

CRÓNICAS Y DOCUMENTACIÓN

CLÁUSULA DE CONCIENCIA E INFORMACIÓN: DE LA IDEOLOGÍA A LA ÉTICA PROFESIONAL

Por HUGO AZNAR (1)

SUMARIO

1. DERECHO A LA INFORMACIÓN, EMPRESAS Y PERIODISTAS.—2. EL PASADO DE LA CLÁUSULA.—3. DE LA IDEOLOGÍA A LA DEONTOLOGÍA.—4. LA CLÁUSULA DE CONCIENCIA EN LOS ESTATUTOS DE REDACCIÓN: Derecho a retirar la firma. Derecho a no colaborar. Cambio en la línea ideológica. Efectos. Mediación del comité de redacción. Valoración colectiva y publicidad del cambio o la vulneración de los principios editoriales.—5. CONCLUSIÓN.—6. BIBLIOGRAFÍA

1. DERECHO A LA INFORMACIÓN, EMPRESAS Y PERIODISTAS

De todos es sabido que la información y la comunicación son bienes esenciales de nuestras sociedades. Desde el punto de vista colectivo no cabe una democracia fuerte sin unos medios de comunicación plurales e independientes; desde el punto de vista individual tampoco se puede hablar de autonomía personal sin información libre para la toma de decisiones. Consagrados bajo el enunciado de libertad de expresión en los textos constitucionales clásicos, la Declaración de la ONU de 1948 reconoció estos bienes como uno más de los derechos humanos.

Este flujo de información y comunicación es en gran parte posible gracias a quienes ejercen el periodismo como profesión habitual. Ésta conlleva por ello una serie de obligaciones deontológicas destinadas a garantizar que dicha información y comunicación respondan a su condición de bienes esenciales para la sociedad y sus

(1) Este artículo ha sido realizado dentro del Proyecto de Investigación «Comunicación, Comunidad y Democracia» (072) financiado por el Instituto de Sociología y Antropología Social de la Institució Valenciana d'Estudis i Investigació (IVEI). Cualquier comentario sobre el mismo puede remitirse a haznar@ceu.upv.es.

miembros. No se debe entender hoy el periodismo sin tener presentes estas obligaciones y sin procurar que guíen en todo momento la actividad cotidiana de cualquier redacción.

Sin embargo, tampoco hoy se le escapa a nadie que la información y la comunicación son también productos que elaboran y distribuyen grandes empresas y corporaciones. No sólo están configurados los medios de comunicación empresarialmente sino que además constituyen en la actualidad uno de los negocios más lucrativos, como lo prueban las cifras económicas que se manejan en su entorno. Como empresas necesitan obtener recursos y como negocios su gestión está orientada por la búsqueda del mayor beneficio (2).

En los medios de comunicación confluyen así las exigencias derivadas de su configuración empresarial y del bien social que manejan; las exigencias de constituir un negocio y de operar con un bien humano fundamental. Dado su carácter jánico, el ideal sería que operasen con un equilibrio entre ambos aspectos, de forma que encontraran el fundamento de su rentabilidad en el servicio a los bienes y valores asociados a la información y la comunicación (3). El profesional podría contribuir así a la vez tanto a dar contenido al derecho a la información del público como al trabajo colectivo de su organización empresarial. Pero la realidad se corresponde poco con la de este equilibrio ideal. El predominio de la lógica del mercado en los medios de comunicación es evidente. Si fuera necesario probar esto contaríamos con el mejor testimonio posible: la Federación Internacional de Editores de Diarios se planteó esta cuestión en su III Conferencia Mundial, en mayo de 1996, con una clara conclusión:

¿Quién manda en el contenido de los periódicos? ¿Son los profesionales del periodismo los que deciden qué es noticia, los que dirigen y forman a los lectores de acuerdo con sus criterios? ¿O es el mercado, las leyes de la oferta y la demanda las que gobiernan y rigen el destino de los diarios? Cerca de dos centenares de directores y propietarios de periódicos de todo el mundo reunidos en Washington votaron que el mercado es el rey en el mundo de los modernos medios de comunicación (*El País*, 22/05/1996: 33).

(2) «Ya hablemos de la televisión o de los periódicos, el periodismo es un negocio —un gran negocio— y esto inevitablemente significa acomodar los valores de las noticias a las necesidades del éxito comercial. Decir otra cosa sería construir castillos en el aire sin sentido que no se relacionarían con la ética de los periodistas de este mundo. Pero incluso en este mundo es posible llegar a un arreglo peor o mejor» (ABRAMSON, 1990: 262).

(3) Todo medio de comunicación tiene así «una función doble que llevar a cabo, como una institución pública y como una industria privada. La independencia editorial es esencial para mantener su papel como guardián del gobierno y de las actividades empresariales, como proveedora de la información a partir de la cual pueden tomarse con claridad las decisiones democráticas, y como representativa de la opinión pública y los valores de la comunidad. Al mismo tiempo, la historia ha mostrado que el beneficio provee la mejor base para la independencia editorial: la supervivencia de la prensa como una institución democrática depende de su supervivencia como una industria» (HANLIN, 1992: 46).

Parece claro que los criterios económicos y las exigencias propias de un negocio juegan un papel clave en los medios de comunicación. La empresa suele ejercer un control que pasa por imponer criterios de rentabilidad y ganancia que en ocasiones entran en contradicción con las normas y obligaciones propias del ejercicio profesional del periodismo. Esta situación dificulta la aplicación de las normas recogidas en los códigos deontológicos y sitúa a los profesionales en un contexto a menudo lleno de tensiones (4). Son precisamente ellos quienes experimentan de manera especialmente vívida la tensión entre estas exigencias contrapuestas:

El periodista existe en dos mundos: ella o él se incorporan a una práctica que se caracteriza por el compromiso de decir la verdad y al mismo tiempo se trata de un empleo en el que se trabaja por un sueldo y en el que se espera que produzca una historia del tipo requerido por su periódico, su revista o su emisora de televisión. La naturaleza de tales historias está determinada por un mercado hacia el que el periodista podría experimentar escasa simpatía (...). Estas dos demandas pueden entrar claramente en conflicto (O'Neill, 1992: 27-28).

En un contexto así es necesario hacer lo posible por garantizar que los bienes propios de la comunicación y la información ocupen el lugar que deben en la práctica del periodismo, lo que significa en gran medida prevenir que las exigencias económicas interfieran *directamente* con la actividad de la redacción y de sus profesionales. O, lo que es lo mismo, garantizar a los profesionales la autonomía e independencia necesarias para que puedan guiarse por los criterios éticos y deontológicos de su actividad, dentro del marco de principios editoriales del medio en el que trabajan (5).

Es cierto que el periodista trabaja en una empresa a la que se vincula mediante un contrato laboral de servicio y a la que debe fidelidad en el cumplimiento de sus obligaciones de acuerdo con los principios editoriales fijados por aquella. Pero el

(4) Con motivo de la aprobación del Código deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña, en 1992, se organizó un encuentro entre profesionales para debatir sobre la ética del periodismo. La mayoría coincidieron en que la principal dificultad para llevar a la práctica dicha ética es la configuración empresarial de los medios. Entre otras opiniones similares Ramón Pascual señalaba: «Hablar de la ética individual en una sociedad competitiva, en una economía de mercado, es una utopía, especialmente para el sector profesional que comienza, más joven y con menos horas de vuelo. A menudo la empresa demanda del comunicador joven lo contrario de lo que le exigiría un comportamiento ético» (CONVERSES, 1992: 56).

