

DETERMINACION Y APLICACION DE LA  
ETICA INFORMATIVA (\*)

ETICA Y DERECHO DE LA INFORMACION

No es necesario insistir, por razones obvias, en la importancia que hay que asignar a la ética y al derecho en la regulación del proceso y la actividad informativa. Tal vez sólo sea preciso subrayar una de las razones de esta importancia: la información, los actos propios de los informadores, admiten una decisiva valoración desde el horizonte de la Justicia. Informar es y debe ser siempre un acto de justicia. Por esta razón, el Derecho de la Información es inseparable de una dimensión perteneciente al orden valorativo, que tiende a señalar cuál es la meta que debe atribuirse al Derecho. Pero también el conocimiento ético de la información es un conocimiento valorativo. Y este hecho, precisamente, es el que determina el máximo cuadro de problemas en el campo de las analogías y diferencias entre el conocimiento jurídico y el conocimiento ético de la información.

No se me oculta que tanto el derecho como la ética suelen suscitar, en algunos espíritus o en algunos ambientes, una reacción de suspicacias, al entenderlos -por unas u otras razones- como factores limitativos de la libertad. La reacción ha podido estar justificada en determinados momentos históricos o ante determinadas concreciones del orden moral o del ordenamiento jurídico; pero, en mi opinión, la acusación no tiene sentido en términos generales y apriorísticos. La vocación del derecho y de la ética, por el contrario, es la de configurarse como elementos progresivos de la información. Sus luces exigentes son capaces de iluminar el fin y los medios de toda la actividad informativa, potenciando la idea de servicio, integrando las comunidades socia-

(\*) Intervención en la mesa redonda sobre "Código de Etica Profesional y Periodismo", con la cual se iniciaron las actividades del Centro de Estudios de la Prensa, dependiente de la Facultad de Letras de la Pontificia Universidad Católica de Chile, el 18 de agosto de 1983. Aparte del Prof. Soria lo hicieron el Ministro de Justicia, Jaime del Valle y los profesores Sergio Contardo Egaña, Arturo Fontaine Aldunate, Tomás P. Mac Hale y Jaime Martínez Williams, Decano de la Facultad.

les, difundiendo un verdadero humanismo. No puede olvidarse que tanto el derecho como la ética expresan, en definitiva, una radical antropología.

#### LAS RELACIONES ENTRE EL CAMPO JURIDICO Y EL ETICO

Toda una línea doctrinal, que se despliega en múltiples manifestaciones históricas, se ha esforzado en diferenciar con la máxima nitidez y precisión el ámbito jurídico y el ámbito ético. Se trata de dos realidades diferentes que coexisten, al tiempo, con una tercera: la norma social.

El orden jurídico es orden de la comunidad; y el orden ético es un orden de la persona. De aquí, arranca la diferencia, pero también nace el carácter fundante que el orden moral tiene respecto al orden jurídico. No hay que olvidar que la comunidad humana no es sino el efecto de una dimensión personal y que, en consecuencia, la moral es la base necesaria del Derecho.

Es cierto que no todo el orden jurídico está llamado a ser el desarrollo total del orden moral; ni tampoco, ciertamente, podría serlo. Por eso, no todo lo inmoral tiene que tener su reflejo en el orden jurídico, hasta hacer que todo lo inmoral sea antijurídico; pero es preciso mantener al tiempo, con idéntica fuerza, que todo lo antijurídico ha de estar informado por la moral. Un planteamiento que no venga a fundar el derecho sobre la moral es un plano inclinado que conduce, antes o después, a un voluntarismo: se *construye* el derecho exclusivamente sobre el acuerdo de voluntades, sin más horizonte, ni más elementos estructurantes. Al final, el derecho es convertido -paradójicamente- en un instrumento de fuerza no racional, en un poder deshumanizado, y hasta ciego.

