

COMUNICACIÓN 8

LA ÉTICA COMO BASE DEL DERECHO DE LA INFORMACIÓN

MANUEL FERNÁNDEZ AREAL

*Catedrático Emérito de Periodismo
(Universidad de Vigo)*

Pertenezco a una generación de juristas -recientemente hemos celebrado mi promoción las Bodas de Oro de la licenciatura en Derecho por la Universidad compostelana- para la que la formulación del enunciado de este trabajo hubiera podido ser considerada como una petición de principio. Para nosotros era evidente que el Derecho tiene que estar fundamentado en la Moral, que un Derecho sin base ética no es Derecho, aunque tenga algunas de las características o notas propias del Derecho, como la coercitividad de las normas vigentes, pero carente de auténtico contenido jurídico, porque el Derecho no puede ser identificado, sin más, con la norma positiva vigente.

Y, sin embargo, el tema es de “rabiosa” actualidad por varias razones, la primera de ellas y quizá la más importante, el desprestigio del Derecho como sistema de garantía de la Justicia, lo cual repercute muy vivamente en el desprestigio del Derecho de la Información como conjunto o sistema de normas y costumbres asentadas en principios de Derecho Natural.

Por otra parte, asistimos a un fariseísmo jurídico-político por parte de algunos poderosos países de tradición democrática y respetuoso reconocimiento del derecho a la comunicación y muy concretamente del derecho a la información del ciudadano, que no tienen el menor empacho en conculcar esos derechos con apelaciones a su propia seguridad nacional.

El caso es que la vinculación Derecho de la Información-Ética es cada día más difícil de establecer, entre otras nuevas razones, porque no son pocos los que se plantean la dificultad del reconocimiento de una Ética objetiva, que sirva para todos.

Quienes hemos defendido siempre que el Derecho es, sí, humano y social, pero sistema exigible por la sociedad misma para traducir en preceptos prácticos las

exigencias de la Justicia, y que la Justicia consiste, como ya querían Ulpiano y demás juristas romanos configuradores de lo que llamaría Tomás de Aquino el derecho justo, en dar a cada uno lo suyo, concebimos el Derecho de la Información como una elaboración racional hecha precisamente para garantizar que el ciudadano pueda recibir eso suyo que es la información necesaria, ejercitar ese derecho natural o fundamental a expresarse y relacionarse con los demás, a dar a conocer sus ideas, opiniones, puntos de vista, etc.

Una advertencia habría que hacer ahora, a la luz de la evolución de las disciplinas relacionadas con lo que entendemos por Comunicación Social. Todos nos entendemos cuando hablamos de Derecho de la Información, pero todos sabemos igualmente que hoy es necesario hablar de Derecho de la Comunicación o de la Comunicación Social para referirnos a todo cuanto haga referencia o se relacione con el derecho a expresarse, a recibir noticias de actualidad y difundirlas, a dialogar y opinar y tratar de difundir orientaciones, criterios, etc. El Derecho de la Información es una materia excesiva y rígidamente ceñida al ámbito de la noticia, es más, de la noticia de estricta actualidad -hechos- mientras que si hablamos, ampliando el horizonte, de Derecho de la Comunicación, nos estaremos refiriendo tanto al derecho a elaborar, recibir y transmitir noticias cuanto a la comunicación persuasiva -publicidad y propaganda- y a cualquier fenómeno que sirva para relacionar personas en orden a su vida en sociedad, sea o no a través de los clásicos medios masivos o medios de comunicación social.

Desde el punto de vista de la Ética, no es ocioso observar que, por ejemplo, hoy han ganado en importancia los códigos de conducta publicitaria o de relaciones públicas a los promulgados para la profesión periodística, aunque no sea más que desde el punto de vista de su observancia. En España, sin ir más lejos, la profesión publicitaria ha conseguido, sobre la base de códigos de conducta específicos, agruparse en defensa de su prestigio e imagen y erigir un Jurado de Ética publicitaria que funciona a modo de tribunal y está originando una jurisprudencia que, aun cuando privada, es decir, de aplicación obligatoria solamente para aquellas agencias y aquellos anunciantes que previamente se hayan comprometido a acatar las sentencias de este órgano, tiene una gran repercusión social. En tanto que los profesionales de la Información no han podido alcanzar el consenso necesario para una institución semejante, a pesar de la proliferación de códigos de determinados medios individualmente considerados, de la institución del Valedor del lector en algún caso igualmente aislado y de declaraciones solemnes de eticidad por parte de no pocos directores de medios.

TODO ES COMUNICACIÓN

Una vez más, he de manifestar mi convicción de que la Comunicación sigue siendo un fenómeno omnicompreensivo que, desde el punto de vista de la comunicación más o menos masiva pero entre varios, que es la que nos interesa a los técnicos, expertos,

profesionales y profesores de la materia, puede ser vista desde tres posiciones o, por mejor decir, puede ejercerse de tres modos: comunicación informativa, comunicación publicitaria, comunicación propagandística, y no solamente por la intencionalidad manifestada u oculta en cada uno de estos tres modos, sino por sus características configuradoras, que incluso requieren estilos distintos para elaborar los mensajes en cada uno de los casos. No es lo mismo una noticia que un anuncio o que un comunicado político.

Cuando los comunicadores profesionales tienden, en algunos casos, a la mixtificación y a hacer pasar, por ejemplo, por información lo que todo el mundo que pueda conocer el contenido podría calificar de mensaje interesado, están incumpliendo una elemental regla ética de su profesión, es decir, se están comportando deontológicamente mal al no perseguir la verdad en cada caso, y la Comunicación necesita de esa exigencia de verdad para que sea humana, racional, conveniente, útil para vivir en sociedad.