(5) El propio Consejo de Europa ha recogido esta cuestión como uno de los principales problemas de la ética del periodismo y se ha pronunciado por la necesidad de garantizar la libertad de expresión no sólo *de* sino *dentro* de los medios. Lo que destaca el Consejo es la necesidad de respetar la autonomía de la redacción y de quienes trabajan en ella, como lo expresa en el artículo 10 de su Resolución 1003 sobre Ética del periodismo, aprobada por unanimidad en 1993: «Al hablar de periodismo se debe tener en cuenta que se ejerce desde los medios, que a su vez forman parte de una estructura empresarial en la que se debe distinguir entre editores, propietarios y periodistas. Por ello no sólo se debe garantizar la libertad de los medios sino también salvaguardar la libertad dentro de los medios» (CONSEIL DE L'EUROPE, 1993: 5). Sobre la capacidad de la empresa para establecer los principios editoriales del medio y la adecuación de la actividad de la redacción a ellos, v. AZNAR, 1996.

compromiso del periodista es en última instancia con el derecho humano a la información y con las responsabilidades asociadas al papel que la información y la comunicación tienen en nuestras sociedades. Por consiguiente, la obligación de lealtad y obediencia a la empresa o a la dirección del medio no es absoluta, sino que cesa si se plantean exigencias que entren en contradicción con ese compromiso último y más fundamental del profesional con la información (6).

Tarea básica entonces tanto de la ética de la información como, en lo posible, de la legislación informativa es establecer aquellos mecanismos y garantías que hagan posible dicha autonomía e independencia de los profesionales, no para convertirlos en un núcleo de poder sino para asegurar que puedan servir mejor a los principios y normas deontológicos de su actividad. La independencia de los profesionales no es un fin por sí misma, sino un medio —aunque fundamental— para conseguir unos medios de comunicación que puedan cumplir mejor con la función social que les corresponde.

Uno de los mecanismos destinados a procurar dicha independencia es la cláusula de conciencia. Probablemente su grandilocuente nombre ha hecho albergar expectativas demasiado elevadas acerca del impacto real que dicha figura puede tener. Pero es innegable que nació como un primer reconocimiento de la autonomía y dignidad del periodista, acorde con el proceso de profesionalización del periodismo que tuvo lugar en el primer tercio de este siglo. Como trataremos de destacar, la cláusula de conciencia *debe entenderse* hoy como un mecanismo que permita salvaguardar la dignidad, independencia y autonomía del profesional cuando se den circunstancias o exigencias que afecten a su conciencia *moral y deontológica*. Su razón de ser la constituye por tanto el reconocimiento de que la labor del periodista es una labor cualificada, que involucra una dimensión intelectual y creativa, y conlleva un compromiso con unos valores y bienes específicos.

2. EL PASADO DE LA CLÁUSULA

Aunque con algunos antecedentes, el referente histórico obligado de la cláusula es la Ley francesa reguladora del Estatuto periodístico de 29 de marzo de 1935, donde se introduce por primera vez (7). Tomando esta legislación como modelo, José M.^a Desantes la definía así:

(6) Sobre la relación entre empresa e información, v. DESANTES, 1995. Sobre la relación contractual entre informador y empresa, v. SORIA, 1989: 77 y ss. Sobre la cláusula de conciencia, Soria es claro y conciso: «¿Qué fundamentación subyacía —y subyace— en la cláusula de conciencia? Todos los fundamentos aducibles pueden reconducirse sin violencia a una única explicación: el derecho a la cláusula de conciencia existe porque primariamente pesa sobre el periodista el deber de informar» (1989: 90).

(7) Se citan como antecedentes la Ley austríaca de 13 de enero de 1910, que aprobaba el Estatuto profesional del periodista; y disposiciones similares aprobadas en Checoslovaquia, Hungría y Alemania durante el primer tercio de siglo; así como jurisprudencia y normas convencionales italianas, entre 1901 y 1928, que al parecer fueron tenidas bastante en cuenta en la legislación francesa. También influyó en

Consiste en una cláusula legal, implícita en el contrato de trabajo periodístico, según la cual, en determinados aspectos a tipificar por la ley en relación con la conciencia del informador, los efectos económicos de la extinción de la relación laboral periodística producida por la voluntad unilateral del trabajador, equivalen a los del despido por voluntad del empleador.

Los supuestos en que puede invocarse según dicha legislación serían tres:

1. Cesión del diario o publicación.
2. Cese de la publicación o del diario por cualquier causa.
3. Cambio notable en el carácter u orientación del diario o publicación si éste supone en la persona empleada una situación que atente a su honor, a su fama o, de una manera general, a sus intereses morales.

Los orígenes de la cláusula y las circunstancias que concurrieron a su incorporación a la legislación francesa se extienden durante el primer tercio de siglo. Y esta época tiene unos rasgos históricos muy precisos que sin duda influyeron poderosamente en su configuración (8).

En primer lugar, este contexto era el del reconocimiento emergente del periodismo como ejercicio profesional cualificado. Aunque la cláusula de conciencia nació claramente vinculada a ese proceso de profesionalización, no resultaba fácil encontrar entonces puntos de apoyo que la justificasen. Era imposible recurrir a los aspectos *profesionales* del periodismo sencillamente porque prácticamente no existían (9). No se podía apelar a la formación específica, pues apenas comenzaba a reconocerse ahora su necesidad. Y, más importante, tampoco se podían hacer valer los aspectos éticos y deontológicos del periodismo ya que precisamente comenzaban a formularse entonces. En este marco sólo cabía recurrir a un aspecto a la hora de fundamentar la cláusula: el ideológico. La justificación de la independencia y dignidad del periodista sólo pudo basarse en la dimensión ideológica de su actividad. Como consecuencia y buena prueba de ello, la cláusula sólo se aplicaba al principio a los redactores de política.

Por otra parte, este contexto histórico (a caballo entre los efectos de la Revolución Rusa y la emergencia de los fascismos) estaba profundamente dominado por el auge de las ideologías políticas, de sus diferencias y enfrentamientos. La prensa europea no era en absoluto ajena a esta situación y era habitual identificar a cada cabecera según sus afinidades ideológicas y partidistas. De cada periódico —y por consiguiente de su redacción— se esperaba en cierto modo que fuera anarquista, comunista, socialista, católico, liberal, etc. (10). No debe resultar extraño entonces

ésta el «Informe sobre las condiciones de trabajo y vida de los periodistas» de la OIT, de 1928. Sobre estos antecedentes, v. SORIA, 1989: 89 y ss.; CARRILLO, 1992: 99 y ss.

(8) JAVIER PRADERA también se hace eco de esta influencia histórica, pero no coincidimos con sus apreciaciones (AA.VV., 1994: 27).

