desafíos inéditos: la competencia por ganar públicos determina que se adopten esquemas informativos más comerciales, la búsqueda de la noticia impactante, la historia sensacional, el seguimiento informativo telenovelesco y superficial, el rumor, la especulación, la filtración, la parcialidad, son parte de una celebración efervescente con que los medios festejan sus nuevos márgenes de acción y que, en apariencia, hacen cristalizar el "libre mercado de ideas" neoliberal, con el cual el Presidente se jacta de que la libre expresión "vive su mejor momento".

Pero ¿se vive realmente el mejor momento de la libertad de expresión? Es justo reconocer los avances en la libertad informativa y el debilitamiento de la subordinación del periodismo al poder. Pero no puede proclamarse aún una completa libertad de expresión. Los diarios, como empresas, buscan fortalecerse económicamente y se ven influidos por la ideología de sus propietarios, por los anunciantes y por los diversos intereses políticos que inciden en el manejo informativo.

Es preciso preguntarse cuáles cadenas son peores para el periodismo ¿las que le impone el gobierno o las que le impone el carácter mercantil de la información? Si bien la información está dejando de ser objeto de control exclusivo del aparato gubernamental, ahora la prensa tiene a su lado diversos actores: partidos políticos, iniciativa privada, grupos de presión y anunciantes que buscan intervenir en la orientación de la información periodística e incidir en las decisiones editoriales.

Así, nuestro periodismo se encuentra en un difícil debate en el que debe combatir tanto las prácticas arraigadas de un pasado autoritario, como las tentaciones mercantilistas que deforman y manipulan la información tanto como el oficialismo.

Este es el momento en que la prensa mexicana tiene la oportunidad de plantearse seriamente cuán profundas deben ser sus transformaciones y que tan verdadera es su disposición de democratizarse a sí misma, pues sin ello, no será posible fortalecer la ética del periodismo.

La prensa no puede rezagarse en la búsqueda de una cultura democrática, conduciéndose con los antiguos patrones monolíticos y autoritarios del pasado. Este es el desafío de una prensa en transición.

Democratizar también la prensa

La concepción del periodista como un profesional debe romper el ancestral arquetipo del periodista "trabajador intelectual-asalariado" que sólo recibe las órdenes del *patrón*, sin poder cuestionar sus mandatos y que carece de criterio y de capacidad de decisión. Ello supone la anulación de cualquier posibilidad de que el periodista asuma una conducta ética.

Y aunque esta es una situación que se sigue manifestando en el ejercicio periodístico mexicano, la evolución del periodismo como profesión debe reflejarse en una mayor capacidad del periodista para participar, de manera crítica y propositiva, en las decisiones de política informativa de su empresa.

Dice Trejo Delarbre que "no hay nada, o casi nada, más antidemocrático que un medio de comunicación", pues las instrucciones del dueño o del director fluyen de manera vertical al editor, al jefe de redacción, al de información y, así, a los reporteros.

Sin embargo existen algunas experiencias (*El País*, *La Voz de Galicia*, *El Mundo*, *Le Monde*, *Le Figaro*, *L'Humanité*), que permiten demostrar que esta verticalidad en la dirección de los periódicos también admite la flexibilidad y la integración de órganos

(como los comités o consejos de redacción) donde los periodistas puedan opinar y ser partícipes de las decisiones vitales de la empresa, sin que ello represente un antagonismo entre propietarios y periodistas.

No es posible reducir este problema a la lucha entre "el burgués y el proletario". Es necesaria una nueva actitud de los empresarios, los directivos y los periodistas de la prensa para comprender que una intensa comunicación entre ellos debe ser la fuente de acuerdos y enriquecimiento recíproco, que beneficie los fines sociales de la empresa informativa.

No puede prevalecer el esquema caciquil del empresario-director que impone sus dictados personales en el trabajo periodístico. Tampoco puede subsistir el estereotipo del periodista semianalfabeta, ignorante e impreparado, víctima o cómplice de la corrupción tanto del empresario periodístico como del gobierno. Ambos arquetipos, aún sobrevivientes, deben ser desplazados por fórmulas más democráticas que den validez a la capacidad profesional de los periodistas.

Un periodista no puede asumir plenamente su responsabilidad y sus deberes si antes no se concibe a sí mismo como un profesional y si sus empleadores no le conceden esa autonomía profesional que necesita.

Es por ello que la reflexión sobre la cláusula de la conciencia resulta de gran relevancia en el terreno profesional, laboral y académico del periodismo, pues es un tema que prácticamente se ha dejado de lado en el actual debate para afianzar la ética periodística.

El ámbito de los códigos éticos

El código de ética ha sido presentado, a menudo, como una tónica que por sí sola remediará todos los males del periodismo en el aspecto deontológico. El discurso oficial lo "descubrió", de pronto, como una tentativa frente a los reclamos por renovar el marco jurídico para los medios de información.

La ética también ha servido como elemento discursivo cuando el Presidente quiere hacer "llamados de atención" a los medios y cuando se ha dado a conocer información que pone en riesgo la estabilidad del sistema político o la misma figura presidencial.

Aunque, como hemos visto, los códigos éticos no son fórmulas novedosas -pues representan incluso una larga lucha de los periodistas por cumplir con sus deberes profesionales-, ahora parecen estar de moda, pues se adaptan de manera estupenda a los regímenes democráticos en los que se pretende poner menos restricciones legales a la prensa.

Sin embargo, las muchas dificultades que han enfrentado los códigos éticos, a lo largo de su historia, para hacer aplicables sus principios en la práctica periodística, nos hacen pensar que éstos no bastan para lograr una modificación de la conducta profesional del periodista.

La experiencia del pasado nos obliga a dirigir la mirada al conjunto de condiciones que rodean la labor del periodista y entender que el problema de la ética periodística no puede ser abordado solamente desde la perspectiva de los principios deontológicos.

En nuestro capítulo III hemos querido mostrar que la ética periodística se halla condicionada por factores de tipo político y económico. En el capítulo IV hemos sugerido que el funcionamiento de los códigos de ética requiere de condiciones que refuercen su cumplimiento: mayor libertad, autonomía, unidad, profesionalización y seguridad laboral para los periodistas.

Pero si todas estas condiciones son necesarias, ¿qué valor tienen los códigos deontológicos? Cualquier acercamiento a la difícil realidad del periodismo nos invita a pensar en los códigos como listados de buenos propósitos, ineficaces por su alto grado de idealismo.

Pero el hecho mismo de que existan, de que sean formulados, criticados y debatidos, nos insta a reflexionar sobre su peculiar ámbito de acción dentro del esquema de medidas y propuestas que pueden conducir a la elevación de la ética del periodismo.

Parece una paradoja que en un mundo deseoso de liberarse de rígidos sistemas normativos o códigos morales o religiosos, surja lo que parece una arcaica fórmula llamada "código de ética profesional": una especie de mandamientos que nadie obedecería.

Sin embargo, no es en el ámbito de lo prohibitivo donde hay que ubicar la función de los códigos deontológicos, pues antes que ser rígidos, deben estar definidos por su elasticidad, por su capacidad para adaptarse y responder a las conflictivas situaciones que rodean al periodismo, sin que se ponga en riesgo la libertad del periodista para tomar sus propias decisiones.

Sería irónico que los códigos limitaran la libertad, pues sin libertad no hay conducta ética. Un código deontológico debe ser, sobre todo, estímulo de la conciencia profesional, fuente de identidad para los periodistas y un reconocimiento público de su compromiso de servicio con la sociedad.

¿Códigos éticos en lugar de leyes?

¿Pueden los códigos de ética suplir al marco legal que regule a los medios? Contestar afirmativamente equivaldría a aceptar que la sociedad ha alcanzado un grado de madurez cívica tal que le permite prescindir de las leyes. Si todos nos rigiéramos únicamente por los más altos principios éticos, las leyes, en efecto, serían innecesarias: se viviría en un estado de perfecta armonía que supondría la *naturaleza ética* del hombre.

Es difícil creer que éste sea el caso en que se encuentra México o cualquier otra sociedad por más avanzados que sean sus principios de convivencia.