Si bien, por una parte hay como un tradicional menosprecio, por parte de los profesionales de la Información, hacia quienes practican otros modos comunicativos masivos, no faltan tampoco los que inducen a la confusión desde el campo publicitario, tratando de identificar comunicación con publicidad.

Pienso que sería más propio hablar de Derecho de la Comunicación en lugar de Derecho de la Información, si se tiene en cuenta la situación actual de la Información, la Propaganda, la Publicidad, las Relaciones Públicas y el Protocolo- como una herramienta de las Relaciones Públicas- y de la situación misma de los profesionales de estas tareas comunicativas, que suelen hoy ser comunicadores polivalentes, con formación académica habilitante para trabajar en campos diversos, como sujetos promotores de mensajes tanto informativos como persuasivos, aunque nunca simultáneamente y, por supuesto, ateniéndose en cada caso a las exigencias deontológicas de cada modo y de cada profesión, sin mixturas negativas para el público.

El tema queda claro si lo examinamos desde el punto de vista del receptor del mensaje, para quien todo será comunicación, pero que quiere, en unos casos, recibir mensajes puramente informativos y en otros desea conocer el pensamiento, la doctrina de alguien o de un grupo y en otros simplemente conocer las circunstancias, especificaciones y precios de un producto o cuál es el programa de un partido político, por ejemplo.

Cada día son más los que reconocen la importancia del público en el proceso comunicativo y el deber, por parte del profesional de la Comunicación, de atenerse a las reglas éticas de su profesión para hacer que el público reciba aquello a lo que tiene derecho, aún cuando ese derecho no estuviese formulado legalmente: hechos, la verdad, en el caso de la información; la verdad también, pero con ciertas posibilidades de énfasis en algunas características, cuando se trata de publicidad de productos o personas o cuando se difunden doctrinas o ideas, aún siendo todos conscientes de que,

en el terreno de las ideas, no se puede hablar propiamente de verdad, sino de juego limpio, como dice el profesor MARTINEZ ALBERTOS.¹

El tema sigue siendo objeto de estudio y de polémica. Recientemente, por ejemplo, GIRÓ, en su trabajo “Periódicos y construcción nacional”, parte, entre otras “proposiciones”, de una que es toda una acusación para los diarios catalanes que son su objeto de estudio y que formula así: “Los textos que publican los diarios pasan, en términos generales, por al menos cinco filtros. 1) no son contrarios a los intereses económicos de la empresa editora -incluidos los diversos accionistas-; 2) no son contrarios a los intereses de las empresas o instituciones que contratan publicidad en las páginas del diario, ni los diarios son publicaciones elaboradas de tal forma que en su seno no encajen los anuncios; 3) la mayor parte de las fuentes e información utilizadas por los diarios son gubernamentales o de las grandes empresas; 4) los gobiernos y las grandes empresas, además, son las instituciones que están mejor situadas para presionar a los periódicos en un sentido u otro, y 5) los diarios se ven constreñidos por la ideología dominante. Para acabarlo de redondear, como tendencia general, si algún redactor discrepa de la línea editorial de la publicación, le queda el recurso a la autocensura, si no desea verse relegado al archivo.”²

Por suerte, el público es cada día más culto, está más habituado a desentrañar el contenido de los mensajes, distingue más fácilmente entre los mensajes informativos y los que se presentan como tales y no lo son y, por otra parte, es cierto que no hay una objetividad absoluta, que los mensajes son elaborados por seres libres y que las influencias de todo tipo afectan a los profesionales de la Información en diverso grado y que hay profesionales honrados y otros que no lo son, como también hay jueces que se siguen guiando por la máxima de dar a cada uno lo suyo, de ser justos caiga quien caiga, según los clásicos “*tria iuris precepta*” del Derecho Romano: “*honeste vivere, alterum non delere, suum cuique tribuere*”, y otros que prevarican, como hay médicos que quieren curar y otros que buscan otros fines.

Pero el que no exista una Justicia absoluta, total, no nos puede llevar al pesimismo de pensar que no existe la Justicia. Lo que ocurre es que hay jueces

¹En mi libro *El público como sujeto activo en la producción de mensajes informativos* (Universidad de La Laguna, Santa Cruz de Tenerife, 1992) desarrollo ampliamente mi teoría sobre el papel que al público corresponde en la elaboración de los mensajes comunicativos, dado el peso de su interés como receptor activo, sobre la base de ejemplos de la prensa gallega. En cuanto a MARTÍNEZ ALBERTOS, su distinción entre hechos, que exigen una fidelidad absoluta en relación con la realidad que se trata de hacer llegar en forma de mensaje al público, y opinión, le ha llevado a formular su doctrina del “juego limpio en el comentario” por parte del profesional que opina sobre hechos ciertos. En las IIas Jornadas de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Universidad de Vigo, (Campus de Pontevedra), el profesor M. ALBERTOS hizo notar que en el caso de los mensajes informativos de contenido político “las sospechas de parcialidad y de sesgo interesado son más relevantes y consistentes que en otros supuestos, debido al uso interesado que los actores políticos hacen de los acontecimientos de los que ellos mismos son protagonistas.”(Puede verse su ponencia “La verdad comunicada, facticidad y acuración”, en el libro colectivo *La comunicación política*, Pontevedra 1996, pags. 79- 101).

²GIRÓ, Xavier, *Periódicos y construcción nacional*, en la revista ZER, num.12, mayo 2002, pgs. 79- 97.

justos y jueces injustos, y médicos que actúan profesionalmente de acuerdo con las normas éticas que les son exigibles y otros cuya conducta es no sólo éticamente reprochable, sino también judicialmente perseguible, aunque no en todos los casos se pueda obtener una sentencia condenatoria en su contra.