(9) Sobre este proceso de profesionalización en el periodismo español, v. DESVOIS, 1996.

(10) Es cierto que ya desde finales del XIX había comenzado el tránsito hacia la *prensa de empresa*,

que se hiciera gravitar sobremanera la cláusula de conciencia sobre el aspecto ideológico predominante en el periodismo de la época. En este contexto fue el único factor cuya modificación pudo considerarse susceptible de provocar algún daño moral en la conciencia del periodista, como quedó claramente reflejado en el supuesto más relevante a la hora de invocar la cláusula: aquel asociado a cambios en la orientación ideológica del medio.

La relevancia de este supuesto ha hecho que a menudo se identificara la cláusula de conciencia tan sólo con él. Pero si fuera así, ¿cuál sería el sentido y alcance de la cláusula en un contexto en el que se habla habitualmente del *fin de las ideologías*? En nuestras sociedades complejas las ideologías son víctimas, como poco, de un proceso importante de *reconversión*. La gente sigue teniendo convicciones de un tipo u otro; pero las ideologías ya no marcan inequívocamente a las personas ni les exigen fidelidad a prueba de dudas. Algo similar ocurre en los medios de comunicación. Tienen sus líneas editoriales, sus simpatías y afinidades, y sus *compromisos*; pero todos hacen gala a la postre de ser independientes. La ideología no es una *marca* que hoy por hoy permita identificar a los medios. Si la cláusula se limitase a hacer efectivo este supuesto ideológico como motivo para invocarla estaría condenada a los anaqueles de la historia.

Por otra parte se ha dicho que la cláusula no sería sino *un derecho al paro* (11) y que, dado el desempleo existente hoy por hoy en la profesión, su utilidad sería por tanto prácticamente nula. Se ha sugerido también que su efectividad quedaría más reducida si cabe al quedar *marcado* el profesional que la invocase como *problemático*, con la consiguiente dificultad añadida a la hora de encontrar un nuevo puesto de trabajo (12). Pero estas opiniones no parecen concluyentes.

Es cierto que en un contexto de paro la efectividad de la cláusula se reduce significativamente (13), pero no desaparece del todo. En última instancia queda en manos del profesional valorar las consecuencias de su invocación y decidir si afrontarlas o no, cosa que no podría ocurrir si no existiera. Por otra parte, las mismas

pero en esta época aún tenía gran peso la prensa con claras adscripciones ideológicas. Las relaciones con partidos, políticos, etc., dentro de las redacciones eran por tanto frecuentes y, lo que es más importante, no eran mal vistas, como llegaría a ocurrir después. V. DESVOIS, 1996 y SEOANE, 1996.

(11) En el debate parlamentario del 8 de febrero de 1994, para la toma en consideración de la Proposición de Ley de IU de regulación de la cláusula, el portavoz socialista, José M.ª Mohedano, se hacía eco de esta opinión: «porque, en definitiva, ¿en qué concluye este mecanismo? Este mecanismo concluye en el derecho a irse a casa, en el derecho a no expresarse a cambio de una indemnización, o en el derecho, si quieren ustedes, al autodespido remunerado» (AA.VV., 1994: 117).

(12) MARC CARRILLO recogía, sin compartirlas, estas críticas (1992: 114). Dificultades como éstas ya hacían opinar a José M.ª Desantes, al poco de la inclusión de la cláusula en la CE, que «hubiese constituido un atajo poner nuestras leyes al día con los más modernos logros de la legislación informativa comparada en lugar de recurrir a figuras históricas de otros ordenamientos ya envejecidas y que, por consiguiente, han perdido eficacia social y jurídica, incluso en Francia» (1979: 106). En este sentido crítico, v. I. SORIA, 1989: 93.

(13) Ya en 1979 se mencionaba el alto índice de paro para explicar la pérdida de efectividad de la cláusula (DESANTES, 1979: 106).

circunstancias que han restado hoy efectividad a la cláusula podrían devolvérsela mañana, al reducirse el paro, aumentar las indemnizaciones, etc. En cualquier caso, todo el mundo sabe hasta qué punto los medios de comunicación se muestran celosos de su imagen pública (de la que depende su credibilidad); de modo que cualquier empresa haría lo posible por evitar el coste de imagen (si no ya el económico) que comportaría la invocación de la cláusula por parte de cualquiera de sus profesionales, dotándoles así de una cierta capacidad *negociadora* de la que carecerían sin la existencia de dicha figura. Por último, podría además tenderse progresivamente a ampliar el tipo de conductas o situaciones amparadas por la cláusula sin que condujeran necesariamente al despido, contribuyendo en cambio a garantizar cierta autonomía del profesional.

¿Quedaría *marcado* el profesional por haber invocado la cláusula, teniendo una dificultad añadida para encontrar trabajo? (14). No parece que esto tenga que ser necesariamente así. Nada impide pensar en un entorno en el que se valorase al profesional honesto e independiente. En tal caso, además del coste negativo de imagen para el medio que tuviera un conflicto con un profesional así, se podría pensar en la ganancia de credibilidad para cualquier medio que a su vez lo contratase después. Esto no es impensable: en los últimos años hemos asistido a estos cambios de algunos profesionales entre distintos medios buscando en unos la libertad, independencia o afinidad ideológica que habían dejado de disfrutar en otros (15). Lo que se desprende de todo ello en cualquier caso es que la efectividad de la cláusula no depende únicamente de su desarrollo legislativo, sino de un conjunto más amplio de factores que afectarían a la situación global de la actividad periodística.

En todo caso, la opinión según la cual la cláusula sería una figura históricamente desfasada no se compadece con su inclusión relativamente reciente en la legislación de algunos países europeos. Es el caso de la Ley de Prensa portuguesa de 24 de febrero de 1975, que sigue básicamente el planteamiento de la legislación francesa y recoge sus mismos efectos en caso de la «alteración profunda en la línea de orientación de un periódico». Asimismo, el convenio colectivo nacional de los periodistas italianos de 21 de marzo de 1975 o la más reciente Ley austríaca de 12 de junio de 1981 recogen el derecho de los periodistas a la cláusula. Y lo que es más importante, en estos dos últimos casos amplían los supuestos en que puede invocarse en un sentido evolutivo sobre el que volveremos en seguida (16).

(14) «Concretamente, se evoca la amenaza que supone la existencia de listas negras de redactores que hayan planteado problemas por razones deontológicas; amenaza que puede traducirse en la negativa de los propietarios de los medios de comunicación a contratar los servicios de periodistas demasiado escrupulosos en cuestiones deontológicas y, por tanto, laboralmente problemáticos» (CARRILLO, 1992: 114).

(15) La efectividad de la cláusula tiene que ver entonces también con que exista un entorno con pluralidad de medios y empresas de comunicación en competencia. Que se dé dicho entorno constituye otro problema distinto por sí mismo.