Se debe tener presente que el derecho y la ética no son equivalentes, sino complementarios. Aunque ambos tienen amplias coincidencias, el ámbito en que actúa cada uno es diferente.

Señala Villanueva que "mientras la ley tiene como finalidad última establecer los mínimos necesarios para la convivencia social, los códigos de ética tienen como objetivo establecer los máximos estándares de conducta para dignificar la profesión y lograr contenidos de mayor calidad en beneficio de toda la sociedad".

Ninguno de los estados democráticos en los que se han adoptado códigos de ética periodística, carece de un régimen legal que regule la actividad de los medios informativos.

Naturalmente, la necesidad de dar un nuevo marco legal a la comunicación en México no debe suponer un retroceso al control gubernamental de los medios, sino un paso hacia la construcción de órganos plurales donde haya una mayor participación de los medios y de la sociedad civil en la definición de las normas que operen, como señala Hugo Aznar, como "un mínimo denominador común que todos deben respetar".

Acertadamente, Fátima Fernández Christlieb ha afirmado:

"no basta pedirle a un medio que redacte su propio código de ética cuando su motivación como emisor radica fundamentalmente en la ganancia económica. Lo que salga de esa pluma será retórica sin compromiso, serán buenos deseos para quedar bien nada más".

Esto es precisamente lo que deben evitar los códigos éticos: ser sólo instrumentos de la retórica gubernamental para cubrir el vacío legal en materia de comunicación social o simples máscaras publicitarias para que una empresa informativa gane credibilidad.

¿Cómo procurar entonces que el código ético no sea solamente un listado de buenos deseos?

Las alternativas poco exploradas

En nuestro último capítulo hemos discutido la importancia de que sean las organizaciones profesionales o, idóneamente, un colegio profesional de periodistas, la instancia que fomule un código ético de alcance general.

Sin embargo, en lo que a las empresas se refiere aún no se han agotado las alternativas, ni se han llevado tan lejos como fuera deseable.

Quizá por los incipientes márgenes de libertad con que comienzan a actuar las empresas periodísticas, cualquier fórmula que parezca limitar o "autocensurar" sus tareas informativas no será aceptada con facilidad.

Pero tampoco será posible que la prensa permanezca al margen de compromisos con la sociedad y sin mecanismos que permitan una crítica permanente a su trabajo periodístico.

La fase de transformación en que se encuentra la prensa es también un momento pertinente para la experimentación de fórmulas que permitan una mayor participación de la sociedad en los medios. Sólo así podrán conocerse los alcances de estas fórmulas, sus fallas y reconocer las posibilidades de corregir sus funciones.

En este sentido, creemos que las alternativas han sido poco exploradas: en nuestro capítulo IV hemos comentado la relevancia del ombudsman de la información y el consejo de prensa. Sin embargo queremos resaltar brevemente el valor de estas propuestas.

a) El ombudsman

El ombudsman o defensor del lector, no puede ser visto como un juez-inquisidor interno, pues es un miembro de la redacción cuya misión es encargada por el propio

medio: su autoridad emana sobre todo de su experiencia y de su integridad moral. Debe gozar del reconocimiento y la aceptación de los periodistas del diario.

Se debe recordar que, originalmente, el ombudsman es un miembro de la sociedad civil que defiende los derechos humanos y que sus acuerdos y recomendaciones son de tipo moral.

Trasladado este concepto al periodismo, sería idóneo que la aceptación del ombudsman sea expresión, fundamentalmente, de una necesidad de los propios periodistas y no una exigencia gubernamental.

El defensor de los lectores, señala José Woldenberg, "puede intervenir a propuesta de cualquier lector pero también por iniciativa propia y el periódico le garantiza a él respeto, independencia, y lo que es más, los medios materiales que requiere para realizar su función".

Sin embargo, el defensor del lector también tiene límites: no puede interferir en el secreto profesional ni mucho menos atentar contra los derechos individuales de los periodistas.

Sin pretender que esta sea la única y más eficaz forma de defender los derechos de los lectores, el ombudsman, como puente comunicativo entre los lectores y el diario, constituiría una pieza clave para complementar un mecanismo que contribuya, con efectividad, a lograr que los principios éticos que ha formulado un diario sean seguidos no sólo por la conciencia del periodista, sino por un vínculo sano y abierto que se establezca con el público al que sirve.

b) El consejo de prensa

El consejo de prensa, en tanto órgano colegiado, sirve según Woldenberg, "como receptáculo de quejas y sugerencias del público lector y tiene la facultad de transmitir las a los responsables de los periódicos y revistas".

Este tipo de organismo ha enfrentado el rechazo de los empresarios de la prensa que aducen que su presencia deriva en una intromisión que afecta gravemente la libertad de expresión.

Pero la conciencia de que también la sociedad tiene derecho a pedir cuentas a los medios (¿quién critica a los críticos?) ha logrado abrir un espacio a estos organismos en diversos países.

El consejo de prensa debe caracterizarse, sobre todo, por su pluralidad, la equidad en la representación de sus miembros y, especialmente, por su independencia del gobierno.

Y aunque su misión esencial es garantizar la calidad de la información y criticar la información incorrectamente presentada por los medios, también es un espacio para la defensa de los derechos de los periodistas, de la prensa y, en general, del derecho y la libertad de información.

Sin embargo, en México, no existe una cultura democrática y de apertura entre los empresarios periodísticos, pues, acostumbrados a un corporativismo que gestiona sus intereses y mantiene un vínculo de conveniencia con el poder, permanecen anclados en una posición que no comprometa sus privilegios.

El bloqueo de las propuestas

Ahora que la sujeción de la prensa al poder es menor, las empresas periodísticas no admiten nada que parezca limitar su poder, pues cualquier iniciativa para crear órganos independientes para vigilar a los medios es inmediatamente atacada y a veces, desde antes de que salga a la luz pública, bloquean su difusión.

Cuando la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía de la Cámara de Diputados, pretendió impulsar la Ley Federal de Comunicación Social y la Comisión

Nacional de Comunicación Social, a finales de 1998, los titulares de la prensa se precipitaron en las ocho columnas:

- "Proponen diputados órgano que controle a los medios" (El Universal, 30 de septiembre de 1998).

- "Rechazo total a mordazas" (Uno más uno, 1o. de octubre de 1998).

Otros diarios como *El Sol de México*, *El Heraldo de México*, *La Prensa y Ovaciones* dieron a conocer esta noticia con la misma intención. Y meses más tarde:

- "Vuelven a la carga con la ley mordaza" (El Heraldo de México, 11 de enero de 1999).

En diversos noticiarios radiofónicos también se desacreditó la iniciativa. Este bloqueo y la manipulación informativa -que irónicamente nos da un contundente ejemplo de la conducta ética de la prensa- parece indicarnos que, por el momento, una alternativa de esta naturaleza no tiene expectativas de realización.

No obstante, algunos autores han formulado propuestas que es necesario valorar y analizar:

- El constitucionalista e investigador Jaime Cárdenas propone la creación de un Órgano Constitucional Autónomo para salvaguardar el derecho fundamental a la información, en el que los medios estarían sujetos a un control democrático y cuyos criterios de supervisión serían técnicos y no políticos como hasta ahora.

- El periodista e investigador Raúl Trejo Delarbre considera necesaria la creación de un "espacio colegiado", que podría funcionar como un "consejo", para la supervisión de los medios que funcionaría con representación plural de diversos sectores (entre ellos las empresas de comunicación) en una composición semejante a la del Instituto Federal Electoral.

- El especialista en Derecho a la Información, Ernesto Villanueva, en su "Propuesta de Ley Federal de Comunicación Social" contempla la creación de un Consejo Nacional de Comunicación Social como órgano que garantice las libertades de expresión e información. Dentro de las atribuciones de este órgano se encuentra:

- *Velar por la imparcialidad y veracidad informativa
- *Hacer efectivo el derecho de réplica
- *Proteger la privacidad de los individuos
- *Nombrar al Defensor del Público
- *Coordinar y proveer las ayudas del Estado a los medios informativos
- *Resolver controversias relativas al derecho a la información
- *Llevar a cabo estudios, investigaciones y seguimientos en el campo de la comunicación social.

