

Capítulo I

Marco Teórico

El objetivo de este capítulo es proporcionar un marco contextual del escenario de la prensa escrita en México y las características de la ética periodística. La siguiente sección describe la situación actual de la prensa mexicana y su responsabilidad social, asimismo propone una definición de ética, y explica las teorías que componen el discurso ético de la profesión periodística.

Los periodistas parecen tener graves problemas para conciliar la ética personal con su profesión, esto se debe a la dificultad a la que se enfrentan cuando descubren la fuerte contradicción que existe entre el periodismo como profesión y el periodismo como negocio. El segundo problema que hay es el convencimiento general de que la libertad de prensa es lo más importante, aunque eso signifique proteger al mal periodismo.

Según la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH): la libertad de expresión y de información, más que un derecho personal de quienes ejercen la profesión periodística, expresa y refleja el derecho de la sociedad para estar bien informada. He ahí la concepción generalizada de la importancia de la libertad de expresión en cuanto a que es el único camino por medio del cual la sociedad puede estar enterada del acontecer diario.

No obstante, en un discurso enviado al reciente Foro Internacional de Responsabilidad Jurídica de la Prensa celebrado en enero de 2003, José Luis

Soberanes, presidente de la CNDH, señala que a pesar de que se acepta el carácter inminentemente social y el impacto colectivo que conlleva el ejercicio del periodismo, los derechos y obligaciones jurídicas que tienen y asumen los profesionales de la información al ejercer su labor, siguen siendo un tema extenso y difícil de abordar en la sociedad y un motivo de debate que no siempre garantiza el llegar a resultados.

Guillermo Ibarra Ramírez, director del Programa de Agravios a Periodistas y Defensores Civiles de la CNDH dice: “el periodismo es profesión, oficio y servicio; su deber y esencia es la información, y su compromiso ético lo aleja por fuerza de la mentira, del silencio falaz, de la verdad a medias, de la sugerencia engañosa, de la distorsión, de la ambigüedad y del servilismo; al mismo tiempo que rechaza el sensacionalismo y la exageración, se cuida de no minimizar u ofuscar los hechos importantes”.

Habría que cuestionarnos entonces acerca de si los problemas del periodismo se deben a las fallas en que incurren los periodistas a la hora de actuar conforme a los valores básicos de su profesión, o si la falla recae más bien en los valores y principios mismos proclamados en los códigos éticos. Según Jeremmy Iggers en su libro *Good News, Bad News*, el problema fundamental no son los periodistas sino los estándares éticos sobre los cuales deben ejercer su profesión.

Es posible que un periodista sea ético y fiel a las normas que demanda su profesión, y aún así produzca un periodismo inútil y carente de significado, e incluso irresponsable y destructivo cuando se observa a la luz de la responsabilidad social de los medios de comunicación. (Iggers, 1998:5)

Los norteamericanos Jay Black, Bob Steele y Ralph Barney, figuras destacadas en el campo de la ética periodística, se reúnen en 1993 para publicar un manual de ética, los temas en los que se enfocan son los mismos que han preocupado a las distintas generaciones de periodistas durante décadas: precisión e imparcialidad, conflicto de intereses, engaño, plagio y relación entre los reporteros y sus fuentes.

El propósito de las normas que regulan la conducta diaria de los periodistas es asegurar el cumplimiento de la misión pública de la prensa. Esta misión consiste en informar al público acerca de los acontecimientos que suceden día a día, de tal manera que los individuos puedan participar activamente en la vida democrática. Por desgracia, los códigos y manuales de ética no son tan efectivos en la práctica; si preguntamos a los periodistas y reporteros acerca de las reglas que gobiernan el ejercicio de su profesión, seguramente encontraremos que muchos de ellos están en desacuerdo con ellas, e incluso algunas ni siquiera están estipuladas.