En el caso de los jueces inicuos, dice D'ORS que ante una sentencia injusta desfavorable para quien tiene razón y al preguntarse, si no se ha obtenido el reconocimiento de ese derecho, qué se puede hacer al haber agotado la vía judicial, acudiendo a los tribunales superiores de Justicia, hay que concluir que, de momento, no hay nada que hacer, lo mismo si se trata de hechos que de criterios de Justicia; pero que “el jurista creyente sabe que hay todavía una instancia más arriba, que es el Juicio de Dios, pues Dios es Juez, un Juez omnisciente, y, su juicio, absolutamente infalible, ineludible e inapelable”, es decir, contra “la ignorancia y las injusticias de los jueces supremos humanos no cabe más apelación que ante la justicia de Dios... El juez humano debe juzgar conforme a su conciencia y sin menospreciar los límites que legalmente se le imponen; pero, sobre todo, debe tener en consideración el criterio de las instancias superiores, pues éstas pueden revocar su sentencia. Así, es clarísimo que todo juez humano debe tener la máxima consideración por el Juicio Divino, que es el verdaderamente supremo.”³

Suele argumentarse, por parte de los pesimistas que llegan a la conclusión de que los profesionales de la comunicación social y muy concretamente los de la comunicación informativa, es decir, los periodistas, no dicen nunca la verdad y no hay forma de impedir sus actos deontológicamente reprochables, el mismo argumento: aquí abajo, hay tribunales ante los que se puede acudir en demanda del reconocimiento del derecho de quien se siente agraviado o injustamente tratado o aludido o menospreciado, con bastantes probabilidades de éxito; pero si los tribunales no le reconocen su derecho, no hay otra salida que remitirse al juicio divino. Aunque, sin embargo, y como veremos más adelante, los códigos de conducta profesional y el establecimiento de jurados éticos son una aportación importante en beneficio del público, una garantía de que se pueda obtener el respeto y el resarcimiento del daño, en su caso, cuando se ignoran o se vulneran derechos tan fundamentales de la persona como el de la propia honra, la propia imagen, etc.

Y esto porque, como afirma BRAJNOVIC, el ser humano, cualquiera que sea su grado de cultura y civilización, “posee un sentido ético o moral. Este sentido está estrechamente ligado a los actos volitivos, en cuanto los califica, con cierta seguridad, como buenos o como malos. Esta facultad innata de la persona humana forma y

³D'ORS, Alvaro, *Escritos varios sobre el Derecho en crisis*. Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Delegación de Roma, 1973, pgs. 49-52.

perfecciona poco a poco, a lo largo de su ejercicio práctico, lo que podemos llamar el criterio moral del hombre”.⁴

Es un hecho de experiencia que todos tenemos criterios, más o menos firmes, más o menos ciertos, de la bondad o negatividad de una acción, y una tendencia natural a juzgar las acciones de otros que nos afectan en atención a esos criterios, considerándolas buenas o malas, acertadas o desacertadas, correctas o incorrectas, éticamente ponderables o moralmente rechazables. Cuando se produce el conflicto entre la acción ajena y nuestros intereses personales lícitos, hará falta, en ocasiones, que juzgue un tercero, si los criterios no coinciden o si, aun consciente de la negatividad de su acción, el tercero actúa con intención torcida de perjudicarnos u ofendernos o simplemente incumple, en términos generales, sus deberes profesionales y alguien lo denuncia.

Todo eso cae dentro de la Ética y la Ética es base sobre la que el Derecho ha de construirse, porque el Derecho trata de dar a cada uno lo suyo, pues no deja de ser una construcción, un sistema para hacer práctica la Justicia que, según la formulación de ULPIANO consiste en una constante y permanente voluntad de dar a cada uno lo suyo. El Derecho trata de delimitar lo lícito y lo ilícito, lo justo y lo injusto, lo que se puede hacer, lo que no se puede hacer, lo que se debe hacer, lo que se debe evitar y lo que se puede o no hacer sin incurrir en responsabilidad.

Conviene recordar ahora que ya los juristas romanos, con su fina apreciación de las relaciones humanas, acuñaron el término “jurisprudencia”, la prudencia del Derecho, que, vista desde quien ha de valorar los hechos y esas relaciones entre seres humanos, lleva a calificar como “jurisperito” al que tiene el hábito de dar a cada uno lo que en Justicia le corresponde. En el ámbito de la comunicación social y muy concretamente en el de la comunicación informativa, es la verdad de los hechos noticiosos lo que corresponde al sujeto receptor de los mensajes que el profesional elabora para hacérselos llegar en su limpia facticidad. Hay un derecho del ciudadano a recibir la verdad y por eso dice DESANTES que en el profesional de la Información coinciden el derecho -como ciudadano- y el deber -como profesional- de informar y estar informado previamente para transmitir la verdad.

Con sentido ético de la existencia, con la consciencia de que hay conductas positivas y negativas moralmente hablando, con el criterio claro de que aun cuando se pueda no se debe hacer determinada acción y, por el contrario, que hay obligación, por ejemplo, de decir la verdad cuando se informa, pienso que hoy deberíamos empezar, para situar al Derecho de la Información en la perspectiva ética, por hacer referencia mejor al Derecho de la Comunicación, aunque no fuera más que porque hoy el profesional de la comunicación social es polivalente y, académicamente se trata de impartirle una formación que le habilite para

⁴BRAJNOVIC, Luka, *Deontología periodística*, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona 1978, pg. 21.

desempeñar cualquier tarea dentro de ese amplísimo campo de la Comunicación social, que lo puede llevar a trabajar en un gabinete de comunicación privado o público, en una agencia informativa, en un medio escrito o en la radio o la televisión o en una agencia de publicidad, y para ello es preciso que sepa y quiera distinguir claramente la tarea meramente informativa de las que pueden ser encuadradas dentro de la comunicación intencional o persuasiva.