Aunque merecen un amplio debate y crítica, estas propuestas, antes que ser desechadas, deben ser difundidas públicamente en forma completa, para que los ciudadanos puedan conocerlas y discutir las. Ello es necesario, sobre todo, porque no ofrecen un regreso al control gubernamental, sino la formación de nuevas entidades con una estructura democrática y plural.

El hecho de que los medios obstruyan la difusión de estas propuestas, pero que tampoco adopten ninguna de las fórmulas para establecer compromisos deontológicos con el público, es algo que retrasa significativamente el impulso de la ética profesional en el periodismo.

Es indispensable que los medios contribuyan a la discusión sobre las fórmulas en que se pueden acercar a sus públicos en una comunicación indispensable para mejorar la calidad de la información.

Las frecuentes demandas legales contra periodistas por difamación, calumnia o daño moral (sólo 15 durante 1997 en el país), son un importante indicador de la carencia de instancias que permitan ventilar y resolver los conflictos relacionados con la información en una forma democrática y que no ponga en peligro la libertad de expresión e información. Otro tanto nos indican las agresiones, secuestros y amenazas contra periodistas.

Llevar más lejos la apertura

La tecnología le ha dado una nueva dimensión a nuestro concepto de prensa: el papel ya no es el único soporte material que permite alcanzar a públicos cada vez mayores. Consultar un periódico por internet es una práctica común y la comunicación cibernética, en apariencia, está rompiendo la barrera del hermetismo que dominaba las relaciones entre el diario y los lectores.

La interactividad parece estar de moda en todos los medios informativos. Pero ¿este mayor "diálogo" entre emisores y receptores de la información ha influido sensiblemente en la calidad del trabajo periodístico? La forma en que los lectores de diarios pueden intervenir en los contenidos de la información periodística, no obstante sus avances, es aún restringida.

Finalmente, los criterios mercadotécnicos parecen tener la última palabra en la definición de la oferta informativa. Y aunque no son necesariamente excluyentes los criterios mercantiles y los periodísticos en la prensa, es frecuente ver que la balanza se inclina del lado de los primeros.

Una auténtica autorregulación no significa una autocracia, en la que el medio informativo se rija sólo por sus propios principios y valores creyéndolos absolutos y únicos. Al contrario. Una autorregulación supone necesariamente intercambio, retroalimentación. Y ello debe entenderse en el sentido más fiel: dar acceso a opiniones y críticas como expresión de una necesidad verdadera para el funcionamiento de la empresa informativa y el cumplimiento de sus servicios a la sociedad.

Consideramos que aún no están agotadas las fórmulas de participación del público en la crítica y orientación del quehacer de la prensa. Aunque se ha propuesto la creación de "consejos de lectores", no es al menos una práctica cotidiana que las personas manifiesten a los medios sus inconformidades, señalen sus errores o emitan juicios sobre el tratamiento periodístico de los sucesos noticiosos.

La sociedad civil y la ética del periodismo

Cualquier fórmula para propiciar la comunicación con el público y lograr el autocontrol debe contar necesariamente con la participación activa de la propia sociedad. La transformación democrática que comienza a vivir el país exige que los distintos sectores de la sociedad busquen abrirse paso en los medios de comunicación y conquisten espacios, gradualmente, en forma propositiva.

Debe incrementarse la cultura de la participación ciudadana para lograr un mayor acceso del público a los medios. Y aunque la competencia por ganar la atención de los medios es cada vez más difícil, las posibilidades no son tan limitadas como antes.

Si las personas no tratamos de hacer aunque sea una mínima perforación en el hermetismo de algunos medios o si subestimamos nuestra capacidad de acción, hará siempre falta un elemento imprescindible para el afianzamiento de la ética periodística: la participación social.

Un ombudsman, un consejo de prensa, una declaración de principios editoriales o un código ético interno sólo tienen sentido en la medida en que haya personas dispuestas a defender sus derechos como lectores y asuman una actitud más activa frente a la información.

Cabe señalar, además, que ninguno de estos mecanismos puede, por sí solo, solucionar los problemas deontológicos del periodismo, sino que éstos pueden auxiliarse y complementarse para propiciar soluciones basadas en la comunicación circular.

El Movimiento Ciudadano por la Democracia afirma que: "para que una democracia prospere es necesario promover medios de comunicación independientes que vean a los ciudadanos -y no al gobierno-, como su razón de ser y su único objetivo de existir".

Este propósito requiere también un nuevo perfil de periodista, con una mayor sensibilidad social y cuya formación profesional lo dote de las habilidades necesarias para impulsar esta participación social.

El desafío de la formación académica

La formación académica es decisiva en la adopción de valores éticos en los periodistas.

La calidad de la formación que reciben los periodistas debe reflejarse en un creciente profesionalismo definido por su capacidad para acudir a fuentes variadas de información, un mayor espíritu de investigación, documentar mejor las informaciones, asumir una actitud crítica frente a sus fuentes y hallazgos, hacer un uso inteligente y cuidadoso de las nuevas tecnologías, pero, especialmente, por su capacidad para permitirse una mínima reflexión ética antes de comenzar a teclear su nota.

Gabriel García Márquez dice que "es un consuelo suponer que muchas de las transgresiones éticas, y otras tantas que envilecen y avergüenzan al periodismo de hoy, no son siempre por inmoralidad, sino también por la falta de dominio profesional".

Aquí, las universidades y escuelas que imparten la carrera de periodismo tienen una enorme responsabilidad, pues cada palabra que se lee o se escucha dentro de la formación académica, las conductas mismas de los profesores, son fuente de aprendizaje de principios éticos para los estudiantes.

El momento de mayor libertad y pluralidad informativa que comienza a vivir nuestra prensa es crucial. Si las nuevas generaciones de periodistas se dejan fascinar por estas incipientes libertades y anteponen los criterios mercantiles, empresariales, políticos o personales en el manejo informativo, no se puede vislumbrar mucho futuro para la ética periodística.

La formación académica es una de las condiciones más importantes para contribuir al fortalecimiento de los valores éticos del periodismo. Dice el filósofo español, Hugo Aznar, que no cabe hablar de profesión sin hablar de deontología.

La formación universitaria no puede ser únicamente la acumulación de aprendizajes técnicos que pueden ser empleados sin tomar en cuenta el fin al que sirven. La formación académica profesional significa, sobre todo, la posibilidad de adquirir una amplia visión humanística de la realidad que nos permita orientar socialmente los conocimientos y las técnicas aprendidas.

El basamento cultural que proporcional una formación universitaria es el fundamento de la ética profesional del periodista: nos permite preguntarnos por los fines, las intenciones y los medios que vamos a usar para dar a conocer una información.

De la Universidad hemos recibido valores éticos y ellos deben ser el cimiento de la integridad a lo largo de nuestra vida profesional. Desconocer este hecho es, en cierta forma, traicionar nuestra formación universitaria, o lo que es peor, olvidarla.

La razón de ser del periodismo como una carrera universitaria reside, precisamente, en la posibilidad de ejercerla en forma ética y con el más humano sentido de servicio a la sociedad.

ANEXO

DOCUMENTAL

Un decálogo para los periodistas

Joaquín Estefanía

1. La información es un derecho de todos los ciudadanos y no un derecho propio de los periodistas.
2. La prensa no es un poder, sino un límite social a la arbitrariedad y el abuso de poder, a la vez que uno de los principales instrumentos de difusión del conocimiento.
3. La independencia de un medio de comunicación, la objetividad y la transparencia son la base de su credibilidad y de ella responden los periodistas tanto como los editores.
4. La independencia se sustenta necesariamente en la rentabilidad, pero también en el no sometimiento de los profesionales a disciplinas ideológicas, partidistas o de grupo que coarten su objetividad.
5. La objetividad nos obliga a renunciar a todo protagonismo, a todo prejuicio personal o social, y a considerar que, como norma, toda fuente es interesada, lo que impone el contraste de la información y la identificación de fuentes.
6. El conocimiento de los temas es la mejor defensa frente a la manipulación.
7. La defensa de la verdad y del interés social, la tolerancia, la duda continua, la curiosidad y la tenacidad son irrenunciables en el oficio de informar, al igual que el espíritu autocrítico y la sensibilidad hacia las demandas del público. La arrogancia es pasaporte seguro hacia el abuso y el error.
8. Hay que desconfiar siempre, por principio, del periodista que se presenta a sí mismo como poseedor único de la verdad, como el héroe de una película, no sea que quiera imponer a los que discrepan de sus puntos de vista la espiral del silencio.
9. Rectificar puede ser doloroso, pero es un acto de justicia para con los lectores y los protagonistas de los hechos, a la vez que una segunda oportunidad para acertar que no siempre se da en otras circunstancias de la vida.