Es por ello que la ética sólo puede ser explorada a través del discurso de muchas voces (a veces discordantes), de editores, ombudsmen y reporteros, así como de libros y manuales.

oLa teoría de la responsabilidad social

La teoría de la responsabilidad social de la prensa ha sido considerada como base para establecer un sistema de ética periodística. Su premisa más importante sustenta que la libertad lleva consigo obligaciones, y la prensa está obligada a

desarrollar ciertas funciones esenciales en la comunicación masiva dentro de la sociedad contemporánea (Goodwin, 1983:16)

En el marco del Foro Internacional de Responsabilidad Jurídica de la Prensa, Federico Reyes Heróles opinaba al respecto que:

Todo ciudadano es en potencia un vigía social, pero qué ocurre cuando además el sujeto profesionalmente vive de comunicar, es decir de propiciar que la información fluya entre los ciudadanos. Su disposición a los hechos será mucho mayor, su capacidad de comunicar es también mayor y también lo será su responsabilidad. Que un ciudadano se equivoque en sus conjeturas tiene menos impacto que la difusión masiva de una precisión falsa.

Sobre el mismo tema el investigador Jesús Silva Herzog considera:

Esto (la discusión acerca de la responsabilidad jurídica de los medios) indica a mi parecer dos grandes avances, primero el que se supera ya esta idea de que la prensa, en tanto que encarna valores superiores, en tanto que encarna al pueblo, en tanto que somos nosotros los representantes auténticos del pueblo, tenemos el permiso de hacer lo que sea. No tiene pues esta idea del periodista por encima de la ley y no tiene tampoco esta idea de que el puro reflejo del mercado es el que va a controlar a los medios de comunicación. Esta creo que es una tentación frecuente, el pensar que los excesos de la prensa son curados por el propio espacio del mercado y que los medios de comunicación se controlan de manera autónoma, por sí mismos.

La teoría de la responsabilidad social surge en Estados Unidos, como resultado de un reporte elaborado en 1947 por la Comisión por la Libertad de Prensa, mejor conocida como la Comisión Hutchins, por su presidente Robert Hutchins. La idea central de esta teoría es que los medios masivos tienen la responsabilidad social de proporcionar información al público, información que los ciudadanos necesitan para participar activamente en la vida democrática.

Entre las responsabilidades identificadas por dicha comisión destaca la de proporcionar “una descripción completa y precisa de las noticias del día”; otras

responsabilidades incluyen proveer de un escenario para el intercambio de ideas entre individuos y grupos sociales, y ser un vehículo para la difusión de los valores que encarna la sociedad (Iggers, 1998). Relacionada con esta teoría del papel de la prensa, se encuentra la correspondiente teoría de la verdad, ésta hace especial énfasis en el concepto de objetividad. Los ciudadanos deben tener una descripción fidedigna del mundo y los eventos diarios para poder cumplir con sus obligaciones en una democracia.

Muchas de las fallas de los periodistas, a la hora de informar con responsabilidad, están directamente relacionadas con quiénes son y qué hacen los propietarios de los medios. La labor periodística sucumbe ante los intereses económicos. Todo discurso está determinado en cierta forma por los intereses, está motivado por el interés humano, es decir que no busca únicamente el bien común sino que más bien usa un discurso moral que lo ayuda a alcanzar ciertos objetivos personales. La ética periodística en este aspecto no es muy diferente a la ética legal, pero el periodismo es único en su capacidad para formar valores y moldear la opinión pública acerca de lo que debe y no debe ser en la sociedad. (Jesús Silva Herzog)

o El Mercado de la Prensa en México

Abordar el tema ético de la prensa implica necesariamente hacer mención del contexto económico en el que viven las organizaciones de los medios de comunicación impresos.

La idea tradicional de que la función del periódico es proporcionar una imagen fiel de los eventos diarios, se relaciona cada vez menos con la industria periodística moderna, la cual está dirigida por el mercado.

El periodista norteamericano Eugene Goodwin opina que un periódico debe de tener éxito como negocio para poder tener calidad en sus editoriales. Goodwin cita a James C. Thompson, director de la Fundación Nieman: “las organizaciones periodísticas deben de trabajar tanto para ganar dinero (o por lo menos para no perderlo) como para hacer el bien (para descubrir la injusticia) y así mejorar nuestra sociedad”. (Goodwin, 1983:50)

El negocio periodístico, a diferencia de otras empresas, obtiene la mayoría de sus utilidades no directamente del consumidor o del público, sino indirectamente por medio de los anuncios, los cuales representan del 60 al 100% de sus entradas. (Goodwin, 1983:48)

En México, sólo una minoría de la población posee el hábito de la lectura. Si tomamos en cuenta que el grueso de los habitantes alfabetizados prefiere leer novelas, historietas, cuentos populares y revistas de chismes del espectáculo, nos daremos cuenta que sólo una pequeña parte del público lector compra periódicos o revistas de contenido noticioso, y mucho menor aún es el sector que consume libros de contenido artístico, cultural y social.

