

# LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y EL ESTADO DE DERECHO, LA DEMOCRACIA, LA POLÍTICA Y LA ÉTICA

Jorge CARPIZO\*

RESUMEN: Sin duda, los medios de comunicación masiva constituyen actualmente una forma de poder, pues poseen instrumentos y mecanismos que le permiten imponer su carga ideológica a los individuos y condicionar su conducta, así como a la de otros poderes y organizaciones. Si bien los medios son actualmente indispensables a la sociedad y al sistema democrático, el doctor Carpizo visualiza como una de las principales luchas de nuestros días, la de subordinar los medios de comunicación masiva al Estado de derecho sin menoscabo de la libertad de expresión que debe ser ejercida sólo con límites éticos y jurídicos.

*ABSTRACT: Without a doubt, the mass media constitute actually a manner of power, for they possess instruments and mechanisms that allow to impose their ideological load on individuals, conditioning, thus, their behaviour. The same goes for other powers and organizations. Given that the media are nowadays indispensable to society and to democratic systems, the author believes that one of the most important actual challenges is to subordinate the mass media to the State of Law without impairing the freedom of speech that must be exercised only within ethical and legal limits.*

Como lo que se recuerda es, naturalmente, la obra periodística irresponsable, a causa de sus funestas consecuencias, pocas gentes saben apreciar que la responsabilidad del periodista es mucho mayor que la del sabio y que, por término medio, el sentido de la responsabilidad del periodista honrado en nada le cede al de cualquier otro intelectual.

Max Weber

## I. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA CONSTITUYEN UN PODER

El poder es una relación en la cual una persona, un grupo, una fuerza, una institución o una norma condicionan el comportamiento de otra u otras, con independencia de su voluntad y de su resistencia.

\* Investigador Titular del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM.

Existen diversos tipos o clases de poder, a saber: el originario, el político, el paternal, el económico, el ideológico y el asociativo. Ellos se encuentran vinculados o estrechamente relacionados entre sí, aunque de manera jerárquica o piramidal, dependiendo de las circunstancias de tiempo y lugar.<sup>1</sup> En la mayoría de los países las elites de varios de esos poderes coinciden, con lo que el poder se acumula y se refuerza.

El poder ideológico es aquel que a través de la elaboración y proyección de conocimientos, imágenes, símbolos, valores, normas de cultura y ciencia en general ejerce la coacción psíquica y logra que la sociedad, el grupo o la persona actúe en una forma determinada.

El medio que emplea el poder ideológico es el conocimiento, la coacción psíquica o ambos; son los instrumentos de los cuales se han servido los sacerdotes, los científicos, los escritores, los medios de comunicación masiva, los maestros y las asociaciones que los reúnen.

El poder ideológico se manifiesta primordialmente a través de: a) las religiones, b) las escuelas, c) los medios de comunicación masiva y d) los escritores, intelectuales y científicos.

Los medios de comunicación masiva contribuyen en gran parte a fijar las maneras de pensamiento de la sociedad; a establecer la agenda de los asuntos políticos, sociales y económicos que se discuten; a crear o a destruir la reputación de una organización, persona o grupo de personas.

Los medios de comunicación masiva proporcionan información y elementos para que la persona y el público construyan, ponderen y formen sus opiniones.

Los medios son en muchas ocasiones los intermediarios entre la sociedad y el poder político.

Los medios de comunicación masiva son un poder porque poseen los instrumentos y los mecanismos que les dan la posibilidad de imponerse; que condicionan o pueden condicionar la conducta de otros

<sup>1</sup> Véase mi ensayo "El poder: su naturaleza, su tipología y los medios de comunicación masiva" (actualmente en prensa, por el Departamento de Publicaciones del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM).

poderes, organizaciones o individuos con independencia de su voluntad y de su resistencia.

Especialmente, los individuos se encuentran frente a los medios de comunicación en una situación de desigualdad, en la cual es muy difícil defenderse. Los medios pueden incluso desatar una batalla psicológica que fuerce al individuo al suicidio. Uno de los casos más conocidos es el del ex-primer ministro francés Pierre Bérégovoy. También pueden inducir al asesinato al dar a conocer aspectos de la vida privada de una persona como en el caso Schmitz-Amedure.<sup>2</sup>

Los instrumentos que los medios utilizan para ejercer su poder son de carácter ideológico o psíquico. Sólo piénsese en los efectos que tiene sobre una persona, su familia, su trabajo y su círculo social, la publicación de noticias falsas pero que afectan gravemente su prestigio, reputación y honor, o de aspectos de su vida íntima completamente legales y que no deberían trascender más allá de los recintos donde los actos se realizaron.

Los medios de comunicación, a través de la coacción psíquica, del conocimiento o de ambos, obtienen que otro poder, el grupo o la persona se comporten en una forma determinada.

## II. LOS MEDIOS Y EL ESTADO DE DERECHO.

Un poder no debe ser ilimitado o absoluto. En la historia, cuando aquél ha existido, ha avasallado las libertades y derechos fundamentales de los individuos quienes se convierten en objetos. Los ejemplos históricos son abundantes: muchos de los emperadores romanos, chinos y turcos; en el siglo XX tenemos, entre otras, las figuras de Hitler, Stalin, Mao-Tse-Tung y Pol-Pot.

En consecuencia, si el poder es un fenómeno indispensable a la existencia de la sociedad, para que le sea benéfico ha de tener límites y respetar los derechos fundamentales de los individuos. La lucha por limitar el poder corre paralela a la lucha por el reconocimiento de los derechos naturales de las personas, por el respeto pleno —en la terminología de nuestros días— a los derechos humanos.

2 *Time*, 17 de mayo de 1999, p. 31.