10. Si se quiere influir de verdad en la sociedad que nos rodea, los datos siempre son más tercos que las opiniones y, a la larga, más eficaces.

Principios generales de la ética periodística

Ernesto Villanueva

1. Es un deber ético del periodista *brindar información veraz*. Un periodista cumple con este deber en la medida en que:

- a) contrasta fuentes de información;
- b) realiza un trabajo diligente en la búsqueda de hechos noticiosos;
- c) identifica claramente cuando se trata de rumores o de informaciones no confirmadas;
- d) fundamenta las notas informativas que escribe, y rechaza el uso de frases ambiguas como "se dice", "se comenta", "parece ser" y otras similares que induzcan a confusión.

2. Es un deber del periodista *brindar información exacta*. Un periodista cumple con este deber en la medida en que:

- a) separa en forma clara los hechos consignados en la nota informativa de los juicios de valor, opiniones, ideas y conjeturas personales;
- b) distingue la nota informativa de la publicidad, particularmente en aquellos casos en que pudiese haber confusión,
- c) coloca cabezas y titulares ajustadas fielmente al cuerpo de la nota informativa.

3. Es un deber ético del periodista *brindar información equilibrada*. Un periodista cumple con este deber en la medida en que:

- a) presenta todas las versiones posibles de un hecho noticioso;
- b) brinda igual oportunidad de expresar puntos de vista a las *diversas partes* involucradas y, en su caso, señala cuando no fue posible entrar en contacto con alguna de las partes o ésta se ha rehusado a emitir su postura;
- c) respeta el derecho de réplica de las personas citadas en el cuerpo de un texto informativo.

4. Es un deber ético del periodista brindar información completa. Un periodista cumple con este deber en la medida en que:

- a) ejerce la rectificación oportuna en cuanto conozca los errores en la información difundida;
- b) brinda información de todos y cada uno de los pasos procedimentales hasta que se haya dictado el fallo judicial respectivo, cuando decida difundir casos legales
- c) rechaza cualquier beneficio personal para ocultar o manipular información;
- d) respeta el secreto profesional en el ejercicio de su profesión.

Opiniones de periodistas, editores e investigadores de la comunicación sobre el código deontológico y la ética periodística

"Los periodistas sí deben criticar las faltas éticas en el comportamiento profesional de sus colegas, pues el no hacerlo daña en su conjunto y va en detrimento del propio gremio. La falta de códigos de ética y normas que regulen el comportamiento de los periodistas no debe significar una barrera para emprender lo que seguramente será un largo y tortuoso camino donde, en sus primeras etapas, serán más quienes se opondrán".

"El periodismo mexicano tiene décadas de lastre por violaciones a la ética profesional y es injusto que futuras generaciones carguen con lo mismo".

Raymundo Rivapalacio. Periodista, fue corresponsal de *Proceso*, *Uno más uno* y *Excélsior*, director de *Notimex*, coordinador de información económica de *El Financiero* y subdirector de investigación y asuntos especiales de *Reforma*. Actualmente es director del diario *Milenio*.

"...nos encontramos en un momento bastante delicado de la lógica del poder, la modernización de la prensa está pasando por una serie de jalones que tienen como telón de fondo la disputa entre el poder político que desea imponerle a los periodistas la autorregulación de los medios y un código de ética, mientras la prensa escrita solamente desea ejercer con independencia de criterios la libertad de expresión como parte de su función social".

"... podríamos dejar en claro que seamos los propios periodistas quienes definamos nuestros propios códigos de ética, evitando que éstos sean redactados por quienes no tienen relación con el quehacer periodístico..."

Carlos Ramírez. Periodista, trabajó en *El Herald de México*, *El Día* y *Proceso*. Posteriormente fue coordinador de información política de *El Financiero* donde escribía la columna "Indicador Político" que actualmente aparece en *El Universal*.

"En los principales diarios de Estados Unidos, hace tiempo que existen instrumentos para la búsqueda de valores éticos como los códigos de redacción o los ombudsmen.

En la Comunidad Europea hay una comisión sobre Políticas de Información y Comunicación, que tiene a la ética periodística entre sus temas de evaluación permanente. En América del Sur, en ocasiones con el apoyo de comunidades periodísticas muy activas y que pelean por ganarse y mantener su respetabilidad en la sociedad, comienzan a proliferar instrumentos legales para que, sin demérito de la libertad de expresión, los ciudadanos tengan recursos ante los medios.

" En México la simple mención del tema causa urticarias e incomodidades entre los periodistas y, en significativa pero preocupante coincidencia, entre los dueños de los medios".

"Hace falta una reforma legal para los medios, que podría complementarse con la adopción de parámetros éticos explícitos y cuyo cumplimiento pueda ser sancionado por los lectores de cada diario o los consumidores de cada medio".

Raúl Trejo Delarbre. Periodista, es director del semanario *Etcétera*, columnista del diario *La Crónica de Hoy*, miembro del consejo editorial de la revista *Nexos*, autor de diversos libros y estudios sobre medios de comunicación y ética del periodismo.

"La credibilidad en un o en una periodista es, siempre, lo más difícil de construir, pero lo más fácil de perder. Las cosas buenas casi no se recuerdan, pero las malas casi siempre afloran y pasan la prueba del tiempo."

Raymundo Riva Palacio.

"La profesionalización del medio exige un código de ética, que se sustente en la información, basada en datos comprobables y en fuentes, y si en algunos casos las fuentes no se pueden hacer públicas, la información necesariamente deberá ser comprobable, debe haber hechos en lugar de adjetivos. Preguntémonos cuántos de los medios amarillistas que degradan nuestro sistema de información, podrían cumplir con ese código ético".

"...hay muchos otros para los cuales el periodismo no es una forma de expresión política o social más: somos quienes tenemos esta profesión como centro de nuestra actividad. Para este sector un colegio profesional que profundizara en la profesión, el contacto, el intercambio de puntos de vista, en la formación de nuestro propio código

ético y por qué no –como existe en otros países- de nuestro propio ombudsman para atender la relación de los lectores con los medios y los profesionales de la comunicación”.

Jorge Fernández Menéndez, periodista de investigación y columnista de *El Financiero*.

“Si un investigador hiciera el recuento de todos los excesos que ha cometido la prensa en los últimos años, la cantidad de casos sería inmensa”.

“Yo creo que todo el mundo tiene derecho a hacer sus pronósticos, pero también el deber de decir que las cosas no sucedieron como pensaba (...), que los hechos no le daban la razón. ¡Que va! Eso no se da, (...) los columnistas mexicanos jamás piden disculpas”

Ciro Gómez Leyva. Periodista, fue reportero del diario *Reforma*, actualmente es editor en jefe del semanario *Milenio*.

“Las notas sin fuente han corrido como lumbre en pasto seco, sobre todo a raíz de los asesinatos de Luis Donald Colosio y José Francisco Ruiz Massieu. La imaginación sin límites, las presiones de los editores y la escasa disposición de los reporteros para hacer un esfuerzo extra que los lleve a cotejar información filtrada, han llevado a que cada vez más la prensa cometa excesos”.

Ignacio Rodríguez Reyna. Periodista, ex reportero de *Reforma*, coordinador editorial del semanario *Milenio* y articulista del diario *Milenio*.

“La desarticulación del gremio, la división interna, las rivalidades y la falta de conciencia profesional y de clase impiden el avance hacia un código de ética aceptado por la mayoría, un documento que recoja, entre otras cosas, el derecho moral de todo colega a no hacer aquello que se oponga a sus creencias o convicciones más profundas”.

Humberto Musacchio. Periodista, fue subdirector y articulista de *La Jornada*, editorialista de *Reforma* y periodista cultural.