Claro está que, para poder enseñarlo a los futuros comunicadores públicos, primero hay que verlo así y saber luego transmitirlo a los demás. Quiero decir que, antes que nada, parece fundamental que nos pongamos de acuerdo en que el primer criterio ético de nuestro Derecho especializado ha de ser el de distinguir entre Información, Publicidad y Propaganda, dentro del amplísimo fenómeno sociológico de la Comunicación.

COMUNICACIÓN

Si para KRIPPENDORF comunicación es “todo mensaje intercambiado entre interlocutores”, COSTA pone el acento en la importancia no del emisor del mensaje, sino del receptor.⁵

Tal y como hoy se entiende, la Comunicación social consiste en la emisión de mensajes desde un emisor a un receptor más o menos amplio, a través de unos medios que permiten esa difusión simultánea masiva, por lo que se fundamenta en un derecho del público, constitucionalmente reconocido en prácticamente todas las constituciones del mundo civilizado. Un derecho, en definitiva, del ciudadano en cuanto ser humano dotado de derechos y obligaciones por el hecho de haber nacido. Se trata de reconocer y proteger y garantizar el ejercicio de un derecho natural de la persona, uno de esos derechos que no tienen su origen en la naturaleza concreta e histórica de éste o de aquel hombre, sino en la naturaleza en cuanto tal, aquello que, como dice HÖFFNER en su Manual de Doctrina Social Cristiana, en todos los tiempos y culturas define metafísicamente al hombre en cuanto hombre.

El ser humano, en cuanto ciudadano de un país, tiene derecho jurídicamente protegido a conocer lo que pasa, lo que le puede afectar de alguna manera; pero fundamentalmente tiene derecho a relacionarse con los demás, como persona, como ser creado con una dignidad que ningún otro ser creado tiene, y exponer sus ideas, pensamientos y conocer lo que otros dicen y manifiestan y piensan y quieren manifestar y dar a conocer.

Sin embargo, y como recuerda CISNEROS, el concepto hoy más difundido de

⁵ KRIPPENDORFF, Klaus, *Metodología del análisis de contenido*. Paidós, Barcelona 1990, pg. 64. COSTA, Joan. *Comunicación corporativa y revolución de los servicios*. Ediciones Ciencias Sociales, Madrid 1995, pgs. 89- 92.

comunicación es el que la considera como persuasión y “su historia es muy larga, ya que va del siglo IV antes de nuestra era, con Aristóteles, al siglo XX con los sociólogos de Estados Unidos”.⁶

Pienso que la explicación, al menos la más inmediata o cercana de esa tendencia a identificar hoy comunicación y persuasión está fundamentalmente en el afán, por parte de los publicitarios, de lo que podríamos denominar una dignificación intelectual de su profesión, un ansia reivindicativa de la categoría científica de su actividad, sobre la base de los estudios teórico-prácticos de los cultivadores de la “*mass communication research*”, quienes tienden a desconocer el fenómeno de la comunicación informativa como actividad dirigida simplemente a dar a conocer, para poner el acento en la persuasión como arma de ataque.

Pero es de justicia consignar igualmente la actitud despreciativa, por parte de los profesionales de la información, en relación con las actividades comprendidas dentro del campo de la comunicación persuasiva, sin perjuicio -eso sí- de que no pocos periodistas, especialmente en España, se hayan dedicado y se dediquen a la publicidad, las relaciones públicas, los gabinetes supuestamente de información y en la práctica de imagen, etc.

Entiendo que lo que no es éticamente correcto es simultanear la información con la publicidad o la propaganda, pero uno y otros modos comunicativos son igualmente lícitos y nobles.

Si queremos analizar las relaciones entre Información y Ética o entre Comunicación social y Ética, parece adecuado, dado el confusionismo existente, dejar bien sentado qué entendemos por Comunicación y qué entendemos por Ética.

En España disponemos de un punto de vista legal muy aprovechable para esta necesidad, al tiempo que una jurisprudencia cada vez más esclarecedora. Es obligada la cita del artículo 20 de nuestra Constitución, que reconoce y protege los derechos a “expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción y creación literaria, artística, científica y técnica”(20,a); pero, en párrafo aparte, reconoce igualmente el derecho a “comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión”.

Sin utilizar una terminología precisa desde el punto de vista de la Teoría General de la Comunicación, lo cual quizá no le sea exigible al legislador en este caso, sí cabe decir que en este artículo se contiene:

- a) el reconocimiento del derecho a la comunicación en sentido amplio, comprensivo de todas las posibilidades de expresión del ciudadano.
- b) establece y fija los límites de ese derecho, al hacer referencia al respeto a los

⁶ CISNEROS, José. *El concepto de la comunicación: El cristal con que se mira*. AMBITOS, revista andaluza de comunicación, num. 7- 8, 2º semestre de 2001- 1er semestre de 2002, Sevilla 2002, pag. 52.

demás derechos reconocidos en el título correspondiente de la constitución y leyes de desarrollo, especialmente en el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia.

c) se otorga una relevancia especial a la comunicación informativa.