(16) Ha habido también algún intento fallido de introducir la cláusula. La República Federal Alemana elaboró en 1984 un proyecto de ley que la contemplaba, aunque finalmente no tuvo éxito (SORIA, 1989:

En este sentido es muy relevante la opinión del Consejo de Europa, que no sólo se ha pronunciado en favor de la cláusula —como mecanismo destinado a garantizar la independencia de los periodistas *dentro* de las empresas informativas—, sino que además ha subrayado la necesidad de un proceso de armonización legislativa de la cláusula a nivel europeo. Es obligado citar por extenso los artículos 13 y 14 de la Resolución 1003 del Consejo sobre Ética del Periodismo, aprobada en 1993:

13. Dentro de la propia empresa informativa editores y periodistas deben coexistir, teniendo en cuenta que el respeto legítimo de la orientación ideológica de los editores o los propietarios está limitado por las exigencias insoslayables de la veracidad de las noticias y de la ética de las opiniones, lo cual es esencial para respetar el derecho fundamental de los ciudadanos a la información.

14. En función de estas exigencias debemos reforzar las garantías de la libertad de expresión de los periodistas, quienes constituyen en definitiva la fuente final de la información. En este sentido hay que desarrollar y clarificar jurídicamente la naturaleza de la cláusula de conciencia, y del secreto profesional relativo a las fuentes confidenciales, *armonizando las disposiciones nacionales sobre estas materias de forma que se puedan aplicar en el contexto más amplio de la Europa democrática.* (Conseil de l'Europe, 1993: 5; cursiva ntra.)

España sentó en su día un precedente singular al incluir una mención explícita a la cláusula en el artículo 20.1.d) de la CE, después de afirmar el reconocimiento y la protección del derecho a «comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de comunicación». Este artículo constituye una excepción a nivel internacional, no tanto por las figuras que menciona, conocidas en algunos ordenamientos jurídicos de nuestro entorno, sino por el lugar donde lo hace: la parte *más noble* de la Constitución (17).

92). Por otro lado, en algunos países donde no está recogida en la legislación, se contemplan supuestos similares en otros ámbitos, como en el contrato modelo para los periodistas holandeses o en códigos deontológicos, como el de Suiza, de 1972, o el de Croacia, de 1993 (VILLANUEVA, 1996: 88, 170).

(17) Se ha especulado mucho sobre las causas que motivaron esta mención, ya que no parece que hubiera una justificación teórica. De hecho su inclusión no estaba contemplada en el primer borrador de la CE ni tampoco en el anteproyecto de la ponencia constitucional. Se introdujo por unanimidad a su paso por la Comisión como resultado de enmiendas *in voce* presentadas por Minoría Catalana, UCD y PCE. Parece que se hizo pues «como en un arrebato» repentino (AA.VV., 1994: 21). En aquellos momentos se vivía una especial *luna de miel* entre la clase política y la prensa, por la contribución esencial que ésta había hecho y seguía haciendo al proceso de transición. Quizá se trataba también de asegurar estos derechos de los periodistas para garantizar así la continuidad de esa contribución en un contexto en el que nada parecía asegurado. En cualquier caso, una vez hecha la propuesta nadie la discutió ni se opuso a ella.

Sí que se ha discutido en cambio dicha inclusión después. Juan Luis Cebrián llegó a calificarla de error (AA.VV., 1988: 39). Javier Pradera también insinuó en su día que dicha inclusión, en la parte *noble* de la CE (asociada por tanto a otros derechos y libertades fundamentales), podía producir un cierto efecto *contaminador* en su percepción por parte de los periodistas, conduciendo así «incluso a una inversión de las relaciones entre los periodistas y los medios para los que trabajan, potencialmente sometidos a la condición subalterna de simples plataformas desde las cuales la conciencia de los comunicadores patrimonializase la libertad de expresión» (AA.VV., 1994: 27).

Aunque ha habido algunas voces que se oponían a ello (18), la opinión mayoritaria entre los periodistas ha sido siempre a favor de la cláusula de conciencia y su desarrollo legislativo (19). Buena prueba de ello son las referencias positivas a la cláusula recogidas en los dos códigos deontológicos del periodismo más importantes aprobados en los últimos años: el del Colegio de Periodistas de Cataluña (20) y el de la FAPE (21).

Después de una serie de intentos legislativos sin éxito (22) y casi diecinueve años después de aprobada la CE, se ha producido finalmente este desarrollo legislativo con la aprobación de la Ley Orgánica 2/1997, de 19 de junio, reguladora de dicha figura.

A estas alturas de siglo no debe haber ningún problema en reconocer que el ejercicio de la comunicación y la información son hoy objeto de una actividad

Pero, con independencia del motivo histórico que pudo producir su inclusión en la CE, estaría el valor autónomo de ésta, como ha destacado Marc Carrillo: «La vinculación del derecho a la cláusula de conciencia a una determinada forma de ejercer el derecho a la información que interesa no sólo al periodista sino también a la sociedad, es lo que justifica su condición de derecho fundamental. La cláusula no es únicamente el derecho a una indemnización; es esencialmente, el derecho a ejercer el periodismo en unas condiciones que ayuden a garantizar la objetividad y el pluralismo informativo» (1992: 127).

(18) Por ejemplo, Juan Luis Cebrían desde el entorno periodístico, por temor a una ley restrictiva (AA.VV., 1988: 20 y 21). O Javier Pérez Royo desde el jurídico, al considerar la cláusula un derecho esencialmente conflictivo cuya precisión última siempre quedaría en manos de los Tribunales (AA.VV., 1994: 20). Sin embargo, la mayoría de las intervenciones de otros profesionales y juristas recogidas en estos mismos debates muestran muchas menos reticencias hacia su desarrollo.

(19) T. González Ballesteros, tras señalar que los poderes públicos y las empresas informativas se oponían tradicionalmente a este desarrollo legislativo, se preguntaba: «¿Y qué opinan los periodistas? En este extremo, y me refiero a mi experiencia personal, hay dos planteamientos. En primer término, los periodistas socialmente más influyentes, los que coloquialmente se les conoce como las "estrellas", no desean ninguna relación que les afecte. Tal vez porque han llegado a un *status* social y económico de poder e influencia que les hace rechazar cualquier tipo de norma; o quizás porque la experiencia les ha convertido en descreídos congénitos carentes de esperanzas salvadoras para su propia profesión. En segundo término está la inmensa mayoría de las personas que trabajan en las redacciones de los medios de comunicación, que consideran conveniente la regulación, pero tienen una influencia mínima frente a la empresa que les tiene contratados, y frente a los poderes públicos, lo que les impide presionar para conseguir sus aspiraciones. Lo anterior se puede decir de una forma u otra, pero por ello no dejará de ser la realidad que nos circunda» (AA.VV., 1994: 54).

(20) La referencia se hace en la Declaración final del Código: «Los periodistas tienen que disponer de los medios e instrumentos imprescindibles para poder desarrollar su actividad con plena independencia, libertad, iniciativa y sentido de la responsabilidad, tanto en lo referente al ámbito profesional como al estrictamente laboral. En este sentido, y para plena garantía de sus derechos individuales y de su compromiso ante los ciudadanos, los profesionales de la información deberán estar amparados por la cláusula de conciencia y el secreto profesional, dentro del marco de las leyes, tal como recoge la Constitución.»