"Si el poder trata de condicionara a la prensa, no es menos cierto que asimismo los periodistas deben hacer todo lo posible para sustraerse a sus condicionamientos"

"...no menos obvio es que un periodista -si es un hombre de carácter y lo suficientemente orgulloso como para salir adelante- sabrá resistir toda intención de intimidarlo si no da demasiada importancia a las ventajas materiales y psicológicas que su actividad le procura y si no las considera más importantes que su libertad o su dignidad"

Federico Campbell. Periodista, fue reportero de *Proceso*, ha sido colaborador de *Excélsior*, *El Día*, *Siempre!* y columnista de *La Jornada Semanal*.

"La prensa es un medio que generalmente recuerda a los demás sus deberes y es parte de su ejercicio, pero por congruencia debe mirar hacia si misma".

"Un código de ética general u otros particulares en cada uno de los medios, no serían excluyentes sino complementarios. Creo que no convendría limitar la visión de las cosas a una sola fórmula, sino por el contrario, abrir la mente a la utilización de diversos instrumentos, de diversas formas, siempre que conduzcan a ese ejercicio de la responsabilidad de los medios, que son dependientes de la sociedad y por lo cual deben responder a ésta".

Miguel Ángel Granados Chapa. Periodista, fue subdirector editorial de *Excélsior* hasta 1976, ha sido articulista de *Proceso*, *Siempre*, *El Universal* y columnista de *La Jornada* y *El Financiero*, actualmente es columnista del diario *Reforma*.

"Los periodistas mexicanos carecen de un código de ética como herramienta de autorregulación y factor de credibilidad, como los que se han dado los profesionales en éste y otro continentes".

"Hasta marzo de 1999, entre los 400 diarios que se registran en el país y durante todo el siglo, apenas habían aumentado de tres a siete el número de los que contaban con cartas de ética".

Rogelio Hernández López. Periodista, ex reportero de *Excélsior*, articulista y colaborador en diversas publicaciones, directivo de la Unión de Periodistas

Democráticos y coordinador de la Academia para el Desarrollo Profesional del Periodismo.

"En la competencia, muchas veces se advierte irresponsabilidad y tendencia hacia el sensacionalismo, hecho reprobable al que ayuda ese peligroso juego de las filtraciones".

Fidel Samaniego. Periodista, ex reportero de *El Universal* y actualmente columnista del diario *La Crónica de Hoy*.

"El compromiso con la verdad impone un conjunto de obligaciones cuyo grado de observancia sería oportuno revisar en estos momentos en que desde todos los ámbitos se escuchan voces que exigen el replanteamiento de las relaciones entre gobierno y prensa"

Aurelio Ramos. Periodista, reportero de *Excélsior*

"Habemos quienes pensamos que, en tanto no se dé el ejercicio de autocrítica abierta, los medios estarán estancados ante los actores del cambio mayor que experimenta el país. Si de verdad los medios tienen que cambiar para servir a una sociedad en cambio, antes que todo tendrán que reconocer vicios y virtudes de la relación con el poder y con la sociedad, para poder identificarlos y desterrar los lastres que nos atan al pasado".

Rodolfo Medina. Reportero y columnista, fue corresponsal en Washington de *Uno más uno*.

"El rigor ético en el periodismo, como en la vida, se deriva de la formación personal: entre más consciente está el periodista de su trabajo social, menos estafará, engañará o embaucará a los lectores"

"...la mejor manera de lograr un periodismo íntegro es el apego a la exactitud, a la verdad y a la Constitución. Pero de igual forma, manteniendo un código de ética que regule y norme la vida pública de los periodistas".

Luis Velázquez. Periodista de *El Sur* de Veracruz

“Los derechos de los lectores distan de estar garantizados en la mayoría de las publicaciones”.

“(existe) confusión interesada o auténtica entre libertad de expresión y libertad para atribuirle a cualquier persona lo que sea sin necesidad de probarlo. Los agraviados, por lo común, no tienen manera de defenderse y quienes sí pueden defenderse —los políticos, los empresarios— eligen las más de las veces el silencio”

“Esto propicia (...) un clima persistente de calumnias, difamación, impunidad argumentativa y uso de la injuria para retener lectores. Lo descrito se agrava si los injuriados pertenecen a grupos de marginación social o moral, en torno a los cuales todo se considera válido”

“Se ha propiciado la mentira en gran escala, se ha dado el ocultamiento de los datos, la tergiversación, el linchamiento moral programado de los opositores y ese hoyo negro de las responsabilidades éticas”.

Carlos Monsiváis, escritor y periodista, colaborador de *La Jornada*, *El Universal*, *Proceso* y diversas publicaciones.

“El problema radica en que con frecuencia se sacrifica la ética informativa a los intereses ya sean privados, gubernamentales o partidistas, a veces mixtos y revueltos, va parejo. Se pierde así el sentido de servicio a la comunidad por jugarretas miopes que a la larga a nadie benefician”.

Federico Reyes Heróles. Articulista del diario *Reforma*, colaborador en diversas publicaciones y director fundador de la revista *Este País*.

“...en lo personal, me sigue pareciendo una anomalía mayúscula que las diferentes publicaciones carezcan de un código de ética autoimpuesto y autoasumido que sirva tanto para formar a sus colaboradores como para que el lector pueda, de manera transparente, aducir la violación de algún compromiso que uno supone consustancial a la función social que cumple la prensa”.

“Ese código de ética debe servir para explicar lo que se vale y lo que no, lo que son los recursos legítimos en el ejercicio de una profesión y lo que no son más que agresiones a las almas públicas de las personas...”

"Yo creo que en esta materia, una autorregulación de la prensa, es decir, compromisos asumidos por los propios medios, siempre resultará mejor. Es decir, un código procesado, discutido y aprobado por las propias publicaciones".

José Woldenberg. Escritor y periodista, ha sido colaborador de *La Jornada*, *El Economista* y de diversas publicaciones.

"Todo código de ética alude –si no es un tratado filosófico– a una sectorización profesional de una moral colectiva considerada (por tiempo y circunstancia) como una necesidad gremial autoimpuesta por su valores intrínsecos, a partir de lo cual se considera como una moral positiva"

Raymundo Ramos. Periodista y escritor, ha sido articulista de *Uno más uno* y de diversas publicaciones.

"Ética, código de conducta, principios profesionales, responsabilidad social, lealtad a los valores de la democracia. De muchas maneras se denomina a esta búsqueda por ser mejores profesionalmente, por cumplir con las expectativas que nuestra profesión, más que otras, despierta en la sociedad"

"Para nuestra fortuna, entre algunos círculos periodísticos se extiende lenta pero segura la convicción de que deben ser los mismos profesionales de la información quienes definan sus códigos de conducta. No es tarea fácil. Ninguna de las organizaciones contemporáneas del periodismo mexicano ha logrado concretar y consensar un instrumento que refleje los valores y los principios que deben orientar la profesión en nuestro país".

Miguel Ángel Sánchez de Armas. Periodista, presidente de la Fundación Manuel Buendía.

"Cuestiones como la ética profesional del comunicador y la función de los medios informativos son ahora algunos de los aspectos contemplados como fundamento indispensable en la transformación democrática del país".

"De la responsabilidad del comunicador dependen, en gran medida, las respuestas colectivas de los espectadores en torno a los acontecimientos cotidianos".

"El momento en que son seleccionados los temas susceptibles de ser difundidos y descartados los que se consideran intrascendentes, el derecho del ciudadano a mantenerse informado sufre una importante merma. ¿Bajo qué criterios se hace esa selección? La respuesta es sencilla: vender".

Rafael Luviano Delgado. Editorialista y periodista cultural, fue colaborador del suplemento *El Búho de Excélsior*.

"Por supuesto que siempre es posible equivocarse y hacer análisis incorrectos que afectan negativamente a una persona o institución; pero es ahí donde la ética del periodismo se muestra, al retractarse o emitir una disculpa que intenta corregir el exceso cometido"

Ezra Shabot. Editorialista y analista político del diario *Reforma*.

"A diferencia de España, Francia o Estados Unidos, en México prácticamente no existen códigos de ética periodística en nuestros medios de comunicación".