Son los monarcómacos quienes se plantearon en el siglo XVI que el pueblo tiene el derecho a la resistencia y a la revolución si el monarca rebasa ciertos límites jurídico-naturales. La literatura al respecto es muy abundante; destaco un párrafo de François Hotman que es paradigma de esa importante corriente doctrinal:

Los franceses tuvieron, por consiguiente, siempre Reyes..., y éstos se comportaban como autores y protectores de la libertad; cuando elegían Reyes, no los encumbraban allí para que fueran tiranos o verdugos, sino para que fueran sus gobernantes, sus tutores, guardianes y defensores de su libertad.<sup>3</sup>

En el siglo XVII, Claude Joly, con una hermosa claridad ya subordina los actos del rey a la ley. El liberalismo está en su alba:

El poder de los reyes no es absoluto, sin vallas ni límites. Y puesto que es importante instruirles..., me parece que es necesario comenzar por el establecimiento de esta máxima que arrastra tras de sí muchas otras: a saber, que el poder de los reyes es limitado, finito, y que no pueden disponer de sus súbditos según su voluntad y placer... Es una cosa tiránica, según Platón, decir que un príncipe no está sometido a las Leyes.<sup>4</sup>

El Estado libera! es el Estado limitado, el que no es absoluto y no lo es porque existen derechos naturales del hombre que son los que establecen las barreras a su actuación. Es Estado limitado porque es un Estado de derecho, entendiendo por éste aquél en donde una Constitución crea los poderes públicos y les señala sus funciones, y si ellos se exceden en sus atribuciones constitucionales y legales, existen los procedimientos para que el individuo pueda recurrir el acto ante un juez imparcial.<sup>5</sup>

Apliquemos dichas ideas a los medios de comunicación masiva que luchan en muchos países porque sus actividades no estén reguladas jurídicamente con la bandera de que respecto a aquéllas la mejor ley es la que no existe. Es decir, desean que el Estado de

3 Peces-Barba, Gregorio, *Libertad, poder, socialismo*, Madrid, Civitas, 1978, p. 38.

4 *Ibidem*, p. 62.

5 Véase Bobbio, Norberto, *Liberalismo y democracia*, trad. de José F. Fernández Santillán, México, Fondo de Cultura Económica, 1996, pp. 11 y 17-18.

derecho sea inexistente para ellos; anhelan no tener ningún límite para convertir la libertad en libertinaje y avasallar así las libertades de los demás a quienes se transforma realmente en objetos, a quienes también se les quiere suprimir su derecho a defenderse y poder acudir ante un juez a proteger ese derecho.

Los grandes empresarios de los medios de comunicación quieren el poder absoluto como el que detentaron algunos reyes y emperadores: *a)* Persiguen estar situados encima de la ley, *princeps legibus solutus*, *b)* Ser completamente irresponsables ya que desean que sus actos no se puedan impugnar jurídicamente, *c)* Que su voluntad sea la única ley y las libertades de los demás se subordinen a la suya, *d)* Hacen valer los derechos humanos como escudo a su arbitrariedad, pero hay desprecio y aversión a los derechos humanos de los demás individuos.

Así como los reyes justificaban su poder absoluto en el derecho divino, ahora los medios de comunicación quieren justificar el suyo en la libertad de expresión a la cual desfiguran y pervierten para defender su "absolutismo". La libertad de expresión es un derecho fundamental de especial importancia al que siempre hay que defender, pero la libertad de expresión no es el derecho a mentir; no es sinónimo de difamación y calumnia; no es el derecho a desdibujar; alterar o maquillar la realidad; no es el derecho a confundir a la audiencia; no es el avasallamiento de los otros derechos humanos; no es la sustitución de los tribunales; no es el derecho a crear nuevas inquisiciones.<sup>6</sup>

La libertad de expresión no puede ser la lanza para quebrar el Estado de derecho: para la inexistencia de la norma y, en consecuencia, para el libertinaje y el ejercicio real de un poder absoluto o casi absoluto.

La libertad de expresión tiene que ser armonizada y compatibilizada con los otros derechos humanos. Es la idea que Kant expresó al manifestar que la libertad de cada uno no debe ser restringida más allá de lo que es necesario para asegurar una libertad igual a todos. O en otras palabras, es el mismo pensamiento de Karl Popper

6 Carpizo, Jorge, "Derecho a la información, derechos humanos y marco jurídico", en varios, *Liber Amicorum Héctor Fix-Zamudio*, San José, Costa Rica, Corte Interamericana de Derechos Humanos, 1998, p. 508.

al afirmar que la paradoja de la libertad ilimitada es que ella conduce a la dominación del más fuerte.<sup>7</sup>

En un Estado de derecho nadie está por encima de la ley nadie es irresponsable de sus actos y todo individuo tiene la facultad de defenderse jurídicamente.

En la actualidad, en muchos países, los medios de comunicación masiva, persiguen avasallar el Estado de derecho para preservar sus privilegios. Sin embargo, así como el poder absoluto de los reyes se fue acotando en defensa de la dignidad humana y de los derechos humanos, así el poder absoluto o casi absoluto de los medios se irá acotando en defensa del Estado de derecho.

Cada día, en los países más democráticos, se legisla más sobre diversos aspectos de los medios; cada día los individuos afectados recurren más a los tribunales; cada día queda más clara la percepción de que no puede existir un poder irresponsable e ilimitado: cada día se exige más de los medios de comunicación una actitud ética y jurídicamente responsable.

Como bien se ha dicho, la historia es la ardua lucha del hombre por su libertad. Esta lucha ha sido cruenta y difícil por subordinar el poder político y el religioso a la ley. La lucha de nuestros días es por subordinar a los medios de comunicación masiva al Estado de derecho. Los excesos de poder en que incurren, como aconteció con los otros poderes, crean la resistencia de los individuos y fortalecen la lucha por su libertad.