Soy de los que opinan que es preciso seguir separando la información de los modos comunicativos persuasivos, dirigidos a convencer, a la corta o a la larga. Pero soy también de los que entienden -desde el punto de vista práctico y desde el punto de vista de la formación de nuestros alumnos- que es hora ya de eliminar el antagonismo entre los profesionales de unas y otras actividades. Desde hace años, vengo tratando de inculcar a todos -docentes y discentes- el concepto de comunicador polivalente. Es decir, hay que formar profesionales capacitados para trabajar en cualquier medio y practicando cualquiera de los modos comunicativos, siempre y cuando tengan clara la especificidad de cada uno de ellos y las exigencias de cada modo, lo mismo que ocurre con cada medio. No es lo mismo redactar un mensaje informativo que un anuncio; pero tampoco es lo mismo hacerlo para un diario impreso que para un boletín informativo de radio o televisión, etc.⁷

Resumiendo: 1) No hay sociedad sin comunicación. 2) No hay comunicación sin alteridad. 3) Toda la vida del ser humano se resume precisamente en eso, en comunicación. 4) Cuando hablamos de Comunicación social a través de medios masivos o destinados a un público amplio hay que distinguir entre la que se hace por la mera transmisión de hechos -previa elaboración en forma de mensaje noticioso- sin intención de convencer, orientar, influir, sino simplemente por dar a conocer, de otros dos modos comunicativos que van dirigidos a provocar reacciones determinadas, que llevan una carga intencional y que se distinguen no sólo por la intención, sino también por la forma, lo cual tiene un interés especial desde el punto de vista ético, pues los mensajes informativos han de ser redactados y ofrecidos como tales y lo mismo los publicitarios o los propagandísticos. 5) Hoy es más adecuado formar comunicadores polivalentes que, conociendo las exigencias de cada modo comunicativo y de cada medio o soporte de los mensajes, sean capaces de trabajar en cualquier medio y en el ámbito de cualquiera de los modos.

INFORMACIÓN

DESANTES, por su parte, y refiriéndose exclusivamente a la comunicación informativa, habla del informador, el profesional de la información, como “núcleo

⁷Pueden verse, por ejemplo, como más recientes, mi trabajo *La formación académica de los nuevos comunicadores*, en el libro homenaje al prof. Andrés Romero Rubio, *Comunicação e opiniao pública*, Universidade Católica de Lisboa, 2001, pags. 409 a 429, o mi tratado *Cuestiones de Teoría General de la Comunicación*, Editorial Universitas, Madrid 2001.

personal en que coinciden derecho y deber” de informar.⁸ Y el deber de informar “implica valores éticos, deontológicos y jurídicos”.⁹ El hombre “tiene derecho a la información, porque ésta le es imprescindible para vivir en la comunidad a la que también tiene derecho y que constituye el ámbito de la comunicación.”¹⁰

Es especialmente interesante la clasificación de deberes de ese núcleo fundamental de la comunicación informativa en el que coinciden el derecho y el deber de informar, que hace este pionero del Derecho de la Información: deberes anteriores al acto informativo (autoevaluar la vocación informativa, de capacitación profesional, deber de cumplir los requisitos legales para dedicarse a ejercer la profesión informativa); deberes coetáneos al acto informativo (informativos, formativos, de realización del propio informador) y finalmente posteriores al acto informativo (de rectificación espontánea, de insertar una contestación a la información difundida, de mantener la información procedente, de secreto profesional).

Desde un punto de vista eminentemente práctico o realista, fruto de sus muchos años de ejercicio profesional, Lorenzo GOMIS aduce que “el periodista no suele ser un especialista. Y aun cuando esté más o menos especializado no hace más que resumir y presentar una información que procede de alguien más especializado que él, o con más especialistas en su entorno, que trata de hacer publicar desde un gabinete de prensa algo que considera importante y que ha traducido en términos de interés, para lo cual es posible que haya forzado un poquitín la realidad.”¹¹

Lo que sí parece cierto, a pesar de afirmaciones condenatorias y pesimistas de no pocos -y es curioso que en ocasiones las mayores críticas a la supuesta venalidad de los informadores provienen de políticos que buscan su corrupción con regalos, atenciones especiales, etc., con tal de obtener el favor del informador en forma de mensajes favorables a su persona o a su partido o grupo-, es que el profesional de la información trata de informar honradamente. He dicho en muchas ocasiones¹² que los periodistas, por regla general, quieren, desean, anhelan y buscan la verdad para trasmitirla a otros. Y hay que defender su presunción de inocencia de la misma manera que en el caso de otras profesiones.

Pero es un hecho de experiencia que hay periodistas que no difunden la verdad, que no son honrados, que no buscan informar. Un periodista que distorsiona la realidad intencionadamente es un periodista corrupto, luego es un mal periodista, porque la esencia de la profesión es precisamente decir lo que pasa, dar al público aquello a lo

⁸DESANTES- GUANTER, José María. *El deber profesional de informar*. Fundación Universitaria San Pablo CEU, Valencia 1988, pg. 11.

⁹Id., pg.12.

¹⁰Id., pg.19.

¹¹GOMIS, Lorenzo. *La ética y el derecho a la noticia*, en Estudios de Periodística 2, Sociedad Española de Periodística, Barcelona 1994, pgs 39- 46.

¹²Vid, por ejemplo, mi libro *La estructura democrática de la Información*, Pontevedra 1998.

que el público tiene derecho, la noticia verdadera. El *suum cuique tribuere*, de Ulpiano, se traduce, en el caso del informador, en: darle a tus lectores, radioyentes, televidentes, etc. la verdad de los hechos y, cuando te pida tu opinión, juega limpio, opina libremente sobre la base de los hechos ciertos, pero no lo engañes haciéndole tragar como información lo que es tu opinión, por muy valiosa que sea.

¿Y qué pasa cuando el informador ha querido actuar correctamente desde el punto de vista ético y desde el punto de vista jurídico, ha buscado la verdad y ha transmitido como tal verdad lo que acaba siendo falso? Me estoy refiriendo al caso, no hipotético, del informador que es engañado por sus fuentes, por lo que él acaba -sin querer- engañando a otros.

Puede que no se haya actuado con la diligencia necesaria, que se haya sido imprudente, que se haya confiado con exceso en la fuente... todos ellos son supuestos éticamente negativos, porque el profesional, en este caso el periodista, está obligado a poner la diligencia necesaria para obtener la certeza moral de que lo que va a suministrar como verdad, es verdad.