(21) En su artículo 8: «Para garantizar la necesaria independencia y equidad en el desempeño de su profesión, el periodista deberá reclamar para sí y para quienes trabajen a sus órdenes: (...) d) El derecho a invocar la cláusula de conciencia, cuando el medio del que dependa pretenda una actitud moral que lesione su dignidad profesional o modifique sustantivamente la línea editorial.»

(22) En particular, por el voto en contra del PSOE.

profesional específica y que, como tal, ésta debe orientarse no sólo por la lealtad al medio en el que se realiza sino ante todo por los valores, bienes y criterios que le son propios. La cláusula debe reconducirse así hacia la garantía de la autonomía de criterio del profesional que se guía por dichos valores o que los antepone a cualquier otra consideración en caso de verlos amenazados. Debe desplazar pues su centro de gravedad *desde la ideología a la deontología*, desde la conciencia ideológica individual a la conciencia deontológica profesional de quien realiza una labor cualificada.

La cláusula no es (ni debe creerse que sea, como a veces ha podido ocurrir) *el* mecanismo que haya de resolver los problemas que tienen planteados hoy los periodistas. «La defensa de la integridad deontológica exige un esfuerzo que la cláusula —*individualmente considerada*— no siempre puede garantizar» (Carrillo, 1992: 108; cursiva ntra.). La cláusula es tan sólo *un* mecanismo más de los muchos (23) que han de ponerse en marcha —tanto desde el ámbito legislativo como sobre todo desde el de la autorregulación— para tratar de garantizar que la comunicación responda a sus fines y valores propios. No se trata pues de establecer una competencia para elegir unos mecanismos y desestimar otros según su mayor o menor efectividad en un momento dado, sino de aunar el mayor número posible de ellos, de modo que todos aporten algo al objetivo común de mejorar la comunicación.

3. DE LA IDEOLOGÍA A LA DEONTOLOGÍA

Este planteamiento evolutivo de la cláusula —su apertura hacia el ámbito deontológico— fue asumido en su día por las Proposiciones de Ley reguladoras de la cláusula presentadas en el Parlamento español (24), como lo puso de relieve la intervención del portavoz de IU, Diego López Garrido, al presentar su última Proposición de Ley, en el Debate del Pleno de la Cámara que tuvo lugar el 8 de febrero de 1994. Después de referirse a la Ley francesa del 35 y a los cambios habidos desde entonces en el entorno de los medios de comunicación, se expresó claramente en el sentido de la *ampliación deontológica*:

(23) Como códigos deontológicos, defensores del receptor, principios editoriales, libros de estilo, auditorías éticas, propiedad intelectual, titulación académica, organización profesional, estatutos de redacción, consejos de prensa, etc.

(24) También en la más reciente legislación europea citada, ya que tanto el convenio italiano del 75 como la Ley austríaca del 82 se sitúan en la línea «apuntada por la normativa italiana, superadora del tradicional planteamiento francés, que se basa exclusivamente en la discrepancia generada por el cambio objetivo en la línea editorial del medio. En Austria la cláusula se entiende también como el derecho que asiste a los informadores de rechazar su colaboración en la redacción de informaciones y comunicaciones obtenidas de forma contraria a sus convicciones o a los principios deontológicos del periodismo.» (CARRILLO, 1992: 118).

Todo esto obliga a cambiar el sentido de la cláusula de conciencia, a ampliar su contenido y a pensar que esa cláusula debe ampliarse y aplicarse también en aquellos casos en que el periodista se vea obligado por la empresa periodística a realizar una información o suscribir contenidos que él considera contrarios a la ética del periodismo. (recogido en AA.VV., 1994: 107)

De acuerdo con esta misma intervención, la ampliación se incardinaría dentro del fenómeno de extensión de los derechos fundamentales en *sentido horizontal*, vistos no sólo como protección frente al Estado sino frente a cualquier otro agente social, en este caso la empresa informativa.

En este sentido es relevante la consideración acerca del papel del periodista y de la empresa informativa que se hace en la Exposición de motivos de la LO 2/1997, reguladora de la cláusula:

su articulado responde a la necesidad de otorgar a los profesionales de la información un derecho básico en la medida en que ellos son el factor fundamental en la producción de informaciones. Su trabajo está presidido por un indudable componente intelectual, que ni los poderes públicos ni las empresas editoras de periódicos pueden olvidar. La información no puede ser objeto de consideraciones mercantilistas ni el profesional de la información puede ser concebido como una especie de mercenario abierto a todo tipo de informaciones y noticias que son difundidas al margen del mandato constitucional de veracidad y pluralismo.

En este sentido la LO 2/1997 recoge varios supuestos de invocación de la cláusula. El primero de ellos coincide con el planteamiento tradicional del cambio ideológico [art. 2.a)]. El segundo se haría eco del nuevo contexto laboral del periodismo, a menudo formado por grandes grupos multimedia, tratando de proteger al profesional de los cambios lesivos para su orientación profesional dentro de la misma empresa (25). Por último, se reconocería también la facultad del profesional para negarse a elaborar informaciones contrarias a los principios éticos del periodismo sin poder recibir sanción o perjuicio por ello. Así lo recoge el articulado de la LO 2/1997:

(25) Sobre la necesidad de ampliar la cláusula también en este sentido insistió en su día el Profesor MARC CARRILLO: «debemos hacer hincapié en la necesidad de introducir elementos que amplíen el marco de esta primera noción de cláusula de conciencia, en la línea de incluir como razones que legitiman su exigibilidad jurídica ante los tribunales, no sólo la libertad ideológica como expresión de una determinada conciencia ética o dignidad profesional, frente a un cambio en los principios editoriales, sino también la libertad ideológica como resistencia frente a aquella clase de decisiones de la dirección de la empresa, aparentemente de carácter laboral, que, de hecho, inciden negativamente, en el ejercicio de la profesión (por ejemplo, traslados forzosos, cambios de sección imprevistos al margen de la especialidad, encargos profesionales que vulneran los principios deontológicos, etc.). Es así como la cláusula de conciencia podría convertirse en un derecho adaptado a los nuevos retos de la información en una sociedad en la que las transformaciones tecnológicas, la proliferación de los multimedia y el proceso progresivo de concentración de la información no siempre son sinónimos de respeto a los derechos constitucionales reconocidos» (1992: 108-9).

Artículo 1.

La cláusula de conciencia es un derecho constitucional de los profesionales de la información que tiene por objeto garantizar la independencia en el desempeño de su función profesional.

Artículo 2.

1. En virtud de la cláusula de conciencia los profesionales de la información tienen derecho a solicitar la rescisión de su relación jurídica con la empresa de comunicación en la que trabajen:

a) Cuando en el medio de comunicación con el que estén vinculados laboralmente se produzca un cambio sustancial de orientación informativa o línea ideológica.

b) Cuando la empresa les traslade a otro medio del mismo grupo que por su género o línea suponga una ruptura patente con la orientación profesional del informador.

2. El ejercicio de este derecho dará lugar a una indemnización, que no será inferior a la pactada contractualmente o, en su defecto, a la establecida por la Ley para el despido improcedente.

Artículo 3.