"No sé si en México se tengan que redactar códigos de ética generales o si cada medio, de acuerdo con su origen y el entendimiento de sus editores y su dueño, deba contar con el suyo. Deberán, sí, aceptar que su credibilidad y reputación dependen de la veracidad, profundidad y objetividad con que presenten la información. Para lograrlo deben aplicar valores éticos universales, sin importar si los ponen por escrito o si, simplemente los convierten en moneda de uso corriente entre sus reporteros, redactores y editores, y si los dueños de los medios, en correspondencia, afrontan con honestidad los efectos de observar esta conducta".

"Ciertamente los valores éticos en el periodismo (...), varían por país y por medio de comunicación, pues es altamente improbable que todos los dueños, editores, reporteros y redactores de diarios o estaciones de radio y televisión en la mayoría de los países occidentales, tengan una concepción homogénea de dichos valores".

Rubén Álvarez Mendiola. Periodista, ex director de *Notimex*.

"Mientras en países como Estados Unidos o Inglaterra la publicación de los primeros códigos de ética periodística data de principios del presente siglo (XX), en nuestro país el debate abierto y público inició con cierta tibieza en 1994 y curiosamente a iniciativa del poder político –en particular, del entonces secretario de Gobernación, Jorge Carpizo-."

"¿Por qué México llega tarde a la discusión y reflexión sobre la ética informativa? Son tres las razones principales: por la existencia de un sistema político que impuso una rígida estructura de control tendiente a cooptar e inhibir el verdadero desarrollo periodístico, y cuya inercia aún no logra liquidarse plenamente. Por la falta de una tradición, un hábito, una práctica necesariamente obligada para el gremio: el ejercicio de crítica y autocritica por parte de los periodistas, circunstancia que se desprende de la razón primera. Por la carencia de hemerografía y bibliografía nacional suficiente, lo cual no es sino la suma global y el reflejo de las razones precedentes".

Omar Raúl Martínez. Periodista, director de la *Revista Mexicana de Comunicación*.

"El elemento crucial es la cuestión ética. En estos meses hemos sido testigos de cómo desde los medios de comunicación se han establecido culpabilidades e inocencias, al punto en que han conformado una opinión pública que mina la credibilidad de las instituciones judiciales"

"De ahí la importancia de que los propios comunicadores adopten un código ético que, sin atentar contra la libertad de prensa –ni mucho menos que signifique autocensura– permita que los lectores distinguan cuando se trata de la información de un hecho y cuando se trata de una opinión"

José Luis Victoria Toscano. Articulista del diario *El Día*.

"...es necesaria una recta conciencia profesional, para un sano uso de los medios, en especial los dedicados a la información, a la búsqueda y divulgación de las noticias".

"El conocimiento a medias de la verdad, como el engaño y la mentira, o las técnicas de confusión y la cultura del rumor o la rotunda ignorancia de los profesionales, dañan a

las personas y limitan sus posibilidades de tener una clara y recta conciencia que permita que sus determinaciones a favor del bien común sean aceptadas”.

Javier Blanco Sánchez. Articulista de *Excélsior*.

“... mi convencimiento personal (es) que la mejor manera de reglamentar el oficio periodístico es dejando a los propios periodistas que elaboren y apliquen su código de ética, lo cual –aun cuando imperfecto- siempre estará a salvo del peligro mayor de la coartación de la libertad de prensa, sutil o evidente, mediante decretos gubernativos”.

Álvaro Arceo Corcuera. Articulista de *Uno más uno*.

“¡Prefiero perder una nota a perder credibilidad!”

Jesús Blancornelas. Periodista, director del semanario *Zeta* de Tijuana.

“La respuesta se busca en la vuelta a ganar el respeto público que la prensa escrita en algunos casos ha tenido y tiene. Dejar atrás la banalización –que para eso hay medios mucho más poderosos- y las altas rentabilidades –que para eso hay espacios más ventajosos-, y recuperar las certezas morales de un periodismo de servicio público”.

Pablo Hiriart. Periodista, fue director de *El Nacional*, actualmente es director del diario *La Crónica de Hoy*.

“...hay periodistas y reporteros que informan sin haber probado la veracidad ni la solvencia de sus fuentes, un principio que debería estar contenido en un código de ética de universal observancia. En ocasiones resulta muy simple calumniar a una persona o denigrarla o atacarla desde la posición de privilegio que concede el tener acceso de una u otra forma a los medios masivos de difusión. Denigrar resulta muy sencillo cuando se disparan falacias, libelos y calumnias desde la trinchera y el parapeto que supone la existencia del cuarto poder”.

Francisco Martín Moreno. Periodista, fue editor en jefe del semanario *Milenio*, ha sido articulista de *Excélsior* y diversas publicaciones.

"En México existe en la actualidad un público inteligente que premia con su preferencia a los medios que manejan las noticias de forma ética y responsable, sin embargo los comunicadores enfrentan un grave problema en su quehacer cotidiano, que es el ocultamiento de los hechos por parte de las autoridades".

Alejandro Junco de la Vega. Director general de los diarios *Reforma* y *El Norte*.

"Los códigos de ética, que surgen como respuesta de asociaciones de periodistas, son el instrumento más frágil, pues no contemplan todas las circunstancias alrededor de un periodista".

"Los consejos nacionales o locales de información, que son cuerpos colegiados ajenos a los medios y reciben quejas de los lectores, se han abierto camino en todo el mundo y pueden pedirles cuentas a los periódicos, pero también apoyarlos".

Luis Enrique Mercado. Director del diario *El Economista*.

"La libertad de expresión no admite ninguna normatividad que los propios periodistas no nos imponamos. Cada medio debe asumir su propio código ético ante la sociedad y sus lectores".

"(debemos)cambiar nuestra actitud ante el poder y la sociedad, e ir al rescate de esa responsabilidad individual y colectiva que es la ética profesional, en beneficio de la nación".

Luis Gutiérrez Rodríguez. Periodista, ex director del diario *Uno más uno*.

"En términos generales, lo que llamamos autocensura puede traducirse en una conciencia profesional, y si es así, es positiva".

Fernando Alcalá. Periodista, ex director editorial del diario *Ovaciones*

"...los propios medios nos vamos a regular y gobernar nuestras propias acciones. Yo hago una convocatoria a la prensa nacional para crear un organismo que nos una, (cuya función sería) autorregularnos, establecer normas morales y éticas..."

"nosotros no aceptamos invitaciones a giras pagadas, ni desayunos que no tengan un sentido de información concreta, tampoco obsequios de fin de año; no reconocemos,

asimismo, premios que no tengan la calidad de autonomía en su otorgamiento. Estamos lejos de cualquier tipo de prebendas que pudieran ofrecerse. Llegamos al extremo de prohibir que nuestros colaboradores se estacionen en doble fila, que utilicen letreros para obtener canonjías, las famosas placas que dicen 'prensa'.

Alfonso Dau. Director del diario *Siglo 21* de Guadalajara.

"Industriales del periodismo han tergiversado la función social de los medios de comunicación y los utilizan en defensa de sus intereses políticos o económicos; estaría bien establecer un código de ética para ellos, no para los que cumplimos con nuestro apostolado".

Benjamín Fernández Pichardo. Director de *El Imparcial* de Oaxaca.

"El papel del mediador, mal llamado ombudsman, despierta gran expectativa, porque representa los intereses de una sociedad que actualmente no cree en los medios de comunicación"

Ernesto de la Peña. Escritor, periodista y colaborador en diversas publicaciones, fue el defensor del lector en el diario *Uno más uno*.

"Para vigilar que los periódicos cumplan su responsabilidad ética con quienes los leen y que las informaciones no dañen la vida pública, es imprescindible en México la figura del defensor del lector".

Luis Enrique Mercado, director del diario *El Economista*.

"El lector de *Milenio Diario* tiene el derecho a pedir explicaciones y de ser tomado en serio. Para eso, se ha propuesto la figura del ombudsman, cuya tarea es recibir el punto de vista de los lectores sobre asuntos puntuales, investigarlo y asomarse también al otro lado, el del periodista para conocer su versión".

"Es derecho del lector recibir una visión amplia y completa de la realidad, que no se quede en fragmentos..."

"El lector busca recibir información segura, completamente confiable o, en caso de que fuera imposible, conocer en detalle el grado de certeza que acompaña a la nota.