La perversión, la locura, el ansia y la enfermedad por el poder que encontramos en la historia en muchos gobernantes y altos sacerdotes, hoy se halla en muchos dueños de los medios y *vedettes* del periodismo.<sup>8</sup>

Mi criterio al respecto es muy claro: los medios de comunicación tienen que estar subordinados al Estado de derecho, a la Ley. Para esto debe existir una legislación que al mismo tiempo que garantice la libertad de expresión y el derecho a la información, los compatibilice con los otros derechos humanos. La existencia de una legis-

7 Véase Pigeat, Henri, *Médias et déontologie Règles du jeu ou jeu sans règles*, Paris, Presses Universitaires de France, 1997, pp. 7-8.

8 Véase Sternberger, Dolf, *Fundamento y abismo del poder*, trad. de Norberto Silveti Paz, Buenos Aires, Editorial Sur, 1965, pp. 52-53.

lación que precise los derechos, facultades, obligaciones y responsabilidades de los medios de comunicación masiva es indispensable.

Es posible trastocar lo irreversible.<sup>9</sup> Recuérdese sólo cómo los enciclopedistas criticaron los privilegios y el absolutismo reales y muchos pensaban que eran unos ilusos. Los poderes absolutos han caído frente al anhelo de libertad de los hombres. No hay duda de que la lucha por subordinar los medios al Estado de derecho está ocurriendo y triunfará. En la historia, a corto, mediano o largo plazo, la libertad siempre triunfa. Lo importante es que esta nueva batalla de y para la libertad se gane a corto plazo.

### III. LOS MEDIOS COMO "CONTRAPODER"

El poder de los medios ha venido aumentando, especialmente en las últimas décadas con la radio, el cine, la televisión, la informática y las telecomunicaciones.

Los medios deben proporcionar la noticia, la información, no crearlas ni matizarlas, menos transformarlas de acuerdo con sus intereses. Los medios deben dar a conocer la realidad con objetividad; nunca deben olvidar que no son la realidad.

Sin embargo, resulta por demás interesante compulsar en una nación, en una región o en una ciudad, cómo diversos medios presentan la misma noticia; a menudo pareciera que no se trata de una sino de diversas noticias, de acuerdo con el número de medios, su particular tendencia ideológica, los intereses de los dueños y directivos de la empresa del medio y la perspectiva del jefe de redacción.<sup>10</sup> Por ello, para ser confiables, los medios deben necesariamente tener parámetros éticos reales y no *cortinas de humo* como son los documentos que contienen reglas éticas pero que no se cumplen; al contrario, pareciera que han sido escritas para que se conozca lo que no acontece en el devenir cotidiano del medio. Al final de cuentas es la hipocresía en su máximo refinamiento y sutileza.

<sup>9</sup> Halimi, Serge, *Les nouveaux chiens de garde*, Paris, Liber-Raisons d'Agir, 1997, p. 58.

<sup>10</sup> Trejo, Raúl, *De la crítica a la ética. Medios y sociedad. El nuevo contrato público*, Jalisco, Universidad de Guadalajara, 1995, pp. 33-34.

Entonces, la noticia y la información, por los parámetros éticos que deben regir su transmisión, no deben ser una mercancía com- prable y vendible, que aporten ganancias económicas y políticas (con ellas se puede llegar al chantaje). La noticia y la información, por tener un contenido de interés público y social, ético, educativo, for- mativo y cultural no pueden quedar al solo arbitrio de la ley de la oferta y la demanda o subordinada a intereses de persona o grupo alguno.

El poder de los medios —afirma Raúl Trejo y tiene razón— se multiplica geoméricamente de acuerdo con sus audiencias.<sup>11</sup>

Los medios se están convirtiendo en un instrumento de domina- ción;<sup>12</sup> incluso Alain Minc ha llegado a afirmar que el sistema me- diático produce una concentración de poder tal, que comparada con la acumulación primitiva del capital, a la cual se refirió Marx, esta última resulta un chiste.<sup>13</sup>

Sin embargo, los medios hoy son indispensables a la sociedad y al sistema democrático.

Se habla de los medios como de un cuarto poder —adicional al Legislativo, Ejecutivo y Judicial— lo cual no es técnicamente co- rrecto porque no son de carácter político sino ideológico.<sup>14</sup> Tampoco es correcto hablar de los medios como un contrapoder, porque son realmente un poder que en el juego y rejuego de los diversos poderes en una sociedad, se equilibran entre sí a través de pesos y contra- pesos que se derivan del orden jurídico y de la fuerza e influencia de cada poder en esa sociedad que al final de cuentas debe expre- sarse dentro del marco de las normas jurídicas.

Es a través de los medios —y este es un elemento a su favor— que la sociedad se entera de situaciones graves que de otra forma le pasarían inadvertidas, tales como escándalos financieros, financia- miento ilegal a los partidos políticos, fortunas inexplicables, casos de corrupción económica y política, etcétera.<sup>15</sup> Incluso se ha llegado

11 Trejo, Raúl, *Volver a los medios. De la crítica a la ética*, México, Ediciones Cal y Arena, 1997, pp. 24-25

12 Véase Escobar de la Serna, Luis, *Manual de derecho a la información*, Madrid, Dykin- son, 1997, p. 35.

13 Citado por Halimi, Serge, *op. cit.*, nota 9, p. 81.

14 Carpizo, Jorge, *art. cit.*, nota 1.

15 Pigcat, Henri, *op. cit.*, nota 7, p. 112. Véase Spota, Alberto, "El cuarto poder tiene también una función de 'contra-poder'", *Tercer Seminario Profesional: Aspectos Jurídicos de*



a afirmar que los errores judiciales no pueden ser corregidos si no es con la ayuda de los medios. Lo anterior no justifica que aquéllos sean calificados como contrapoder; son un poder cien por ciento y en los ejemplos mencionados en forma ejemplificativa, los medios funcionan como pesos y contrapesos de los otros poderes sociales. Los medios son uno de los poderes sociales con las características que distinguen a los poderes ideológicos y las propias que, a su vez, lo distinguen entre estos últimos.