En 1990 encontrábamos que los 25 periódicos que se publicaban entonces (incluyendo deportivos, especializados y vespertinos) estarían imprimiendo unos 751,000 ejemplares al día. Pero, descontando los que no se venden, tendríamos que los diarios de la Ciudad de México, tuvieron una circulación real de cerca de

450,000 ejemplares cada día. Menos de medio millón de ejemplares de todos los diarios en una ciudad de 17 millones de habitantes constituyen un contraste notable en comparación con los promedios de lectura de diarios en casi cualquier otra metrópoli importante del mundo. *The New York Times* tenía en 1994 una venta promedio, entre semana, de 1,187,000 ejemplares.

En el mercado nacional actual, el periódico *Reforma* junto con *El Universal* son los competidores más fuertes de los 34 diarios que se publican. En 2001 *El Universal* alcanzó una difusión de 170,356 ejemplares diarios. En el caso de *Reforma*, su tiraje se situaba en 2002, según estimaciones del sector, en torno a los 125,000 ejemplares diarios. Si se contabilizan las ediciones locales del Grupo Reforma en el resto del país, la circulación conjunta alcanza las 280,000 copias.

(<http://www.infoamerica.org>)

El factor económico moldea la industria periodística. El hecho de que los periódicos dependan del mercado hace que la investigación de mercados tenga una especial relevancia en el contexto actual. Existe presión para usar materia prima barata, hay presión por parte de los anunciantes, hay contenidos que son editados para evitar ofender a algún anunciante. En ocasiones la selección de notas es determinada por lo que los patrocinadores apoyan, y algunas secciones de los diarios son creadas con base en los grupos demográficos que se pueden atraer.

Como podemos observar, la investigación de mercado sustituye cada vez más los juicios de valor tradicionales al seleccionar una noticia. Si antes el objetivo de los periódicos era informar al público, ahora es servir al cliente.

A continuación se presenta una tabla indicadora del número de ejemplares diarios que vendieron los periódicos nacionales más importantes del país durante el año 2001:

Periódico	Tiraje declarado (2001)
El Universal*	170,356 (Domingos: 181,615)
Reforma	126,000 (NV)
El Financiero	135,000 (NV)
La Jornada*	106,471 (Domingos: 100,914)
El Sol de México	60,500 (NV)
Unomásuno	42,000 (NV)
Milenio	42,000 (NV)
Excélsior	8,700 (NV)

La tabla presenta el número de ejemplares diarios vendidos a nivel nacional.

NV: Tiraje no verificado.

* Periódicos con circulación diaria certificada.

** El periódico *El Heraldo de México* no proporcionó información sobre su tiraje.

1.3. La prensa mexicana

Si tratamos de aterrizar la discusión sobre la prensa mexicana al caso mexicano probablemente podríamos hacer un cuadro que retratará la desigualdad de los medios de comunicación. En estos tiempos todavía podemos observar un panorama desequilibrado y diverso de los medios en nuestro país. Según señalaba

Jesús Silva Herzog durante el Foro Internacional de Responsabilidad Jurídica de la prensa:

Si bien hay medios independientes económicamente, hay también medios que siguen colgando de las prebendas y de los contratos del poder público. Hay medios críticos, a veces ferozmente críticos, también siguen existiendo los medios serviles, y hay medios que empiezan su ruta a la profesionalización, también encontramos una abundancia de medios improvisados. Pero en cualquiera de los casos estamos viendo un territorio en donde el panorama está cambiando radicalmente, en donde ya no existe este panorama reciente en donde los medios eran prácticamente altavoces que magnificaban la voz del gobierno y los intereses dominantes, sino que tenemos un espacio en donde la libertad avanza, donde los espacios para la crítica se multiplican y se rompe definitivamente esa unilateralidad que existía en otros tiempos.