Además, es su derecho recibirla bien redactada, con versiones de los involucrados, sin exageraciones o implícitos discriminatorios de ningún grupo, que siempre resultan ofensivos”.

Luis Petersen Farah, ombudsman del diario *Milenio*.

“El código de ética es más que un listado de principios de carácter moral; es la publicación de reglas y compromisos claros en materia de verdad informativa, de respeto a la privacidad de las personas, de respeto a la réplica a la que tienen derecho los usuarios y, desde luego, el compromiso con los fines genuinos de la comunicación, que son: informar, orientar, educar, cultivar...”

Javier Corral Jurado. Presidente de la comisión de Radio Televisión y Cinematografía de la Cámara de Diputados.

“...la respuesta de este sexenio es pedir la autorregulación de los medios vía el propio código de ética. No creo que haya alguien que se oponga a esta propuesta, unos porque viene del Presidente de la República, porque es una tendencia global o también, en términos de Weber, por la responsabilidad...”.

Fátima Fernández Christlieb. Investigadora de la comunicación.

“Ante la avanzada de los medios y la necesidad de transmitir noticias antes que la competencia, los periodistas dejan caer su oficio investigador para volverse retransmisores de información a muy alta velocidad. El criterio que priva: dar la noticia más espectacular en el menor tiempo posible. No hay tiempo, entonces, para comprobar datos ni para adentrarse en las exigencias de la objetividad”.

Carmen Gómez Mont. Investigadora de nuevas tecnologías de comunicación.

"En el fondo, los códigos deontológicos de la prensa representan un compromiso público de actuación, un esfuerzo por preservar la credibilidad ciudadana en la información que proporcionan los medios y una apuesta por mantener el prestigio profesional del periodista".

Ernesto Villanueva. Investigador especialista en derecho y ética de la información, doctor en derecho a la información por la Universidad Complutense de Madrid, director de la *Revista Iberoamericana de Derecho a la Información*, ha sido colaborador de diversos diarios como *Uno más uno* y *El Nacional*.

"...se desdeña la relación entre periodismo y filosofía, y la imperiosa necesidad de reflexionar acerca de la verdad, el ser y el conocer, la ética y los valores humanos".

Francisco Javier Torres. Investigador de la comunicación y el periodismo mexicano, maestro en comunicación por la Universidad Iberoamericana y por la Universidad de Texas en Austin.

BIBLIOGRAFÍA

- Aristóteles, Ética nicomaquea, México, Porrúa, 1998, 152 pp.
- Avelar Acevedo, Carlos, Breve historia del periodismo, México, Jus, 1965, 211 pp.
- Aznar, Hugo, Ética y periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación, Barcelona, Paidós, papeles de comunicación 23, 1999, 350 pp.
- Aznar, Hugo, Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios, Barcelona, Ariel, 1999, 256 pp.
- Baldivia Urdininea, José (coord.), La formación de los periodistas en América Latina, México, Ceestem-Nueva Imagen, 1981, 393 pp.
- Berrocal, Sergio, La manipulación de la información, México, Gernika, 1986, 39 pp.
- Bohère, G. , Profesión: periodista. un estudio de los periodistas como trabajadores, Ginebra, Oficina Internacional del Trabajo, 1985, 189 pp.
- Bohmann, Karin, Medios de comunicación y sistemas informativos en México, Alianza Editorial-Conaculta, 1990, 397 pp.
- Calvimontes y Calvimontes, Jorge, El periódico, México, Trillas, 1983, 131 pp.
- Camargo Zurita, Jorge, Ética del periodismo y política. Tesis de licenciatura, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 1996, 54 pp.
- Camarillo Carbajal, María Teresa, El sindicato de periodistas. una utopía mexicana, México, UNAM, 1988, 238 pp.
- Campbell, Federico, Periodismo escrito, México, Ariel, 1994, 191 pp.
- Colegio Mayor Alcor de Madrid, Persona, cultura y familia en los medios de comunicación, Coloquios de Alcor IV, Madrid, Dossat, 1980, 205 pp.
- Charnley, Mitchell, Periodismo informativo, Buenos Aires, Troquel, 1976, 486 pp.
- Crawford, Nelson Antrim, The ethics of journalism, Michigan, Schoolary Press, 1970, 239 pp.
- De la Mota, Ignacio H., Función social de la información, Madrid, Paraninfo, 1988, 296 pp.

- Fernández Christlieb, Fátima, Los medios de difusión masiva en México, México, Juan Pablos, 1993, 330 pp.
- Fernández Guido, Agonía a la hora del cierre, México, Trillas, 1994, 133 pp.
- García Máynez, Eduardo, Ética, México, Porrúa, 1976, 318 pp.
- García Orosa, Luis Alberto, Periodismo en paños menores, México, Edamex, 1990, 166 pp.
- Goodwin, Eugene, A la búsqueda de una ética en el periodismo, México, Gernika, 1994, 444 pp.
- Granados Chapa, Miguel Angel, Examen de la comunicación en México, México, El Caballito, 1980, 238 pp.
- Hernández López, Rogelio, Sólo para periodistas, México, Grijalbo-Unios, 1999, 321 pp.
- Herrán, María Teresa, Restrepo, Javier Darío, Ética para periodistas, Bogotá, Tercer Mundo Editores, 1991, 299 pp.
- Kant, Immanuel, Fundamentación de la metafísica de las costumbres, México, Porrúa, 1996, 67 pp.
- Kautsky, Karl, Ética y concepción materialista de la Historia, Buenos Aires, Cuadernos del Pasado y Presente, 1975, 145 pp.
- Kelsen, Hans, Teoría general del Derecho y del Estado, México, UNAM, 1988, 478 pp.
- Lambeth, Edmund, Periodismo comprometido, un código de ética para la profesión, México, Limusa, 1992, 224 pp.
- Leñero, Vicente, Marín, Carlos, Manual de periodismo, México, Grijalbo, 1986, 315 pp.
- Loreti, Damian, El derecho a la información, Buenos Aires, Paidós, 1995, 256 pp.
- Martínez de Sousa, José, Diccionario de información comunicación y periodismo, Madrid, Paraninfo, 1992, 889 pp.
- Mc Bride, Sean *et al.*, Un sólo mundo, voces múltiples, México, FCE, 1980, 418 pp.
- Menéndez, Aquiles, Ética profesional, México, Herrero, 1992, 281 pp.

- Michele, Roberto de, Los códigos de ética en las empresas, Buenos Aires, Granica, 1998, 113 pp.
- Ochoa Campos, Moisés, Reseña histórica del periodismo mexicano, México, Porrúa, 1968, 187 pp.
- Paoli, Antonio J. , Comunicación e información, perspectivas teóricas, México, Trillas-UAM, 138 pp.
- Portales, Diego, Poder económico y libertad de expresión, México, Nueva Imagen, 1981, 217 pp.
- Proceso, Manual de estilo de Proceso, México, Comunicación e Información, 1998, 101 pp.
- Rivadeneira, Raúl, Periodismo, México, Trillas, 1994, 184 pp.
- Riva Palacio, Raymundo, Más allá de los límites, ensayos para un nuevo periodismo, México, Universidad Iberoamericana-Fundación Manuel Buendía, 1998, 246 pp.
- Rivers, William, Mathews, Cleve, La ética en los medios de comunicación, México, Gernika, 1992, 470 pp.
- Rivers, William, Schramm, Wilbur, Responsabilidad y comunicación de masas, Buenos Aires, Troquel, 1973, 534 pp.
- Ruiz Castañeda, María del Carmen, Reed Torres, Luis, El periodismo en México. 450 años de historia, México, Tradición, 1974, 377 pp.
- Ruiz Eldredge, Alberto (comp.), El desafío jurídico de la comunicación internacional, México, Nueva Imagen, 1980, 230 pp.
- Sánchez Vázquez, Adolfo, Ética, México, Grijalbo, 1990, 245 pp.
- Savater, Fernando, Ética, política, ciudadanía, México, Grijalbo, 1998, 76 pp.
- Secanela, Petra María, El periodismo político en México, Barcelona, Mitre, 1983, 202 pp.
- Shishkin, A. F., Ética marxista, México, Grijalbo, 1969, 497 pp.
- Sigal, Leon V., Reporteros y funcionarios, México, Gernika, 1971, 240 pp.