En el campo que nos ocupa, hay evidentes relaciones entre el derecho y la ética de la información. En el conjunto de esas relaciones, quizás sea interesante destacar que el derecho se muestra como un instrumento necesario pero no suficiente. La insuficiencia del derecho se pone de manifiesto cuantas veces la norma quiere anteceder a la vida, a los problemas nuevos que no han tenido, con anterioridad a su recepción jurídica, ni una experimentación social justa, ni una experimentación ética. Los mismos avances tecnológicos plantean al derecho -lo vemos continuamente- un desafío y un riesgo: la posibilidad de que el derecho quede desfasado de la realidad que contempla y quiere regular.

Por todas estas razones suele decirse, en términos prácticos, que, entre ambos órdenes, se da por una parte una continua experimentación en el campo ético de futuras soluciones informativas; y por otra parte, hay una continua positivización de soluciones éticas que pasan, del inicial campo donde se originaron, al campo jurídico-positivo.

#### LA ETICA DE LA INFORMACION

Pero, ¿en qué sentido se habla aquí de ética de la información? No

es el momento de recorrer conceptos ni definiciones de la ética informativa, que, sin duda, podrían ser múltiples.

A los efectos de esta sesión de trabajo, y en los términos en que se enmarca mi intervención, parto de la base de que el *ethos* informativo es el conjunto de convicciones morales formuladas por la profesión informativa y destinadas a vertebrar su ejercicio profesional. El que se aluda a convicciones integradas, o a la suma de convicciones de una profesión, no quiere significar, en absoluto, que del *ethos* pueda hacerse derivar la noción de conciencia colectiva. Esa conciencia no existe; sólo existe la conciencia personal. Lo que sí representa el *ethos* profesional es una luz natural, un reforzamiento, a las convicciones personales de los informadores, una ayuda a su recta actuación, que les conforte y defienda de las presiones ilegítimas exteriores, de la obscuridad del juicio personal, o de la debilidad de su propia voluntad.

¿Qué ocurre, sin embargo, cuando las sociedades o las profesiones han perdido la unidad básica de sus convicciones éticas? ¿Qué ocurre cuando resulta difícil o imposible hablar de un *ethos* común y participado por los miembros de una profesión, porque se han fraccionado las concepciones antropológicas, en un nivel especulativo o práctico?

Naturalmente, ante el fenómeno del fraccionamiento se puede seguir hablando de convicciones éticas mayoritarias y minoritarias. Pero también es preciso reconocer que una profesión que se fracciona en sus compromisos públicos éticos y que, en consecuencia, disiente en los planteamientos intelectuales y morales del ejercicio profesional, se cuartea también como tal profesión. Por esto, la cuestión que plantea el pluralismo ético intenta resolverse, al menos en el plano doctrinal, buscando un punto de apoyo sobre el que se concierten las posibles opciones éticas. Para muchos, el derecho humano a la información -llamado a dinamizar los ordenamientos nacionales, los flujos informativos supranacionales y las políticas de comunicación- podría ser el hilo de sutura de las concepciones actualmente fraccionadas.

## CODIGOS DEONTOLOGICOS

Las convicciones morales de la profesión informativa se han plasmado, en numerosas ocasiones, en los llamados Código deontológicos. La aparición de los primeros Códigos fue un factor decisivo para la configuración autónoma de la profesión periodística. Se superó su estadio semiprofesional, la confusión más o menos explícita con la actividad política o literaria, en el momento en que los informadores comenzaron a cobrar conciencia de sus derechos y deberes en el ejercicio de una actividad social y pública, que aparejaba una responsabilidad y requería una peculiar dignidad en el desarrollo de ese trabajo habitual y estable.

Los Códigos deontológicos se han formulado históricamente de modos diversos, a instancias también de organizaciones o poderes bien diferentes. Pero, en todo caso, puede afirmarse que el origen más extendido de estos Códigos se encuentra en el esfuerzo de las organizaciones, colegios o sindicatos de periodistas, o en el de las organizacio-

nes supranacionales sensibles a los problemas éticos que plantea la actividad informativa. No podía ser de otro modo, si se entiende que los Códigos deontológicos dan fe de las convicciones *de* la profesión informativa y aspiran a ser encarnadas prácticamente *en* la actividad correspondiente *por* los profesionales de la información. Si se trata, por decirlo con más precisión, de los usos y costumbres éticos de una profesión, es natural que su determinación, y el compromiso de vivirlos, grave sobre la misma profesión.