Sin duda es esta nueva libertad la que coloca a la prensa mexicana ante nuevos retos. El periodista polaco Richard Kapuzcinsky decía que justamente la libertad ponía la cuestión de la responsabilidad de los medios en un nuevo marco, él preguntaba cómo hay que escribir cuando no existe la censura. La nueva situación en la que existe una plena libertad de expresión plantea ante todo el problema de la responsabilidad por las palabras. De acuerdo con este periodista, la censura, que podía tener efectos siniestros para el desarrollo de la crítica y de la libertad de expresión, era una situación muy cómoda para los periodistas en cierto sentido porque la censura suprime la responsabilidad por lo que se dice.

Ahora cuando florece la libertad, dice Kapuzcinsky, abundan los periodistas que no entienden que la falta de censura no equivale a una libertad sin límites en lo que se escribe o dice, en cómo se escribe o se dice. Muchos periodistas parecen no entender que nadie les ha eximido de la responsabilidad por las palabras.

Es éste al parecer el contexto que vive la prensa mexicana actual. “Creo que en buena medida la primera observación que podríamos hacer es que la prensa si bien ha sido duramente crítica con nosotros, suele ser muy complaciente consigo

misma, la crítica suele dirigirse al otro pero hay una recepción prácticamente de cuerpo, una reacción de cuerpo cuando la crítica misma se dirige a la actuación de los medios de comunicación” (Jesús Silva Herzog)

1.4. El territorio actual del 4º poder

Según el balance anual del sitio Reporteros sin Fronteras (RSF), publicado a través de internet el 6 de enero de 2003, la libertad de prensa fue víctima de las tensiones internacionales en el año 2002, “la violencia política se abate sobre los periodistas, la lucha contra los terroristas amenaza a la libertad de prensa”. (http://www.rsf.org/article.php3?id_article=2693)

En el terreno internacional se registraron durante el año pasado: 25 periodistas muertos, al menos 692 detenidos, 1,420 agredidos y amenazados; y 389 medios de comunicación censurados. De forma comparativa, podemos mencionar que durante el 2001 hubo 31 periodistas muertos, 489 detenidos, 716 agredidos y 378 medios censurados.

A pesar de que, en relación con 2001, disminuyó el número de periodistas muertos y permaneció sin cambios el de medios de comunicación censurados, los demás indicadores aumentaron considerablemente. El número de periodistas detenidos aumentó en cerca de un 40%, y el de periodistas agredidos y amenazados en más de un 100%. Cada vez se encarcela a más periodistas en el mundo. Hasta el 1 de enero de 2003, 118 periodistas se encuentran en prisión por expresar su opinión o a causa de sus actividades profesionales.

(http://www.rsf.org/article.php3?id_article=2693)

En México se presentaron también casos de violencia en contra de periodistas. En Chiapas, el semanario Páginas fue víctima de disparos; asimismo una decena de reporteros fueron amenazados y detenidos en Morelos y el Estado de México. Robert Ménard, secretario general de RSF, ha denunciado "la multiplicación de los casos de agresiones, de amenazas y de detenciones de periodistas".

Por otra parte, en la docena de leyes antiterroristas aprobadas en el mundo en 2002 se encuentran artículos que cuestionan la confidencialidad de la información, y las fuentes de los periodistas. La protección de las fuentes ha sido uno de los temas de mayor contradicción durante el año.

(http://www.rsf.org/article.php3?id_article=2693)

A últimas fechas en nuestro país la justicia ha citado a siete periodistas para preguntarles sobre sus fuentes informativas. "Cuando los periodistas se ven obligados a revelar sus fuentes, ya nadie les confía informaciones. Y entonces lo que peligra es el derecho de la sociedad a estar informada", apunta Ménard, "el principio de la protección de las fuentes es la única garantía para un periodismo independiente de investigación".

No obstante los conflictos que se han mencionado, la revista *The Freedom House* publicó que la prensa mexicana se categorizó como totalmente libre a partir del año 2001. Por supuesto que se refiere únicamente a la prensa nacional, porque ya se ha visto que los casos locales de violencia contra periodistas siguen existiendo.