Los medios de comunicación son un poder —y no un contrapoder— que luchan por la preeminencia entre ellos, por subordinar a los otros poderes, especialmente al político y al económico. En casi todos los países democráticos, los medios se han fortalecido en las últimas décadas; su concentración, su fuerza económica, su impacto en la sociedad y en su agenda, así como su casi total irresponsabilidad, los colocan en una situación privilegiada en el marco de los pesos y contrapesos entre los poderes.

#### IV. LOS MEDIOS Y LA DEMOCRACIA

1. No hay posibilidad alguna de que pueda existir un sistema democrático sin medios libres e independientes de los otros poderes, especialmente del político.

Uno de los fundamentos del nacimiento de la democracia moderna es el principio de la libertad de expresión, el cual fue uno de los más valiosos instrumentos contra el Antiguo Régimen y el Estado absoluto. Uno de los termómetros para conocer la fortaleza de la democracia en un país, es la independencia de que gozan los medios. Uno de los parámetros de las libertades reales que se disfrutaban en una nación son las libertades de los periodistas. Uno de los grandes problemas de la democracia en América Latina es el número de periodistas asesinados con motivo del ejercicio de su profesión y la impunidad de la cual disfrutaban los victimarios.

Una democracia se fortalece y vitaliza con medios libres, independientes, responsables, comprometidos con la ética y con el pleno respeto de los derechos humanos.

En una democracia, quienes intervienen en los medios en alguna de sus formas, fuentes, actividades o etapas, deben tener asegurados sus derechos humanos. Ello es indispensable, pero para fortalecer esa misma democracia es también indispensable que los medios de comunicación sean respetuosos de los derechos humanos de las personas dentro del marco de la norma jurídica.

La democracia regla los derechos y obligaciones de los actores sociales, políticos y económicos. Nadie tiene derechos sin obligaciones. Nadie tiene libertades ilimitadas porque implicaría vulnerar, restringir o suprimir las libertades de los demás. Libertad ilimitada es equivalente a la ley de la selva y a la ley del más fuerte.

La práctica desmesurada en el comportamiento oligopólico de los medios, se convierte en una muralla para la democracia.<sup>16</sup>

Los medios de comunicación son indispensables a la democracia pero dentro de un Estado de derecho que a todos beneficie y a todos obligue.

Las ideas anteriores, en una forma u otra, han sido expresadas por los más diversos autores; son nociones simples y de sentido común. Sólo se oponen a ellas quienes desde los medios tienen un apetito desmedido de poder y luchan no por un régimen de libertades, sino por asegurar su libertinaje, por aplicar la ley que les es propia: la fuerza de los más poderosos que son precisamente ellos.

2. Muy importante es también la democracia interna en los medios para asegurar la responsabilidad, objetividad y sentido ético de la información. No es posible defender el sistema democrático en el régimen político y ser partidario del sistema vertical en una asociación, organización o en una empresa de intereses público y social cuya materia es de los aspectos más sensibles para la sociedad como es el caso de los medios de comunicación.

Sin embargo, en la actualidad, en la gran mayoría de los países, en la vida interna de los medios predomina la antidemocracia. Los medios compiten con las iglesias en poseer una estructura piramidal,

<sup>16</sup> Rodríguez, Edgar, "Cuatro lecciones sobre el derecho a la información", *Nexas*, México, junio de 1998, p. 88.

rígida y jerarquizada en la cual la voluntad de quienes participan en el medio es casi nula. El dueño del medio ordena al director, éste al editor quien a su vez instruye al jefe de información y al de redacción y éstos a los reporteros, redactores, fotógrafos y columnistas.<sup>17</sup> A veces se suele respetar a los editorialistas si gozan de gran prestigio y constituyen un haber para el medio, además de que pudiera otorgar a aquél un matiz de pluralismo.

Este sistema piramidal y jerarquizado es un gran enemigo del trabajo libre, responsable y ético de quienes laboran en los medios. La antidemocracia interna en los medios auspicia la falta de creatividad, el pleno desarrollo de atributos profesionales, la sumisión moral, la falta de pluralismo, la dependencia profesional y ética de las diversas personas que integran el cuerpo de los medios de comunicación respecto de los directivos de aquellos.

La antidemocracia imperante en los medios de comunicación propicia prácticas realmente aberrantes que al final de cuentas lesionan el derecho a la información veraz y objetiva a la que tiene derecho la sociedad. Las principales de esas prácticas son: a) La "línea" acerca de cómo debe proporcionarse la información, qué cuestiones no deben ser atendidas, el sentido con que debe darse la noticia, b) La censura, al suprimirse o agregarse párrafos al trabajo del reportero o columnista, c) La indicación sobre qué instituciones y personajes deben ser cuidados y cuáles deben ser atacados.

Los dueños y directores de los medios de comunicación poseen un gran control sobre el trabajo profesional de quienes laboran en aquéllos; principalmente por:

- a) La necesidad del trabajo.
- b) Las promociones y ascensos.
- c) El lugar de la colaboración en la publicación.
- d) El otorgamiento de prestaciones "fuera del contrato" de acuerdo con la importancia de la persona, como bonos, viajes, automóviles e incluso casas.
- e) Privilegios y canongías a familiares.