¿Cuál es, en términos generales, el perfil ético de la profesión informativa, que se deduce -como propuesta y como exigencia- de los Códigos deontológicos? ¿Cómo pueden caracterizarse las convicciones fundamentales de esta profesión?

Porfirio Barroso ha estudiado hace unos años el contenido de la totalidad moral de los Códigos deontológicos y de los textos internacionales que abordan las mismas materias. El análisis, fundamentalmente cuantitativo, permite, sin embargo, clarificar los rasgos principales de la profesión informativa, entendida y vista desde dentro de sí misma.

De acuerdo con este análisis, la profesión informativa se ve como el ejercicio -habitual, continuo, cualificado, responsable y remunerado- de un derecho humano: el derecho a la información. Este ejercicio, precisamente profesional, añade al derecho humano una nueva caracterización: hace que, para los profesionales de la información, el derecho humano a la información sea al tiempo -el deber de informar-, cuyo cumplimiento permite la satisfacción del derecho a la información de los demás. Desde este punto de mira, cuando los Códigos deontológicos reivindican derechos de contenido concreto para los informadores, lo hacen con la justificación expresa de que, en realidad, esos derechos son, y deben ser vistos, como medios necesarios o convenientes para cumplir mejor los deberes de la profesión informativa.

Se deduce igualmente de los Códigos deontológicos que la profesión informativa es, antes que nada, una profesión liberal, aunque normalmente se ejerza dentro de organizaciones informativas, en un régimen laboral por cuenta ajena. Es una profesión liberal -que exige no sólo la movilización de las facultades intelectuales del informador, sino también de todos sus hábitos intelectuales del informador, sino también de todos sus hábitos morales- en la que el informador mantiene siempre la responsabilidad de sus actos y de sus escritos, sin eludirla ni transferirla a la organización en donde trabaja. Esta posición pone de relieve la necesidad de defender adecuadamente la libertad de las conciencias de los informadores, e introduce importantes matices en torno al deber de subordinación y obediencia debidos al empresario. Cabe hablar, en este sentido, de la necesidad de salvaguardar en el contrato de trabajo la necesaria libertad intraempresarial de los informadores. El tema comporta igualmente la necesidad de que estén fijados con la mayor precisión posibles los principios editoriales que han de regir -como auténtica *lex* peculiar- las relaciones de trabajo informativo en el ámbito de cada empresa concreta.

El deber profesional de informar está integrado analíticamente -de acuerdo con lo inducido a partir de los Códigos deontológicos- por de-

beres anteriores, coetáneos y posteriores a la actividad informativa.

Entre los deberes anteriores, destacan los deberes de prepararse adecuadamente, idóneamente, para la actividad informativa, y el deber de mantenerse -a través de la formación permanente- en esa idoneidad inicial.

Los principales deberes coetáneos requieren importantes matices, según se trate de la comunicación de hechos, de ideas o de opiniones.

Cuando la información está referida a la realidad (hechos, datos, documentos, actos, acontecimientos, sucesos, etc.), y se trata, por tanto, de la comunicación de noticias, el deber fundamental será el de respetar la verdad, es decir, adecuar -en la mayor medida posible- lo informado a la realidad de la que se informa.

Cuando la información tiene por objeto el mundo interior del informador (ideas, pensamientos, convicciones, creencias, sentimientos, etc.), el deber esencial informativo consistirá en que el mensaje ideológico tenga un constitutivo moral: ha de proponerse a la voluntad del receptor, a través de su entendimiento, un bien o una apariencia de bien. Se incumple este deber, cuantas veces se pretende captar la voluntad del receptor movilizándolo -no el entendimiento humano- sino las potencias inferiores del hombre, o proponiendo un mal con apariencia de bien.