Recientemente el presidente Vicente Fox manifestó que no hay ninguna razón para no perseguir a los periodistas que publiquen informaciones conseguidas

ilegalmente. Por lo que las organizaciones periodísticas y de derechos humanos reaccionaron pidiendo que se incluya, en el Código de Procedimientos Penales mexicano, un artículo que proteja el secreto de las fuentes.

La CNDH ha declarado que “la violencia contra los periodistas es condenable no sólo porque pone en juego la integridad o la vida de un ser humano, también lo es porque atenta contra quienes hacen vigente y materializan el derecho a la información” (Guillermo Ibarra Ramírez).

La Comisión Nacional de Derechos Humanos considera a los periodistas, por esas razones, un grupo altamente vulnerable, y por lo mismo tiene un programa especial para atender los agravios de que pueden ser víctimas los integrantes de este gremio cuando ejercen su actividad. Homicidios, intentos de homicidios, lecciones, amenazas directas o indirectas, calumnias, violación al derecho de la libertad de expresión, intimidación y detención arbitraria son los principales y más frecuentes formas de agravios conocidas y documentadas en contra de los periodistas. (http://www.rsf.org/article.php3?id_article=2693)

Por todo lo que se ha expuesto anteriormente, sería conveniente concentrarnos en un asunto adyacente a esta responsabilidad social de los medios, específicamente de la prensa. La ética periodística es un tema clave que tiene que ver directamente con la responsabilidad de los periodistas por la calidad de los textos que se escriben, que se publican y por el tipo de mensaje que difunden.

1.5. Definición de Ética

La palabra “ética” deriva del vocablo griego *ethos* que en un sentido profundo se podría traducir como "el modo o forma de vida". Lo ético comprende la disposición del hombre en la vida, su carácter, costumbre y moral. Según este concepto, el carácter se logra mediante el hábito y no por naturaleza. Dichos hábitos nacen por la repetición de actos iguales, es decir, los hábitos son el principio intrínseco de los actos. (<http://www.ifs.csic.es/sociedad/aeefp.htm>)

Ética es la realidad y el saber que se relaciona con el comportamiento responsable donde entra en juego el concepto del bien o del mal del hombre. La ética florece a partir de los valores que nos dictan si algo está bien o mal, si es correcto o incorrecto, en un acto humano. (<http://www.ifs.csic.es/sociedad/aeefp.htm>). Nos insta a respetar la dignidad de las personas, a no hacer escarnio de los defectos ajenos ni discriminación por razones de raza, condición económica y social, creencias religiosas ni diferencias u opciones sexuales. Su significado adquiere mayor relevancia cuando el acto afecta a un tercero.

1.6. Ética Periodística

El discurso ético periodístico que toma lugar en la vida diaria es muy diferente al discurso teórico abstracto que podemos encontrar en los códigos de ética. La forma en que los reporteros escriben está determinada por las relaciones de poder y por las prioridades de las organizaciones para las que trabajan. Estas relaciones no están en equilibrio sino que están en constante conflicto. Es por ello que los valores institucionales del periodismo no descansan en un conjunto estático de reglas, sino que surgen de una combinación de prácticas variables. Una regla

surge de la práctica y el contexto, y está sujeta a la interpretación de situaciones concretas, una acción se convierte en tema ético cuando se vuelve problemático para el discurso ético.

Aunque los códigos éticos generalmente inician con un preámbulo acerca de la misión de la prensa, las reglas están más bien dirigidas a la prohibición de algún tipo de conducta o la descripción del límite entre lo que es o no permisible, más que a la definición de la excelencia periodística y sus prioridades. (Iggers, 1998)

Cuando los periodistas abordan el tema ético se basan principalmente en las distintas experiencias que han vivido, casos de conducta impropia o casos que representan un conflicto entre dos reglas periodísticas. Algunos ejemplos comunes pueden ser cubrir una noticia sobre la vida privada de un político, otorgar el derecho de confidencialidad de las fuentes, o poner en primera plana una fotografía que pueda incomodar a un sector determinado de la sociedad.