17 Trejo, Raúl, "Periodismo: La ética elástica", *Nexos*, México, julio de 1995, p. 66.

Desde luego que a un gran personaje de los medios se le tratará en forma diferente —locutor, editorialista, comentarista, administrador— en virtud de que por su prestigio, con facilidad encontrará acomodo en otro medio de comunicación, pero estos casos constituyen las excepciones.

La base, raíz y sustento de los medios de comunicación es la libertad de expresión, y ella, paradójicamente, en muchas ocasiones no existe en el interior del medio en donde lo que rige es la censura, la supresión de libertades y el avasallamiento de los derechos humanos de los periodistas y colaboradores del medio. Es la misma situación, cada día más frecuente, del ladrón que se desgañita gritando: ¡Agarren al ladrón! Es el colmo de la hipocresía y de la falta de ética. Sin ética los medios se precipitan a un abismo moral en el cual se encuentran muchos de ellos en los más diversos países.

Otro aspecto muy importante es el régimen laboral de periodistas, reporteros y colaboradores de los medios, quienes deben tener un sistema de derechos y obligaciones precisos que les otorgue la seguridad y la tranquilidad que les permita desarrollar su labor con independencia, ética y profesionalismo. En diversos medios, dicho régimen laboral pareciera de finales del siglo XIX y comienzos del XX.

Desde luego, jamás es acertado generalizar. Por añadidura, la situación de colaboradores y trabajadores de los medios es muy diversa entre sí, ya sea que se trate de jefes, reporteros, redactores, fotógrafos, columnistas, editorialistas, etcétera. Es el reino de la desigualdad y de la estratificación, parecido al sistema de castas de la India o a los estamentos del Antiguo Régimen antes de la revolución francesa: rey, nobleza, clero, pueblo.

La cuestión de la democracia interna de los medios no es un problema o asunto exclusivamente de ellos, sino primordialmente de la sociedad que es el titular del derecho a y de la información, y que debe recibir una información veraz, objetiva, profesional y con responsabilidad ética. Existe la estructura piramidal, jerarquizada y rígida en contra de esos principios, sin participación alguna de los periodistas en las líneas editoriales de los medios. La democracia interna de los medios de comunicación es un derecho de y para la sociedad, y ésta ya comenzó a ejercitar este derecho a través de la ex-

pedición de normas jurídicas que permiten tener voz a los periodistas en la empresa mediática.

¡Qué contradictorio resulta que quienes hacia el exterior gritan y exigen democracia y respeto a la libertad de expresión, hacia el interior de las empresas son quienes niegan tajantemente la existencia de esos derechos que no les pertenecen, sino a la sociedad como una garantía de la calidad de la información que recibe. Insisto, la información no es una mercancía sujeta a la ley de la oferta y la demanda ni la empresa mediática es cualquier clase de empresa, sino una que maneja un producto de interés público y social indispensable para la definición de los rumbos del propio país y para la formación de criterios del individuo y de la opinión pública.

Por las razones anteriores, los países democráticos han abierto las puertas —como debe ser— a la participación de los periodistas-reporteros en la empresa mediática.

Ernesto Villanueva nos recuerda que al respecto existen dos fórmulas de coordinación entre los editores y los periodistas-reporteros: *a)* Los comités de empresa o de remuneraciones, generalmente de carácter paritario, que interpretan y aplican las cláusulas del contrato colectivo de trabajo y a veces dentro del esquema de un convenio marco suscrito entre la asociación nacional de periodistas con la asociación nacional de editores y *b)* los comités de redacción en los cuales los periodistas participan en las decisiones más importantes de la empresa como son, entre otras, la línea editorial, la inclinación política, la creación, supresión o modificación de secciones y la modernización tecnológica.<sup>18</sup> Desde luego que, en los países más adelantados en estos aspectos, la legislación acepta ambas fórmulas y suele combinarlas de diversas maneras. En ese camino ya han transitado un buen y trascendente trecho, países como Alemania, Italia y Holanda.

En Noruega, el convenio-marco otorga al personal, si están contratadas más de 15 personas, un tercio de los asientos en el Consejo de Administración de la empresa; cada una de las tres áreas de la compañía designa a sus representantes, quienes poseen los mismos derechos y obligaciones de aquellos designados por los accionistas.

18 Villanueva, Ernesto, *Régimen jurídico de las libertades de expresión e información en México*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 1998, p. 159.

menos respecto al nombramiento del director y los subdirectores, aunque pueden expresar su opinión sobre dichos nombramientos.<sup>19</sup>

Es obvio que poco a poco, más pronto que tarde los principios democráticos terminarán imponiéndose en el interior de las empresas de los medios de comunicación masiva ya que los periodistas son agentes sociales de la información.<sup>20</sup>

3. Dentro de este panorama hay instituciones que fortalecen a la democracia en los medios de comunicación. Destaco una: la cláusula de conciencia<sup>21</sup> como un instrumento, entre otros, para proteger al periodista y su libertad e independencia frente a la empresa del medio de comunicación. En la Constitución española de 1978 la cláusula de conciencia es un derecho fundamental que depende a su vez de otro derecho de esta naturaleza: el derecho a comunicar o recibir libremente información veraz que auxilia a éste a su perfeccionamiento.<sup>22</sup>

Es decir, dicha cláusula existe también por una razón social: para reforzar y fortalecer que la información sea libre y veraz; para ello se establece una protección más al agente social de la información que es el periodista.