Propugna MARTÍNEZ ALBERTOS, consciente de esta realidad, la sustitución de la expresión "verdad informativa" por información hecha con la debida diligencia, con *accuratio*, es decir, buscando hacer bien lo que se está obligado a hacer.¹³ Ofa BEZUNARTEA recuerda que, en el caso del informador que se ocupa de información internacional, está muy claro que rara vez ha sido testigo de los hechos, por lo que su relato estará necesariamente mediatizado por quien le proporciona los datos, es decir, por sus fuentes de información, y que "la realidad que describe proviene de las versiones que le han proporcionado otros", sin que pueda ordinariamente "impedir que determinadas fuentes informativas intervengan de forma consciente e interesada en el relato, controlando el acceso a los datos o incluso tergiversándolos".¹⁴

Nuestro Tribunal Constitucional, ya en Sentencia 183/ 1995, de 11 de diciembre, dejó sentado que la "exigencia constitucional de la veracidad de la información, a la que se refiere el art. 20 1 d (de la Constitución) significa que el informador tiene un especial deber de contrastar las fuentes empleando la diligencia media exigible a un profesional".

Para BEL-CORREDOIRA-COUSIDO, "si se habla del Derecho de la Información, se está ante el fenómeno informativo como realidad"¹⁵. Pero realidad, en el terreno de la información, se traduce por veracidad. Si lo que se difunde, se transmite, se hace

¹³ MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis. *Norma y jurisprudencia respecto a la verdad informativa*, en Estudios de Periodística 2, 1994, pgs. 47- 62.

¹⁴ BEZUNARTEA, Ofa. *Problemas técnicos en el texto periodístico: las exigencias profesionales del rigor informativo*, en Estudios de Periodística 2, 1994, pgs. 25- 37.

¹⁵ BEL MALLÉN, Ignacio- CORREDOIRA Y ALFONSO, Loreto- COUSIDO, Pilar. *Derecho de la Información* (1), Colex, Madrid 1992, pg. 61.

llegar a otros como verdad, no lo es, no será la realidad lo que se contempla, luego no habrá información, sino otra cosa. Es decir, habrá comunicación, pero no información. Por ello, el primer deber, jurídicamente hablando, del profesional de la información es, en realidad, un deber ético: contar la verdad. Porque el Derecho de la información se fundamenta en principios morales éticos, que son el tuétano de los preceptos jurídicos.

El problema se plantea, en regímenes políticos dictatoriales, de control de la información desde el gobierno, cuando es el propio gobierno quien define la verdad y la delimita. Es decir, cuando el gobierno obliga a considerar como verdad su opinión o su ideología propia y la impone coactivamente a todos los medios, de suerte que el profesional no puede hacer y no hace realmente información, sino propaganda política.

No se trata, como sabemos, de una hipótesis de trabajo, sino de una angustiada situación que muchos padecemos durante los casi cuarenta años de control absoluto de fuentes, medios y profesionales por parte del régimen franquista.

Con ocasión de la jubilación administrativa del profesor DESANTES, primer catedrático de Derecho de la Información en la Universidad española, dejé constancia en su *liber amicorum* de mi pensamiento en torno a esta cuestión de la veracidad. En mi trabajo “El desconocimiento del derecho a la información, en vía administrativa”,¹⁶ decía, entre otras cosas, que el derecho a recibir la verdad, ese derecho subjetivo que hoy recogen todas las constituciones políticas, fue formulado por primera vez, si no estoy equivocado, por el Papa Juan XXIII en su encíclica “Pacem in terris”, cuando afirma que todo hombre tiene derecho a una información objetiva. Y que ese derecho natural de la persona, aunque proclamado sobreabundantemente es sobreabundantemente desconocido en la práctica por múltiples procedimientos. En España, hasta la entrada en vigor de la constitución de 1978, no se puede hablar en rigor de un reconocimiento pleno de tal derecho. Por supuesto que en el decreto Serrano Suñer de 1938, al proclamar en su artículo 1º que compete al estado la organización, vigilancia y control de la “institución nacional de la Prensa española” advierte claramente que no se reconoce el derecho subjetivo del ciudadano a la información, no sólo porque todo el proceso comunicativo- informativo queda en manos del gobierno, sino también porque, para reforzar la tesis estatista y totalitaria de ese gobierno, se considera a la Prensa como una “institución nacional”, ajena a la libertad de empresa y se instaura la censura previa y el régimen de “consignas”, mediante las que el gobierno hace llegar como verdad informativa su criterio, sus mensajes propagandísticos o solamente aquellas noticias que le interesa divulgar, y no las que puedan contrariar su política.

En realidad, un ilícito salto conceptual entre el orden lógico y el ontológico, lleva a los redactores del instrumento legal elaborado y promulgado en plena guerra civil -línea que se mantendría en plenitud hasta la ley Fraga de 1966 y luego

¹⁶En *Información y Derecho de la Información*, Homenaje al Profesor José María Desantes Guanter, Fragua, Madrid 1987, pgs. 267 a 297.

con ciertas atenuaciones- a configurar como verdad la opinión del gobierno o sus comunicados interesados. De esta suerte, la verdad que no coincida con las tesis gubernamentales, se convierte en mentira, desde el punto de vista legal, y es perseguida y serán castigados sus difusores. La paradoja de tal actitud es que, en el Preámbulo de la conocida como ley Serrano de Prensa de 1938, se afirma: "Es hoy cuando auténtica y solemnemente puede declararse la libertad de Prensa".