Los profesionales de la información podrán negarse, motivadamente, a participar en la elaboración de informaciones contrarias a los principios éticos de la comunicación, sin que ello pueda suponer sanción o perjuicio.

La ampliación de la cláusula de conciencia en la dirección de la deontología del periodismo —en particular, lo que se refiere al art. 3 antes citado— podría haber ido sin duda más lejos (para lo que habría bastado con haber hecho más justicia a la propia exposición de motivos de la ley). E incluso hasta donde alcanza, esta ampliación no está exenta de dificultades ni deja de plantear algunos retos prácticos. A la dificultad tradicional de determinar un cambio en la línea editorial o ideológica de un medio, se suman ahora otras dificultades, como determinar en qué medida un cambio en las condiciones del trabajo perjudica a la orientación profesional del periodista o la elaboración de una información va contra los principios éticos del periodismo.

En este sentido, la cláusula de conciencia, en tanto se abre al ámbito de la deontología ha de buscar consiguientemente su adecuado complemento en los mecanismos de autorregulación que puedan existir o crearse en el entorno de la comunicación social. En cierta medida su efectividad podrá incrementarse con la existencia de garantías deontológicas y mecanismos de autorregulación que la complementen y refuercen adecuadamente. Se necesitan así, por ejemplo, principios editoriales claramente formulados por los medios, códigos deontológicos avalados por las organizaciones profesionales, organismos especialmente capacitados para reconocer cambios en la línea editorial o lesiones a la dignidad de los profesionales (26), etc. Mecanismos que deben crearse en el mundo de la comunicación a partir del esfuerzo

(26) En este sentido, la Ley portuguesa atribuye al Consejo de Prensa el verificar que el cambio de línea de editorial se ha producido realmente. Sobre esta mediación del consejo de prensa, v. CARRILLO, 1992: 127.

y la exigencia colectivos de todos y muy en particular de las propias organizaciones de profesionales. Esta relación de complementariedad entre la legislación sobre la cláusula y la autorregulación también fue puesta de relieve por el portavoz de IU cuando presentó la propuesta de su grupo en el debate de 1994:

En nuestra proposición de ley señalamos, como el centro que desencadena la apelación de la cláusula de conciencia, la ética del periodismo. Lo que sea ética del periodismo, un concepto en principio indeterminado, debe tener un complemento en la autorregulación (...). La cláusula no puede entenderse como una discrepancia caprichosa, una discrepancia subjetivista con una determinada orientación del medio de comunicación, sino una discrepancia trascendente que tenga que ver con la ética del periodismo. De ahí que sea necesario e importante el que se complemente con la acción de los estatutos de redacción, los comités profesionales o los comités de redacción, por no citar el caso algo más marginal y menos conocido de los consejos de prensa. (Recogido en AA.VV., 1994: 108 y 109)

Todo esto pone de relieve que para que la cláusula de conciencia tenga pleno sentido hoy debe estar orientada también en gran medida hacia la deontología y la ética del periodismo, ámbitos que justifican sobradamente la independencia y autonomía de criterio del profesional de la información. Y como consecuencia obvia de ello, la cláusula debe buscar el oportuno complemento de su alcance y efectividad en las medidas de autorregulación.

4. LA CLÁUSULA DE CONCIENCIA EN LOS ESTATUTOS DE REDACCIÓN

Como acabamos de ver, la legislación sobre la cláusula debe complementarse con las medidas, el apoyo y la eficacia sumados de otros tantos mecanismos de autorregulación. En alguna forma esto ha venido ocurriendo ya, puesto que la cláusula de conciencia ha sido incorporada a los estatutos de redacción aprobados en algunos medios de comunicación bastante antes incluso de que se hubiera desarrollado legislativamente (27). Los cinco estatutos de la redacción existentes hasta hora en España [los de *El País* (aprobado en 1980), *La Voz de Galicia* (1988) —LVG en adelante—, *El Mundo* (1989), *El Periódico de Catalunya* (1993) —EPC en adelante— y Radiotelevisión Valenciana (1996) —RTVV en adelante—] dedican todos ellos un capítulo singular a la cláusula de conciencia.

Como acuerdos privados, los estatutos pueden contener compromisos que vayan más allá de lo establecido en la nueva LO sobre la cláusula (complementándola así), pero no pueden quedarse *más cortos* del alcance que esta nueva ley da a este derecho, ya que en tal caso serían nulos e inefectivos.

(27) También está recogida en otros lugares, como, por ejemplo el Convenio colectivo de la Agencia Europa Press, artículo 13 (v. APIE, 1996: 83) y el libro de estilo de la Agencia Efe, artículo 2.8 (AGENCIA EFE, 1988: 20).

Cada uno de los cinco estatutos de redacción dedica un capítulo a la cláusula, pero los paralelismos que se dan en otros apartados de estos documentos son quizás menores en éste. Pese a todo, hay una coincidencia genérica que de algún modo testimonia un acuerdo básico en torno a dicha figura. Los estatutos reflejan así un cierto avance en el sentido de la evolución deontológica señalada antes. Pero este avance es más tímido de lo que se podía esperar, ya que en las consideraciones que justifican la rescisión del contrato y salvo alguna excepción, se aprecia un apego al supuesto tradicional de modificación en la línea ideológica del medio, ampliada eso sí por lo general al conjunto de los principios editoriales del medio (28).

En todo caso, es importante no olvidar que estamos ante acuerdos negociados y aprobados por los profesionales y las empresas. Si tenemos esto presente, resulta relevante entonces hasta qué punto las empresas han aceptado compromisos que las alejan de su consideración de simples negocios, asumiendo que los periodistas que forman la redacción son profesionales cualificados, con una autonomía de criterio que debería ser reconocida y tenida en cuenta.

Derecho a retirar la firma

Todos los estatutos (29) contemplan como derecho del periodista (también de los operadores de cámara en RTVV) no poder ser obligado a firmar o poder retirar la firma de aquella información, elaborada por encargo o por propia iniciativa, que haya sufrido modificaciones en su contenido que no sean fruto de un acuerdo previo.

LVG añade que el profesional tampoco tiene que asumir las responsabilidades derivadas de su publicación. *EPC* recoge además otro supuesto destinado a salvaguardar los compromisos del periodista: en el caso de que la información proceda «de fuentes personales de un redactor» sólo se publicará si lo autoriza él cuando se produzcan modificaciones en su sentido o su contenido.

El Mundo ofrece más particularidades en este punto. Primero, recoge este derecho fuera del capítulo dedicado a la cláusula: en uno genérico sobre derechos y deberes del periodista. Añade en cambio que la retirada de la firma podrá hacerse también cuando la información «le cree un problema de conciencia»; mientras que deja de ser responsable de ella si la renuncia a la firma se comunica «formal y razonadamente al responsable del periódico y al Consejo de Redacción».

(28) Ampliación importante ya que dichos principios suelen contemplar alguna referencia explícita a los compromisos deontológicos del medio con una información rigurosa, veraz, ajena a intereses y presiones, etc.