La cláusula de conciencia consiste en la posibilidad que tiene el periodista de "poner fin unilateralmente al contrato laboral que lo liga a la empresa, percibiendo la indemnización que le correspondería por despido improcedente, cuando la línea editorial o la orientación ideológica del medio de comunicación haya cambiado notoriamente, de forma tal que el periodista se considere afectado negativamente en su ideología o en su dignidad profesional".<sup>23</sup>

Para el profesor Marc Carrillo, la cláusula de conciencia tiene un triple objeto: salvaguardar la libertad ideológica, el derecho de opinión y la ética profesional del periodista.

Dicha cláusula constituye una nueva forma de concebir la libertad de expresión y es un elemento constitutivo del derecho a la información en cuanto resulta una garantía para su ejercicio real.<sup>24</sup>

19 *Ibidem*, p. 160.

20 Carrillo, Marc. *La cláusula de conciencia y el secreto profesional de los periodistas*. Madrid, Cuadernos Civitas, 1993. p. 134.

21 Spota, Alberto, *op. cit.*, nota 15, p. 52.

22 Capseta Castellà, Joan. *La cláusula de conciencia periodística*. Madrid. McGraw-Hill, 1998, p. 152.

23 Escobar de la Serna, Luis, *op. cit.*, nota 12, p. 274.

24 Carrillo, Marc, *op. cit.*, nota 20, p. 138.

No puedo dejar de apuntar lo atrasado, lo inmensamente atrasado, que México se encuentra respecto a la democracia interna en los medios de comunicación. Este retardo lo sufre la sociedad en la información que recibe, la cual no siempre es veraz, objetiva, responsable y con sentido ético.

## V. LOS MEDIOS, SUS DUEÑOS Y LA POLÍTICA

1. Los dueños de las empresas de los medios de comunicación detentan actualmente un poder muy grande que cada día aumenta más. Este poder —el de los cinco o seis grandes empresarios de medios— se visualiza con diaphanidad si lo comparamos con el que poseen algunos de los principales detentadores de cargos políticos como son el jefe de gobierno, gobernadores de regiones, provincias o estados y los tres o cuatro más importantes líderes del Congreso o Parlamento. Examinemos estas diferencias:

a) El político es electo popularmente a través de un largo proceso en que primero debe obtener la candidatura del partido político y posteriormente el cargo después de una campaña electoral. A sus cualidades personales debe agregar carisma, dotes de orador y de convencimiento.

El dueño de medios lo es por varios caminos que no implican el desgaste de una campaña electoral: por compraventa, por herencia, por matrimonio.

b) El cargo del político tiene un periodo fijo que determina la ley, y en los países en los cuales existe la posibilidad de reelección, tendrá que ganar las nuevas elecciones para continuar en el cargo. En diversas naciones la reelección se limita a dos o tres periodos.

El dueño de medios, en principio, tiene un periodo indeterminado en el tiempo que en muchas ocasiones es de toda su vida e incluso lo puede heredar.

c) El político está sujeto a un régimen legal cada día más estricto, mientras que al dueño del medio lo regulan primordialmente las normas concernientes a las empresas y algunas otras disposiciones dispersas. Con el lema de que para la protección de la

libertad de expresión, la mejor ley es la que no existe, el dueño de medios ha logrado detener, en muchos países, la regulación jurídica de los medios de comunicación, con lo cual se mueve casi en la irresponsabilidad y la impunidad, y para continuar así utiliza como escudo una deformación y degeneración inaceptables del principio de la libertad de expresión.

- d) El político cada día está sujeto a mayor escrutinio público en su vida privada, respecto a su patrimonio, en sus apariciones públicas.

El dueño de medios, a menos que tenga afanes protagónicos, pasa casi inadvertido y puede proteger muy bien su vida privada y los actos en los que interviene.

- e) El político generalmente tiene una remuneración muy decorosa, con la cual puede vivir bien, pero no podrá ser rico a menos que lo logre por medios ilegales e ilegítimos.

El dueño de medios generalmente es una persona acaudalada o muy acaudalada que obtiene grandes ganancias. Algunos de los hombres más ricos del mundo son dueños de medios o cercanos a ellos. En la actualidad, los grandes medios de comunicación se han convertido en estupendos negocios.

- f) Tanto el político como el dueño de medios y el periodista han venido perdiendo prestigio.

El político se ha desprestigiado debido a promesas incumplidas, escándalos, corrupción, falta de entrega al cargo, ineptitud e incluso frivolidad. Cada día se cree menos en él, y se ha venido generando —lo cual es muy peligroso— un escepticismo respecto a la política y a los políticos.

El dueño de medios y el periodista también han perdido —por los excesos— credibilidad, pero hasta ahora menos que el político, porque el público está decidido a perdonarles errores que no perdonan al político.

- g) El político tiene sus facultades —su competencia— precisadas en la ley, y si las rebasa existen recursos para que el individuo pueda protegerse. Así, el Poder Ejecutivo no puede usurpar atribuciones del legislador, ni éste las de aquél ni ninguno de los dos las facultades del Poder Judicial.



El dueño de medios interviene en facultades que no le son propias. Un ejemplo de nuestro tiempo, que cada día aumenta, lo constituyen los medios que se atribuyen el papel de fiscal y de juez, condenando o absolviendo a una persona, y cuando la sentencia judicial llega, resulta casi intrascendente porque la opinión pública ya juzgó alentada y auspiciada por los medios.<sup>25</sup>

Al respecto, José María Benegas ha escrito —y no resisto la tentación de citarlo—:

la alianza judicial-mediática, tan explosiva como obvia (más las acusaciones particulares pagadas por personajes desestabilizadores) que conduce a entablar juicios paralelos, crea un estado de opinión pública propicia a la condena, sin que se haya podido ejercitar el derecho a la defensa que le asiste a todo ciudadano, porque el campo donde se dilucida la moralidad de las personas no es el de los tribunales y las sentencias que dictan, sino el de la opinión pública que ha sido instruída antes de que se llegue a aquel trámite procesal.<sup>26</sup>

La conclusión que es fácil deducir de las anteriores diferencias es que, a partir de mediados de este siglo, a un ser humano que le guste o le fascine el poder, puede ejercerlo con mayor plenitud, con mayor seguridad, tranquilidad y duración si es dueño de medios y no si es un político muy importante, salvo respecto a facultades extremas como es una declaración de guerra o la invasión a un país.