Según la teoría de la responsabilidad social, el público tiene el derecho a ser informado, y el periodista tiene la obligación de buscar dicha información para darla a conocer al público. Esto no está a discusión, no obstante el dilema aparece cuando se debe marcar el límite entre lo que es del interés público y lo que se hace únicamente por satisfacer la curiosidad de las masas.

Es común que cualesquiera que sean las normas éticas del periodismo siempre hay manera de justificar la publicación de alguna nota muy importante, aunque ésta sea éticamente ambigua.

Hay un gran número de teorías valiosas acerca de por qué los periodistas tienen tanta dificultad a la hora de articular una visión coherente de sus responsabilidades sociales. Una teoría, derivada del trabajo del filósofo Alasdair MacIntyre, explica que la incoherencia del discurso periodístico en cuanto a la ética profesional es meramente un reflejo de la incongruencia moral social. MacIntyre sugiere que esta incoherencia es resultado de una confusión filosófica producto del encuentro de diversas tradiciones incompatibles que compiten en el discurso público. (Iggers, 1998:27)

Otra teoría afirma que los periodistas simplemente no saben cómo abordar el tema de la ética profesional. Esta hipótesis, aunque podría ser cierta, no ofrece una explicación completa del discurso institucionalizado.

Se debe considerar también la posibilidad de que los periodistas utilicen el discurso moral para otros propósitos que no sean la investigación desinteresada propia de la naturaleza de su profesión. Estos propósitos pueden deformar el desarrollo de las teorías que se basan en la responsabilidad social de los medios. James Carey de la Universidad de Columbia explica a propósito de esta hipótesis que: 1) ni los periodistas, ni los filósofos saben cómo tratar el tema de la ética periodística; 2) los periodistas creen que el hecho de sostener una discusión pública acerca de la ética profesional puede llevar al establecimiento de una regulación mayor; 3) debido a que el periodismo es una actividad pública, la práctica periodística está más expuesta y por lo tanto está a la defensiva; 4) a diferencia de los doctores o los abogados, los periodistas no son profesionales independientes que sirven a un sólo individuo, sino que son trabajadores contratados por grandes organizaciones que están al servicio de un público heterogéneo.

Aunque el discurso diario de la ética periodística está lleno de contradicciones y omisiones, hay un conjunto subyacente de valores que dan forma al conocimiento periodístico y marcan sus propios límites. Los principios fundamentales expresados en los códigos éticos periodísticos supuestamente proporcionan una base sobre la cual se toman las decisiones éticas, no obstante estos principios son ambiguos y confusos, lo que afecta directamente la funcionalidad periodística.

Steve Geimann, presidente de la Sociedad de Periodistas Profesionales (SPJ, por sus siglas en inglés) explica que un código de ética no debe ser una lista de lo que se debe o no hacer; en vez de esto, un código ético debería comprender una serie de pautas que puedan ayudar a los periodistas responsables a ser aún más conscientes de su profesión y de su público. (Iggers, 1998:36)

En Estados Unidos recientemente ha surgido un grupo numeroso de críticos de la prensa, James Fallows, autor del bestseller titulado *Breaking the News: How the Media Undermine American Democracy*, argumenta que la prensa se ha vuelto arrogante, cínica, escandalosa y destructiva, dice que el periodismo ha adoptado un "sistema de estrellas" que ha resultado en la aparición de un tipo de periodista-celebridad cuyas características distorsionan la labor tradicional periodística. "Los periodistas de ideas ingeniosas y sarcásticas bien pueden convertirse en una celebridad del género talk show, lo que lo puede llevar a conseguir contratos para escribir libros o dar conferencias" (Iggers, 1998:37)

Otro crítico americano, Noam Chomsky, opina sobre este tema que la prensa se ha convertido en poco más que un órgano propagandístico al servicio de la élite social.

Como podemos observar, la concepción acerca de lo que es y debe hacer la prensa (acerca de quiénes son y qué hacen los periodistas) no es uniforme, por lo tanto no existe un consenso a la hora de definir lo que es bueno o malo cuando se ejerce la labor periodística. Incluso las mismas leyes no terminan de convenir los derechos y límites de los responsables de la información; no obstante, las garantías estipuladas en los estatutos de los distintos países mencionan la obligación de los gobiernos de permitir el libre flujo de información entre los ciudadanos.