Finalmente, cuando la información tiene por objeto la valoración de un hecho exterior desde la perspectiva del mundo interior del informador, el deber primordial se ramifica en varios aspectos: la opinión ha de basarse en un hecho verdadero; este hecho ha de valorarse desde el horizonte de una idea cuyo constitutivo será moral; y, en tercer lugar, las conclusiones deducidas de la relación hechos-ideas ha de producirse de acuerdo con las estrictas normas criteriológicas, que rigen la formación de los juicios.

Entre los deberes posteriores a la actividad informativa destacan el deber de responder -social, jurídica y éticamente-; el deber de rectificar las informaciones que no respondan a las exigencias apuntadas hace un momento; y el deber de mantener la información difundida -aunque acarree perjuicios al informador- si cumple estas exigencias.

Todo este conjunto de deberes centrales -anteriores, coetáneos o posteriores- está acompañado, en las enumeraciones al uso en los Códigos deontológicos, por un cortejo de pequeñas, pero importantes virtudes, que aseguran mejor el cumplimiento de los deberes: no dejarse corromper, ni aceptar dinero por informar; separar con nitidez información y publicidad; resistir las presiones internas o externas injustas; no plagiar; balancear bien los juicios o las opiniones; argumentar con pruebas, no con suposiciones; criticar las ideas, respetando siempre a las personas que las mantienen, etc.

#### L A A P L I C A C I O N D E L A S N O R M A S D E O N T O L O G I C A S

¿Quién aplica las normas deontológicas, formuladas ordinariamente por la profesión informativa? ¿Qué consecuencias acarrea el incumplimiento de estas normas?

Las interrogantes admiten, como es lógico, respuestas diferentes, que, en todo caso, son una consecuencia deducida del papel que se otorgue a las normas deontológicas. En efecto, los códigos pueden ser entendidos únicamente como textos estrictamente testimoniales, expresión pura y simple de las convicciones morales asumidas por una profesión.

Las normas deontológicas pueden considerarse también como la referencia normativa de unos Tribunales de honor, entendidos éstos como Tribunales de informadores establecidos para juzgar de las actuaciones de los compañeros o colegas de profesión, contrarias a la ética asumida.

A este propósito, hay que ser conscientes de que los Tribunales de honor plantean problemas, a veces, delicados. La sociedad desconfía de ellos porque los informadores asumen en ellos los papeles de juez y parte. Son demasiadas veces instancias juzgadoras más preocupadas por preservar la imagen de la profesión que por presentar la realidad de sus descarríos éticos. A estas críticas, se suma otra de carácter técnico-jurídico, que afecta a la correcta división y distinción de funciones dentro de la organización estatal: se considera que estos Tribunales de honor, a la vista de las sanciones que pueden imponer -en ocasiones, hasta la posibilidad de suspender en el ejercicio de la actividad profesional o incluso de inhabilitar para su ejercicio- se solapan de hecho con la actividad jurisdiccional. Todas estas razones explican la tendencia -en aras de una necesaria unidad jurisdiccional- a prohibir la propia existencia de los Tribunales de Honor.

En el campo de la información, y con un carácter muy específico, se ha generado una tercera opción, conocida técnicamente como los Consejos de Prensa. En el estado actual de la cuestión, se consideran verdaderos Consejos de Prensa, únicamente aquéllos que cuentan con la representación tripartita de las empresas informativas, los profesionales de la información, y el público. Sus funciones son variadísimas y dependen, en última instancia, del perfil con el que nacen. Lo que en cualquier caso conviene aclarar de inmediato es que esta tercera vía sólo cuenta y quiere contar con la fuerza moral de su prestigio, con la fuerza moral de la racionalidad de sus juicios y resoluciones, y con la fuerza moral que les confiere la publicación voluntaria, muchas veces precisamente en aquellas publicaciones o empresas afectadas, de los dictámenes y acuerdos que los Consejos adoptan. A través, pues, de los Consejos de Prensa -que plantean también, como es lógico, algunos inconvenientes- las normas deontológicas pasan a ser el objeto de un dictamen que se hará público, llamado a tener -no lo olvidemos- nada más y nada menos que toda la fuerza propia de un dictamen moral.