Del político, la gente exige cada día más que sea un ejemplo de honestidad, de responsabilidad, de pluralismo, de tolerancia, de profesionalismo y de patriotismo. Lo mismo aguarda del dueño de los medios y del periodista. Actualmente, el dueño de los medios puede avasallar e infringir los derechos de los individuos tal y como lo puede hacer el político. En consecuencia, también de él se espera honestidad, responsabilidad, pluralismo, tolerancia, profesionalismo y patriotismo. Del dueño de los medios se reclama respeto estricto a la ley y a los derechos humanos de las personas. Él detenta un gran poder y por ello tiene derechos y obligaciones; obligaciones a las

25 Véase Zannoni, Eduardo A. y Biscaro, Beatriz R., *Responsabilidad de los medios de prensa*, Buenos Aires, Astrea, 1993, pp. 161-162.

26 Citado por Trejo, Raúl, *op. cit.*, nota 11, p. 177.

cuales debe hacer honor en virtud de la posibilidad que tiene de vulnerar los derechos humanos.

2. En muchas ocasiones las elites de la política y de los medios de comunicación coinciden, porque ambas desean una alianza o una penetración en el ámbito del otro como una forma de fortalecer o aumentar su poder. Así, encontramos a políticos que adquieren acciones o la propiedad de medios de comunicación como una manera de proteger su propia carrera política, atacar a sus antagonistas políticos, cuidar su pasado, cuando los cargos políticos se hayan agotado, y continuar siendo "importantes" aunque ya no se tenga participación política activa.

En otras ocasiones, se aprovecha el cargo político para ayudar a que familiares o amigos cercanos obtengan una concesión de radio o televisión.

A su vez, a los dueños de los medios y a los periodistas les interesa incursionar en la política, y así lo hacen. Ya Max Weber se refería al destino político de los periodistas y que sólo el periodista es un político profesional "y sólo la empresa periodística es, en general, una empresa política permanente. Junto a ella no existe más que la sesión parlamentaria".<sup>27</sup>

Cada día es más frecuente encontrarse con dueños de medios y periodistas que ocupan cargos políticos. El mejor ejemplo de nuestros días es el de Berlusconi, quien a través de sus canales de televisión llegó a ser el primer ministro italiano. Es frecuente verlos ocupar ministerios, especialmente los de comunicación o cultura, o cargos de relieve en esos ministerios. Asimismo, otros dueños de medios y periodistas intentan ganar cargos de elección popular como gubernaturas, legislaturas o presidencias municipales o cantonales.

En lo anterior encuentro dos problemas:

- a) El hecho de que se partidaricen, ya sea que ganen o pierdan la votación, mostrará al público que su objetividad, imparciali-

<sup>27</sup> Weber, Max, *El político y el científico*, trad. de Francisco Rubio Llorente, Madrid, Alianza Editorial, 1967, pp. 118 y 126. Debe precisarse el significado que M. Weber le dio a la expresión de la empresa periodística como una empresa política permanente. Él afirmó, válido quizás para la época en que escribió su obra, que en tiempos normales, fuera de las épocas de elecciones, los que se interesaban permanentemente en la "empresa política" no eran muchos y para ellos era una profesión secundaria o sólo un título honorífico.

dad y equilibrio políticos al dar instrucciones o al escribir pueden verse muy menoscabados, no por razones de su ideología, que generalmente ya era conocida, sino por compromisos y cercanía partidista: ¿al criticar a otros partidos políticos se podrá pensar que lo hacen con veracidad e imparcialidad? ¿o habrá que considerar que es un político que al mismo tiempo escribe o labora en los medios?

- b) Si además de la remuneración del cargo público —en aquéllos en los cuales sólo está permitido recibir ésta— el dueño de medios o el periodista reciben el que les corresponde como tal ¿no estarían violentando principios éticos más allá de los jurídicos? ¿cómo hacer compatibles las remuneraciones de dos actividades tan diversas y que pueden, incluso, llegar a ser hasta antagónicas?

O es que consideran que a ellos se les puede aplicar las conocidas afirmaciones del poeta Salvador Díaz Mirón acerca de que hay aves que atraviesan el pantano sin que su plumaje se manche y que el suyo es de esas características. Respecto a muchos de los dueños de medios y periodistas, tengo mis dudas bien fundadas sobre la limpieza de sus plumajes.

## VI. LOS MEDIOS Y LOS PRINCIPIOS ÉTICOS

1. En la historia de la humanidad no hay poder absoluto o ilimitado que perdure para siempre. El hombre busca, tiende y lucha por su libertad. En las democracias más avanzadas se legisla sobre medios de comunicación para precisar sus derechos, libertades y obligaciones. Lo mismo acontecerá con aquellos países que están en la retaguardia en este aspecto. A nadie le conviene ni a los propios medios que éstos laboren en la indefinición jurídica, la cual trae como consecuencia confusión, incertidumbre y riesgos de toda clase.