(29) En lo que sigue, me refiero a cada estatuto por el nombre del medio en el que está vigente. Así, «en RTVV» o «para RTVV» deben leerse «en el Estatuto de RTVV».

Derecho a no colaborar

Todos los estatutos reconocen la facultad del periodista de negarse a colaborar o realizar un determinado trabajo en ciertos casos que cada estatuto precisa de forma diferente.

Para *El Mundo*, que de nuevo recoge este derecho en un capítulo diferente al de la cláusula, es cuando dicho trabajo contravenga el siguiente principio ideológico del periódico recogido en el propio Estatuto: «*El Mundo* rechazará, de modo tajante, la presión de cualquier persona, institución o grupo político, económico, ideológico, o religioso, que trate de poner la información al servicio de sus intereses.»

En el caso de RTVV se trata de un trabajo que vulnere «los principios del ordenamiento constitucional, la Ley de Creación de RTVV o violente su conciencia».

Para *EPC* se trata de informaciones «contrarias a sus convicciones [del redactor] o a los principios éticos y profesionales del periodismo». *EPC* es el único que exige que esa negativa se comunique por escrito y de forma razonada al Director y al Comité, siendo este último el que debe decidir si realmente concurren los supuestos que imposibilitan la colaboración.

El País y *LVG* hablan de un trabajo que el periodista «considere que vulnera los principios ideológicos [del medio] y violenta su conciencia profesional». Pero estos dos Estatutos destacan por algo mucho más fundamental: son los únicos que reconocen explícitamente este supuesto además como motivo para rescindir el contrato, con la consideración de despido improcedente. Lo que supone en cierta medida ampliar el único supuesto tradicional que tenía dicho efecto hasta ahora: el de cambio en la línea ideológica.

Cambio en la línea ideológica

Los estatutos recogen la posibilidad de invocar la cláusula cuando se produzca un cambio sustancial en la línea o los principios ideológicos o fundacionales de cada medio. Para ello este cambio tiene que afectar al profesional en «su libertad, honor (o dignidad) e independencia» (*El País*, *LVG* y *El Mundo*); o ser «incompatible con sus convicciones morales e ideológicas» (*EPC*).

Todos los estatutos contienen alguna referencia expresa (y por tanto escrita) a los principios ideológicos de cada medio, bien en el Preámbulo bien como un capítulo más. Este hecho es importante ya que puede hacer más fácil en su caso justificar o probar ante terceros que se ha producido un cambio en tales principios, evitando así una de las dificultades tradicionales a la hora de invocar la cláusula de conciencia: probar dicho cambio al no existir una formulación explícita de los mismos (30).

(30) «El cambio no se puede evaluar solamente según la apreciación subjetiva del periodista, sino también —y fundamentalmente— en función de los elementos objetivos que afectan a los periodistas y

Efectos

Todos los estatutos recogen como efecto del punto anterior la rescisión del contrato, con la indemnización máxima contemplada en la legislación por despido improcedente. El estatuto de *EPC* contempla la alternativa de recibir una anualidad de los ingresos que por todos los conceptos debería percibir el periodista, lo que constituye una medida destinada a los profesionales con pocos años de antigüedad en la empresa.

Además de este efecto, *El País*, *LVG*, *EPC* y *RTVV* señalan explícitamente que ningún profesional puede ser sancionado, trasladado o sufrir perjuicio laboral y profesional por invocar la cláusula de conciencia (31).

El País y *RTVV* recogen además un último efecto: en caso de que la cláusula de conciencia llegue a los tribunales, el medio se compromete a publicar o emitir en forma destacada la resolución judicial. Ésta es una medida muy importante a la hora de dar efectividad a la cláusula. En primer lugar supone que la empresa, con tal de evitar esta publicidad negativa para su credibilidad, tratará de llegar a algún acuerdo previo con el profesional, lo que refuerza la posición de éste. Y segundo y más importante, en caso de resolución judicial a su favor el profesional verá mantenido su crédito, al hacerlo público el propio medio en el que trabajaba y con el que se habría producido el conflicto.

Únicamente el Estatuto de *RTVV* hace referencia a la posibilidad de un «uso fraudulento» de la cláusula de conciencia, que será motivo de sanción determinada por el Comité de Redacción junto con los representantes de la Empresa. Dado que no puede ser privado de este derecho por un acuerdo privado, el profesional siempre podría apelar a los tribunales si no estuviera de acuerdo con esa consideración de fraudulenta de su invocación de la cláusula. En cualquier caso, no se ve muy claro el alcance de este punto del Estatuto de *RTVV* (y faltan casos para poder juzgarlo en la práctica).

Mediación del comité de redacción

Un punto importante de los estatutos es que todos conceden al Comité de Redacción la posibilidad de mediar en el conflicto entre el profesional y la empresa o la dirección, siempre que lo solicite cualquiera de ellos (32). Esta medida es una

al público lector» (CARRILLO, 1992: 112). En tal sentido hay que recalcar la importancia de que todos los medios tuvieran unos principios editoriales formulados lo más clara y detalladamente posible.

(31) Este punto parece destinado a los casos en que sólo esté en juego la negativa a firmar o realizar una información. Pero sería más fundamental aun en el caso de que la invocación de la cláusula de conciencia fuese llevada a los tribunales y desestimada por éstos; en tal caso, parece que el profesional no podría ser sancionado por la empresa, lo que supondría una importante garantía añadida a la hora de invocar la cláusula.

(32) En relación con esta labor mediadora, conviene señalar que el comité es elegido democrática-

buena prueba de la complementariedad entre los diferentes mecanismos de autorregulación y debería hacer ver a las empresas con mejores ojos la existencia de dichos comités: su mediación podría lograr que el conflicto se resolviese en el interior de la empresa, evitando el recurso a los tribunales con la consiguiente dilación, gastos, publicidad negativa, etc.

*Valoración colectiva y publicidad del cambio o la vulneración
de los principios editoriales*

Los estatutos, con la excepción de *LVG*, contemplan una última medida que podría dar mayor efectividad aún a la invocación de la cláusula en ciertos casos (si bien *El Mundo* y *EPC* sitúan la medida en un capítulo distinto al de ésta).

Se trata de la capacidad de la Asamblea de la Redacción para determinar mediante votación si se ha producido una posición editorial que vulnera:

- «su dignidad o imagen profesional» (*El País*);
- «los principios ideológicos del medio» (*El Mundo*);
- «algún principio de la Ley de Creación» (RTVV);
- «alguno de los derechos y deberes [de los profesionales] contenidos en el Estatuto o alguno de los principios fundacionales del diario» (*EPC*, que también abarca al «material informativo»).

Para ello tienen que estimar que se ha producido dicha vulneración al menos dos tercios de la redacción en *El País* y *El Mundo*, siendo suficiente la mayoría simple en *EPC*. En el caso de RTVV basta con que «la mitad más uno de una asamblea de como mínimo el 50 por 100 de la Redacción» considere que se ha producido dicha vulneración; lo que rebaja notablemente el porcentaje final de la redacción que debería estimarlo así.

En todos los casos, el Comité puede hacer pública lo más pronto posible su postura en las páginas o los informativos del medio. *El Mundo* exige que previamente haya habido un intento de acuerdo con la Dirección y el Consejo de Administración.