Menos cinismo o menos ingenuidad podríamos encontrar en la ley Fraga de 1966. En ella se parte de un principio contrario, al menos en la letra de la ley. Y así, si bien en el artículo primero se habla de libertad, en el segundo se establecen las limitaciones a esa libertad de información de una manera tan imprecisa, vaga y caprichosa, que vienen a anularla. Por si fuera poco, estas limitaciones pasaron íntegramente y sin tipificar, al código penal, por lo que se convirtió en delito, por ejemplo, la "falta de respeto" a los principios fundamentales del Movimiento, o la falta de respeto a los tribunales, etc. Dicha ley suprimió la censura previa, pero instauró la sibilina "consulta voluntaria", que eximía teóricamente de responsabilidad, pero que fue compatible en la práctica con sanciones administrativas y condenas judiciales, tanto ante los tribunales ordinarios como ante los tribunales militares, integrados por legos en Derecho, salvo el ponente jurídico militar. El "depósito previo", que obligaba a entregar al gobierno un cierto número de ejemplares antes de la salida a la luz pública de los medios impresos, sirvió para evitar esa salida, presionar para obtener cambios, etc. Desaparecieron las consignas por escrito en buena parte, pero se mantuvieron por teléfono, para no dejar huella. Se multiplicaron los expedientes administrativos a los directores de los medios, etc.

Como ya dije, es con la constitución actual cuando se puede hablar de auténtico reconocimiento del derecho subjetivo a la información y se establecen garantías bastantes para que el proceso comunicativo se pueda desarrollar en libertad.

Desde el punto de vista del profesional encargado de actuar ese proceso, como promotor de mensajes que luego han de llegar a un sujeto receptor amplio, más o menos masivo, pero siempre plural, la ley de Prensa de 1966 dedicó a la profesionalidad -salvo los artículos dedicados al director de publicación, pieza bisagra, concebida como tal por la ley, entre gobierno y empresa editora, dotada por tanto de privilegios especiales frente a su propia empresa, pero también estaba cargada de responsabilidades frente al Estado- un solo artículo, el 33, que remite la profesionalidad a un Estatuto que posteriormente habría de redactarse y que definió la tal profesionalidad por la inscripción en el Registro de Periodistas dependiente de la propia Dirección General de Prensa del Ministerio de Información, luego transferido a la Federación de Asociaciones de la Prensa (F.A.P.E.).

PRINCIPIOS MORALES

No es el momento de distinguir ahora con más precisión entre la Ética o moral natural y la Moral propiamente dicha, con un contenido digamos más sobrenatural. Sí me gustaría, sin embargo, dejar sentado que entiendo por Ética o Filosofía Moral la ciencia que estudia el

comportamiento humano a la luz de la razón natural, y recordemos que ya Cicerón llamaba “verdadera ley” a la recta razón, en concordancia con la naturaleza, difundida entre todos los hombres, estable y eterna. Baste decir que la Ética o la Moral como conjunto de principios básicos inspiradores de conducta es fuente a la que acude el Derecho para sancionar determinadas conductas, castigando las que considera nocivas, según un criterio previo ético o moral.

¿Cómo ha de comportarse el ser humano cuando se dirige a otros para comunicarles algo de modo simultáneo? Es decir, ¿cuáles han de ser las reglas de juego de la comunicación social y concretamente de la comunicación informativa?

¿Cuáles son los derechos y deberes que rigen la relación informador- informado, teniendo en cuenta que el informado no puede, no debe, adoptar una actitud meramente pasiva? El profesor ROMERO RUBIO, por ejemplo, en un trabajo probablemente póstumo -“Código para la comunicación informativa y opinativa”- recogido en el libro homenaje al igualmente fallecido prof. TALLÓN-, afirma que no se trata de algo que haya de importar sólo a los "profesionales de los medios y sistemas", sino como un todo que atañe también a las empresas de comunicación, a los públicos, a las entidades y organismos promotores de cualquier clase de información especializada o de comunicación aplicada”.¹⁷

Y es que el Derecho de la Comunicación o de la Información, como todo Derecho, hace referencia a relación entre partes, a conducta, a deberes y derechos en función de ese dar a cada uno lo suyo que constituye el núcleo de la Justicia -*constans et perpetua voluntas ius suum cuique tribuendi*-; y en la relación informativa, en el proceso sociológico en virtud del cual unos hacen llegar a otros mensajes de actualidad, el proceso afecta al promotor, al receptor, a los propietarios de los medios, al estado, a los tribunales de justicia y al público en general.

Según el Pontificio Consejo para las comunicaciones sociales, "el impacto de la comunicación social es enorme. Por medio de ella, la gente entra en contacto con otras personas y con acontecimientos, se forma sus opiniones y valores. No sólo se transmiten y reciben información e ideas a través de estos instrumentos, sino que a menudo las personas experimentan la vida misma como una experiencia de los medios de comunicación social”.¹⁸

La conclusión es obligada: el primer deber ético en el campo de la información es informar con verdad. Es más, sin verdad, no se puede hablar propiamente de información. Por eso, los profesionales que ya peinamos canas, los que hemos distinguido siempre -dentro de la Comunicación social como fenómeno omnicomprendivo- entre la información, digamos aséptica, y la propaganda o la publicidad como fenómenos persuasivos, seguimos insistiendo en la necesidad de mantener esa distinción, no sólo porque se trata de un

¹⁷ROMERO RUBIO, Andrés, en el libro homenaje al profesor José TALLÓN, “Estudios de empresa informativa”. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, 2000, pgs. 274- 275.

¹⁸Ética en las comunicaciones sociales, 4. VI. 2000.

principio deontológico, de un deber fundamental de la profesión de periodista, sino también por su utilidad social.

El diario LA VANGUARDIA, de Barcelona, en su libro de redacción y a modo de código ético, advierte a sus redactores que “Nunca debe olvidarse que, aunque una información vaya firmada, la responsabilidad última no es de su autor sino del propio periódico. No es ético aprovechar la tribuna que ofrecen las páginas del diario para entretener la información con opiniones subjetivas que vayan contra la tónica de mesura que nos es habitual”.