Prueba de lo anterior es un reciente editorial de una revista argentina especializada en medios de comunicación y que se intitula "La culpa de todo la tienen los medios", el cual trata de ser equilibrado respecto a las características negativas y positivas de aquéllos. Sin embargo, con franqueza y valentía expone:

La culpa de todo la tienen los medios.  
 Ahora, todos quieren aparecer en los medios.  
 Los medios transforman la realidad.  
 Si no estás en los medios no existís.  
 Ahora cualquiera trabaja en los medios.  
 Los medios especulan con el dolor y las miserias humanas.  
 Recurrí a los medios porque la justicia no me daba respuestas.  
 Nadie quiere quedar mal con los medios.  
 Los medios no son el cuarto poder, son el primero.  
 Yo le creo más a los medios que al resto de las instituciones.  
 No le creo nada a los medios, todo lo hacen por el *rating*.  
 Estas y muchas otras ideas y situaciones demuestran distintas  
 experiencias y sensaciones de la gente respecto a los medios.<sup>28</sup>

Constátese que las ideas negativas hacia los medios son más numerosas que las positivas, y es un editorial no de un crítico de los medios de comunicación sino de una revista especializada en ellos.

A nadie beneficia que exista escepticismo y desconfianza respecto a los medios porque ello sólo contribuye a enrarecer la atmósfera social y a exacerbar la confianza social. A todos beneficia que los medios gocen de prestigio, confianza y credibilidad. Para lograrlo se necesitan medios de comunicación con sentido de responsabilidad social y ética, con pleno respeto al Estado de derecho y a los derechos humanos de las personas que habitan el país.

2. En diversas naciones, los medios de comunicación desean otorgar garantías a sus lectores y auditorios de que trabajan con honestidad y responsabilidad ética. Con ese objetivo crean autocontroles —controles impuestos por el propio medio— y uno de ellos son los códigos o decálogos éticos. También existen esos códigos expedidos por asociaciones nacionales de periodistas.<sup>29</sup>

Adam Michnik, una de las grandes figuras intelectuales y políticas del movimiento polaco de Solidaridad y director del periódico *Gazeta Wyborcza* de Varsovia, expresó su propósito de que dicho periódico sea un elemento de la democracia de Polonia y con esa finalidad

28 "Editorial", *Un Ojo Avisor*, Buenos Aires, núm. 10, marzo-abril de 1999, p. 3.

29 Véase Villanueva, Ernesto, *Códigos europeos de ética periodística. Un análisis comparativo*, México, Fundación Manuel Buendía y Generalitat de Catalunya, 1996. Crone, Tom, *Law and the Media*, Oxford, Inglaterra, Focal Press, 1995, p. 195. Trejo, Raúl, *op. cit.*, nota 11, pp. 298-305. Pigeat, Henri, *op. cit.*, nota 7, pp. 16-17 y 96.

definió el decálogo ético y profesional de ese medio de información, contenido en 11 principios, a saber:<sup>30</sup>

1. Actúa con plena libertad, tu única limitación es la que impone la verdad.
2. Utiliza las palabras sagradas libertad y verdad con prudencia y sensatez para evitar que pierdan su valor.
3. Toma tiempo para reflexionar y para hacer un honesto examen de conciencia sobre tus fobias y apasionamientos.
4. Sé crítico pero siempre con respeto y conocimiento de los hechos y de las historias.
5. Respeta tu propia dignidad y cultívala; siente responsabilidad por el prójimo y trátalo como a tí mismo.
6. Combate con tu pluma pero con honestidad y sin odios; no mates con la palabra.
7. Sé fiel a los principios que consideras valiosos; no prostituyas tu profesión para conseguir poder, dinero o tranquilidad.
8. No robes; en consecuencia no plagies, no difames, no mientas, no manipules la verdad.
9. No enturbies las cosas; nunca des un testimonio falso, lo cual constituye la violación más grande de las normas de la profesión periodística.
10. No seas envidioso ni codicies los logros de los otros.
11. Nunca realices propaganda en vez de informar, publicidad en vez de descripción honesta de las cosas, campañas alborotadoras en vez de fomentar las polémicas sensatas.

Hoy en día los códigos, catálogos y decálogos de ética para los medios son muy abundantes: los hay de carácter individual para un medio, para un tipo de medio, de carácter regional, nacional e internacional. El control ético que persiguen obtener con su existencia, la enumeración de los principios éticos que deben regir el trabajo cotidiano del medio o medios y de los periodistas que laboran en él o en ellos, resulta más que insuficiente por su cotidiana infracción.

30 Michnik, Adam. "Decálogo para periodistas", *Étcetera*, México, núm. 314, febrero de 1999, pp. 15-20. El texto de Michnik constituye toda una explicación interesante sobre dicho decálogo y los principios los desarrolla con diversas reflexiones. De ese desarrollo extraje la enunciación escueta de los principios —que realmente son once— de su decálogo.

Con frecuencia, los medios que menos respeto tienen por los principios éticos de la profesión periodística se otorgan un código de ética pero como una *cortina de humo* para tratar de engañar a sus lectores o auditorios. Parece que razonan de la siguiente forma: ¿Qué se pierde con la expedición de dos o tres hojas que contengan postulados universalmente aceptados? Nada. Al contrario, quizás se pueda embaucar a suficientes lectores.

Por lo anterior, es que resulta, en términos generales, que los autocontroles de los medios de comunicación pueden ser pasos importantes pero completamente insuficientes para asegurar que éstos respeten al Estado de derecho y a los derechos humanos de las personas. Esta aseveración es de fácil verificación en la realidad de los países más democráticos de Europa, y si en ellos es así, lo que acontece en otras latitudes es escandaloso.

Los poderes no suelen autocontrolarse, por tanto es indispensable la regulación jurídica, el establecimiento de las reglas del juego para que los medios de comunicación masiva contribuyan a fortalecer el Estado de derecho, la democracia, la libertad, el respeto a los derechos humanos, los principios éticos, la educación y la cultura.