- Singer, Leticia, Mordaza de papel, México, El Caballito, 1993, 199 pp.
- Taufic, Camilo, Periodismo y lucha de clases, México, Nueva Imagen, 1980, 215 pp.
- Teel, Leonard Ray, Taylor, Ron, Sala de redacción, México, Gemika, 1992, 209 pp.
- Toussaint, Florence, Crítica a la información de masas, México, Trillas, 1990, 94 pp.
- Trejo Delarbre, Raúl, Volver a los medios, de la crítica a la ética, México, Cal y Arena, 1997, 389 pp.
- Urbe, Hernán, Ética periodística en América Latina, deontología y estatuto profesional, México, UNAM, 1984, 185 pp.
- Villanueva, Ernesto, Códigos europeos de ética periodística, México, Fundación Manuel Buendía-Generalitat de Catalunya, 1996, 178 pp.
- Villanueva, Ernesto, Deontología informativa, códigos deontológicos de la prensa escrita en el mundo, México, Universidad Iberoamericana-Pontificia Universidad Javeriana, 1999, 389 pp.
- Villanueva, Ernesto, Derecho y ética de la información, México, Media Comunicación, 1995, 136 pp.
- Villanueva, Ernesto, Régimen jurídico de las libertades de expresión e información en México, México, UNAM, 1998, 253 pp.
- Villanueva, Ernesto, Régimen jurídico comparado de la ayuda del Estado a la prensa, México, Media Comunicación, 1996, 115 pp.
- Washington Post, The, De la prensa, por la prensa, para la prensa, México, Gemika, 1978, 215 pp.
- Weill, Georges, El periódico, orígenes, evolución y función de la prensa periódica, México, Unión Tipográfica Hispano-americana, 1979, 325 pp.
- Wolf, Mauro, La investigación de la comunicación de masas, Barcelona, Paidós, 1985, 318 pp.

HEMEROGRAFÍA

- Arias Hernández, Rafael, "Defender al lector", en Uno más uno, México, 13 de agosto de 1992, p.3
- Arroyo, Alejandra, "Valores éticos en el periodismo escrito mexicano", en Revista Iberoamericana de Derecho a la Información, México, mayo-agosto, de 1998, pp.97-113
- Blanco Fornieles, Víctor, "Los derechos del lector y su defensor", en El Economista, México, 7 de junio de 1993, p.10
- Estefanía, Joaquín, "Un decálogo para los periodistas", en El Nacional, suplemento especial, México, 23 de agosto de 1993, pp.II-V
- Fernández, Caludia, "Una brújula ética para los repórteres mexicanos" en Revista Mexicana de Comunicación, México, noviembre de 1996-enero de 1997, pp.20-22
- Gaucher, Enrique, Sotelo, Humberto, "Un ombudsman de la información", en Revista Mexicana de Comunicación, México, diciembre de 1994-enero de 1995, pp. 29-31
- Gómez Mont, Carmen, "Ética y comunicación: algunos postulados para su revaloración", en Revista Mexicana de Comunicación, México, octubre-noviembre de 1994, p.48
- Jay, Martin, "¿Existe una ética postestructuralista?", en La Jornada Semanal, suplemento semanal de La Jornada, 1o. de julio de 1990, pp. 24-31
- Luviano Delgado, Rafael, "Caminar hacia la democracia informativa", en Revista Mexicana de Comunicación, México, mayo-junio de 1996, p.40
- Monsiváis, Carlos, "Las zonas muertas de la prensa", en El Nacional, suplemento especial, México, 23 de agosto de 1993, pp. XVII-XVIII
- Patiño Manfer, Ruperto, "Medios: asumir su responsabilidad", en El Economista, México, 7 de junio de 1993, p.11
- Peña, Rodolfo F., "Asuntos éticos", en La Jornada, México, 16 de mayo de 1996, p.5
- Periodistas y alumnos del Primer Diplomado de Actualización para el Ejercicio Profesional del Periodismo en la Universidad Iberoamericana, "Código ético para el

ejercicio profesional del periodismo", en Revista Mexicana de Comunicación, México, mayo-julio de 1996, p.40

Ramos, Raymundo, "Derecho a la información y código de ética periodística", en Uno más uno, México, 8 de noviembre de 1997, p.5

Savater, Fernando, "Lo moral y lo legal" en Bucareli Ocho, suplemento semanal de El Universal, México, 8 de marzo de 1998, p.22

Trejo Delarbre, Raúl, "Un código de ética para los medios", en Excélsior, México, 17 de octubre de 1994, p.41

Trejo Delarbre, Raúl, "Periodismo: la ética elástica", en Nexos, México, julio de 1995, pp.65-73

Trejo Delarbre, Raúl, "Una libertad que se inventa cada día", en Revista Mexicana de Comunicación, México, agosto-septiembre de 1994, p.60

Trejo Delarbre, Raúl, "Prensa, libertad, poder y sociedad", en El Nacional, México, 8 de junio de 1994, p.3

Villanueva, Ernesto, "Ética en el ejercicio periodístico: caminos que se bifurcan", en Revista Mexicana de Comunicación, México, agosto-octubre de 1996, pp.20-23

Villanueva, Ernesto, "El secreto profesional de los periodistas", en Uno más uno, México, 7 de octubre de 1995, p.8

Villanueva, Ernesto, "¿Por qué y para qué una Ley Federal de Comunicación Social?", en Revista Mexicana de Comunicación, México, noviembre de 1996-enero de 1997, pp.23-27

Villanueva, Ernesto, "Publicidad oficial y democracia", en Media Comunicación, México, mayo de 1998, pp.39-40

Woldenberg, José, "El defensor del lector" en El Economista, México, 4 de junio de 1993, p.10

Woldenberg, José, "¿Defenderse de los medios?", en El Economista, México, 3 de junio de 1993, p.10

Agradecimientos

Quiero dejar un especial testimonio de gratitud a mi asesora, licenciada María Teresa Camarillo Carbajal, por la grandeza de su generosidad, paciencia y sabiduría, con las cuales me abrigó espiritualmente, no sólo durante el proceso de la investigación, sino también en el fértil tiempo en que tuve la invaluable oportunidad de trabajar con ella en la búsqueda de más piezas sueltas para reconstruir el gran pasado y presente de la prensa y el periodismo mexicanos.

Con enorme gratitud para mi maestro Saúl Salgado, quien siempre seguirá iluminando a la Universidad con la estrella de su humanismo.

Hago un reconocimiento especial a mis sinodales, Lic. Ma. Concepción Martínez López, Lic. Jesús G. García Badillo y José Aguilar Becerril, a quienes agradezco sus importantes observaciones y aportes para mejorar mi trabajo.

Quiero agradecer también a mi maestro Edgar Liñán, por devolverme la fe en el oficio de escribir y transmitirme sus preciosos secretos de experto artesano.

Agradezco a mis compañeros del departamento SERPREMEX, del Instituto de Investigaciones Bibliográficas de la UNAM, particularmente a Javier y a Natalia, por su muy valioso apoyo.

Deseo agradecer también el gran impulso motivacional y la ayuda de mi amiga Liliana Castillo Rivero.

Hago extensivo mi agradecimiento a la Universidad Nacional Autónoma de México por seguir siendo "germen de humanismo y sabiduría".

También deseo expresar mi inmensa gratitud:

a Margarita, por iluminar con su existencia la mía, compartir y creer en mis más altas aspiraciones y ofrecerle siempre un cálido hogar a mi amor

a mi hermana, Georgina, por el látigo inmovible de su audacia con que azuza mi ánimo para llegar a dondequiera y por nuestras innumerables velas consumidas

a mi mamá, por sus enseñanzas cotidianas de indoblegable amor al trabajo, y a mi papá, por darme su ejemplo de nobleza y honradez

a mi tío, Xavier, por dejarme crecer a la sombra de su cultura y ponerme en el sendero de la reflexión y la crítica

especialmente a mi abuelita, por ser la raíz de mis sueños, el tronco imbatible del presente y los frutos del porvenir.