Aunque, como ya insinué, los periodistas españoles no han conseguido un grado de implicación de las empresas propietarias de los medios y de todos los profesionales idéntico, ni siquiera parecido al que sí han logrado los publicitarios, cabe señalar, como mero referente de un intento todavía no cuajado de autorregulación sobre la base de principios éticos, el Código Deontológico de la profesión periodística aprobado por la Asamblea general de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (F.A.P.E.) en Sevilla el día 28 de noviembre de 1994.

En su artículo 2º, el Código de la FAPE deja sentado que “el primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad”.

FORMACIÓN ACADÉMICA DE LOS NUEVOS COMUNICADORES

Todos cuantos de alguna manera intervenimos en la formación de profesionales de la Comunicación, estamos de acuerdo en la necesidad de una formación completa, que abarque los aspectos éticos de la profesión. No todos, por el contrario, partimos de la misma base en cuanto a la amplitud y características de esa formación ética.

Por mi parte, he venido manteniendo siempre el criterio de que una buena formación profesional, auténticamente profesional, que integre los principios deontológicos, que acostumbre al futuro profesional a distinguir y valorar los modos comunicativos, dando al público información cuando información, y persuasión cuando persuasión, es punto de partida para el ejercicio pleno y responsable del periodismo o de cualquiera de las maneras conocidas o que se puedan conocer de ejercer profesionalmente la Comunicación.

Ya en 1970, tuve ocasión de desarrollar mi pensamiento sobre la materia a nivel universitario¹⁹. En mis años de docencia y decanato en las Universidades de La Laguna y Vigo, traté de impulsar el convencimiento común de todo el profesorado -bien sabido es que los planes de estudios actuales exigen la adscripción de profesores de muy diversas áreas de conocimiento, no todos identificados con la verdadera naturaleza de la profesión de comunicador- en orden a llevar al ánimo del alumno la firmeza de los criterios deontológicos

¹⁹Bajo el título *Libertad en la formación de periodistas e informadores: la situación española*, en el libro colectivo *Los profesores de Periodismo*, Ediciones Universidad de Navarra, 1970, pgs. 195 a 210, se puede encontrar un análisis de las corrientes imperantes en aquellos años sobre formación de informadores y periodistas en general. Más recientemente, puede consultarse mi trabajo *La formación académica de los nuevos comunicadores*, en el libro homenaje al prof. ROMERO RUBIO, ya citado, o el capítulo XII, El profesional de la Comunicación, en mi libro, igualmente cit., *Cuestiones de Teoría General de la Comunicación*.

como base no sólo de su buena actuación futura sino también de su propio éxito profesional. La experiencia ha venido ratificándome la idea, compartida por muchos colegas, de que el ejercicio de la profesión asentado en la base firme de la distinción entre los modos comunicativos, con la idea clara de que es preciso transmitir la verdad y no engañar nunca al público, sujeto del derecho a la información -que obliga a todos, no solamente a los periodistas, ni sólo a los comunicadores- es, a la corta o a la larga, fuente inequívoca de prestigio, y el prestigio abre la llave del éxito. Lo cual no quiere decir que sea tarea fácil, pero sí que es obligada, necesaria y utilísima para la sociedad.

En este sentido, vengo afirmando repetidamente que una buena formación incluye necesariamente los criterios éticos y muy concretamente los deontológicos, deberes para ejercer bien la profesión, y que el principio fundamental y punto de partida de toda actuación en el campo de la Comunicación social es la necesidad de agotar las vías racionales y profesionales en busca de la verdad, hasta tener la certeza moral de haberla hallado, aunque no sea completa, porque, como afirma MUÑOZ MACHADO, y ha sido aceptado ya por la jurisprudencia, el derecho a informar por parte de quien tiene por profesión esa precisamente, la de informador, no queda excluido “cuando no exista posibilidad de probar de forma completa la verdad de los hechos”.²⁰

Medios y modos de comunicación colectiva (1994), El informador frente al Estado (1996), Información y mentira (1997), Las Relaciones Públicas vistas desde el empresario (1998), Hacia una publicidad veraz también en televisión (1999), etc., son parte de los muchos trabajos en los que he ido desgranando mi inquietud por afianzar la imagen del profesional de la Comunicación como un experto honrado, consciente de sus deberes, ante la injusta descalificación generalizada de quienes se dedican a la información, la dirección de gabinetes de comunicación, la publicidad o las Relaciones Públicas, por parte de quienes, en no pocas ocasiones, tratan incluso de sobornarlos, para acabar despreciándolos.

Pero donde más incisivamente he dejado plasmado mi pensamiento en este terreno ha sido, quizá, en “Principios para la buena formación de informadores”, de 1994.²¹

Permítaseme insistir en que sigo pensando en la necesidad y utilidad de mantener la separación entre hechos y opinión. El primer deber ético y jurídico de un comunicador en tanto que informador es el de respetar los hechos, huyendo del protagonismo o de la venalidad o del intento de favorecer a alguien, limitarse a narrar la verdad asimilada, para lo que habrá desarrollado una actividad de búsqueda proporcionada a su oficio.

Sigo pensando igualmente que el profesorado encargado de capacitar y formar a los nuevos comunicadores polivalentes, que habrán de ejercer el noble oficio de informar, conviene que tengan un conocimiento de la profesión lo suficientemente exacto como para no llenar al alumno la cabeza de teorías, modelos y perspectivas sociológicas muy interesantes, pero no siempre prácticas y, por el contrario, enseñarles y exhortarles a distinguir desde el comienzo entre la Información, la Propaganda y la Publicidad.

²⁰ MUÑOZ MACHADO, Santiago. *Libertad de Prensa y procesos por difamación II*, Ariel. Barcelona 1987, pg. 202.

²¹ En *Estudios de Periodística 3, ponencias y comunicaciones del IIIer Congreso de la Sociedad Española de Periodística*, pgs. 23- 36.