Si esto ocurriera estaríamos ante un importante aval para la invocación de la cláusula en uno de sus supuestos, ya que el juicio sobre el cambio de línea estaría avalado por el criterio cualificado de un colectivo importante de los profesionales del medio. Una vez más este tipo de medidas pone de relieve hasta qué punto la complementariedad con otros mecanismos de autorregulación y promoción de la deontología periodística (en este caso el del compromiso editorial asumido por el

mente por y entre los miembros de la redacción. Esta labor mediadora fue destacada por el portavoz de IU en su citada intervención: «en la fase previa (...) debería plantearse por el periodista la apelación a esa autorregulación a través de comités de redacción o comités profesionales, puesto que eso, en caso de litigio ante el juez, sería un elemento a valorar profundamente para el caso de que se produjese ese litigio, porque, al fin y al cabo, la cláusula de conciencia, con independencia de esta objetivación, es siempre un derecho individual» (recogido en AA.VV., 1994: 109).

medio y la empresa) podría dar mayor efectividad a la cláusula, incluso cuando ya se ha producido su desarrollo legislativo.

Dadas sus variaciones es difícil hacer balance del tratamiento de la cláusula en los estatutos existentes. Ciertamente, contemplan una *ampliación deontológica* del supuesto ideológico tradicional, sin ser igual de pronunciada en todos ellos y en ocasiones recogiendo los nuevos supuestos en apartados distintos al de la cláusula (33). En cualquier caso, sí que constituyen una aportación a la hora de complementar la cláusula y su efectividad desde el ámbito de la autorregulación, con medidas como la referencia explícita a los principios editoriales, el papel mediador del Comité de Redacción, el principio de publicidad aplicado a los conflictos internos y la valoración colectiva del cambio de línea. Precisamente en este sentido de complementariedad de la nueva LO y de su efectividad, los estatutos de redacción deben seguir jugando un papel esencial en el futuro.

5. CONCLUSIÓN

El sentido y alcance de la cláusula de conciencia en el futuro dependen en gran medida de se reconozca que el ejercicio del periodismo hoy no necesita el *aval* de la ideología para justificar la independencia y autonomía de criterio de los periodistas. Si la cláusula y su aplicación evolucionan en dirección al reconocimiento y protección de la dimensión deontológica del periodismo estará cumpliendo el objetivo de servicio al derecho a la información del público por el que fue incluida en la CE. La información y la comunicación tienen cada día un papel más trascendental en nuestras sociedades democráticas y complejas; y cualquier mecanismo destinado a promover la independencia de quienes trabajan para hacerlas realidad debe ser bien recibido, por mucho que no alcance por sí solo a resolver el gran número de los retos aquí planteados.

6. BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV. (1988): *El secreto profesional de los periodistas. Debate con Juan Luis Cebrián*, Madrid, Centro de Estudios Constitucionales.
- AA.VV. (1994): *La cláusula de conciencia y el secreto profesional de los periodistas*, Madrid, Centro de Estudios Constitucionales.
- ABRAMSON, JEFFREY B. (1990): «Four criticisms of press ethics», en LICHTENBERG, J. (ed.): *Democracy and the Mass Media*, Cambridge, Cambridge University Press, págs. 229-69.

(33) Aun siendo el primero, quizás sea el Estatuto de *El País* el que va más lejos en lo que se refiere a la cláusula de conciencia. Pero es relevante tener presente en este sentido que dicho Estatuto fue creado precisamente en un momento en el que se temía por un cambio en la línea del medio (v. CRUZ RUIZ, 1996: 109 y ss.).

- AGENCIA EFE (1988): *Normas Básicas para los Servicios Informativos*, Madrid, Agencia Efe.
- ASOCIACIÓN DE PERIODISTAS DE INFORMACIÓN ECONÓMICA (APIE) (1996): *Ética en la Información. Códigos de Conducta y Estatutos Profesionales (II)*, Madrid, APIE.
- AZNAR, HUGO (1996): «El compromiso ético de las empresas de comunicación: La función de los principios editoriales», *Comunicación y Estudios Universitarios*, núm. 6, págs. 119-128.
- BEL MALLEN, JOSÉ I., LORETO CORREDOIRA y PILAR COUSIDO (1992): *Derecho de la Información (I): Sujetos y medios*, Madrid, Colex.
- CARRILLO, MARC (1992): *La Clàusula de Consciència i el Secret Professional dels Periodistes*, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació.
- CONSEIL DE L'EUROPE (1993): «L'éthique du journalisme», Strasbourg, Conseil de L'Europe, Doc. núm. 6854.
- CONVERSESA LA PEDRERA, 3S. (1992): *Ètica i comunicació social*, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació.
- CRUZ RUIZ, JUAN (1996): *Una memoria de «El País». 20 años de vida en una redacción*, Madrid, Plaza y Janés.
- DAVARA, FRANCISCO JAVIER (1991): «Profesionales de la comunicación», en BENITO, A. (dir.): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*, Madrid, Ediciones Paulinas, págs. 1106-18.
- DERIEUX, EMMANUEL (1983): *Cuestiones ético-jurídicas de la Información*, Pamplona, EUNSA.
- DESANTES, JOSÉ M.º (1979): «Cláusula de conciencia, desde el ejemplo francés hasta su aplicación en España», *AEDE*, núm. 2, págs. 103-106.
- (1995): «La titularidad de la empresa informativa sobre el medio que difunde», *Comunicación y Sociedad*, vol. VIII, núm. 2, págs. 7-37.
- DESVOIS, JEAN MICHEL (1996): «El status de periodista en España, de 1898 a 1936: Nacimiento y consolidación de una profesión», *Comunicación y Estudios Universitarios*, núm. 6, págs. 33-46.
- HANLIN, BRUCE (1992): «Owners, editors and journalists», en BELSEY, A. and R. CHADWICK (eds.): *Ethical Issues in Journalism and the Media*, London y New York, Routledge, págs. 33-48.
- MENÉNDEZ ALZAMORA, MANUEL (1990): «El derecho a la cláusula de conciencia en el informador: aproximación a la configuración de la institución en nuestro ordenamiento jurídico», *Poder Judicial*, núm. espec. XIII, págs. 169-180.
- O'NEILL, JOHN (1992): «Journalism in the market place», en BELSEY, A. and R. CHADWICK (eds.): *Ethical Issues in Journalism and the Media*, London y New York, Routledge, págs. 15-32.
- SEOANE, M.º CRUZ (1996): «Los grandes diarios (1880-1936): empresas y público», *Comunicación y Estudios Universitarios*, núm. 6, págs. 47-57.
- SORIA, CARLOS (1989): *La crisis de identidad del periodista*, Barcelona, Mitre.
- TALLÓN, J. (1991): «Empresa periodística», en BENITO, A. (dir.): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*, Madrid, Ediciones Paulinas, págs. 460-79.
- VILLANUEVA, ERNESTO (1996): *Códigos europeos de ética periodística. Un análisis comparativo*, México, Fundación Manuel Buendía y Centre d'Investigació de la Comunicació.