1.7. Marco Legal

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos inscribe, con respecto al derecho a la información y la libertad de expresión, dos artículos incluidos en el Título Primero acerca de las garantías individuales de los ciudadanos mexicanos:

Art. 6º: La manifestación de ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho a la información será garantizado por el Estado.

Art. 7º: Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito.

Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que, so pretexto de las denuncias por delitos de prensa, sean encarcelados los expendedores, “papeleros”, operarios y demás empleados del establecimiento de donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquellos.

En contraparte el Código Penal Federal señala en el artículo 225 fracción 28, que: “es un delito dar a conocer, a quien no tenga derecho, documentos, constancias o información que obren en una averiguación previa o en un proceso penal, y que por disposición de la ley o resolución de la autoridad judicial, sean confidenciales”.

La Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, por su parte, dispone en el Capítulo III, acerca de la información reservada y confidencial:

Artículo 13. Como información reservada podrá clasificarse aquella cuya difusión pueda:

- I. Comprometer la seguridad nacional, la seguridad pública o la defensa nacional;
- II. Menoscabar la conducción de las negociaciones o bien, de las relaciones internacionales, incluida aquella información que otros estados u organismos internacionales entreguen con carácter de confidencial al Estado Mexicano;
- III. Dañar la estabilidad financiera, económica o monetaria del país;
- IV. Poner en riesgo la vida, la seguridad o la salud de cualquier persona, o

V. Causar un serio perjuicio a las actividades de verificación del cumplimiento de las leyes, prevención o persecución de los delitos, la impartición de la justicia, la recaudación de las contribuciones, las operaciones de control migratorio, las estrategias procesales en procesos judiciales o administrativos mientras las resoluciones no causen estado.

Artículo 14. También se considerará como información reservada:

- I. La que por disposición expresa de una Ley sea considerada confidencial, reservada, comercial reservada o gubernamental confidencial;
- II. Los secretos comercial, industrial, fiscal, bancario, fiduciario u otro considerado como tal por una disposición legal;
- III. Las averiguaciones previas;
- IV. Los expedientes judiciales o de los procedimientos administrativos seguidos en forma de juicio en tanto no hayan causado estado;
- V. Los procedimientos de responsabilidad de los servidores públicos, en tanto no se haya dictado la resolución administrativa o la jurisdiccional definitiva, o
- VI. La que contenga las opiniones, recomendaciones o puntos de vista que formen parte del proceso deliberativo de los servidores públicos, hasta en tanto no sea adoptada la decisión definitiva, la cual deberá estar documentada.

Cuando concluya el periodo de reserva o las causas que hayan dado origen a la reserva de la información a que se refieren las fracciones III y IV de este artículo, dicha información podrá ser pública, protegiendo la información confidencial que en ella se contenga.

No podrá invocarse el carácter de reservado cuando se trate de la investigación de violaciones graves de derechos fundamentales o delitos de a la humanidad.

1.8. Función del periodista: valores éticos

En la realización de sus tareas informativas los medios de comunicación mexicanos hacen valer dos garantías constitucionales: ejercen su libertad de expresión establecida en el artículo sexto constitucional que se aplica a todos los ciudadanos; y ponen en práctica el artículo séptimo que garantiza la libertad de prensa de los propietarios de los medios de comunicación.

Es innegable que llevar a cabo la tarea informativa implica cumplir con las obligaciones correspondientes al área de trabajo. En esta práctica, entran en juego los actos y juicios del hombre avalados por su conciencia moral. El análisis de estos aspectos corresponde a la ética porque se centra especialmente en el contenido y en la honradez tanto de las actividades personales como profesionales. En toda profesión se conjugan distintas maneras de actuar de acuerdo a perspectivas e intereses personales; pero dichos comportamientos repercuten en el respeto que se tiene hacia la profesión misma.

Hablar de la ética en los medios de comunicación implica recordar que la información no puede existir sin informador y que éste no se puede desprender de su conciencia. Un comunicador puede encontrarse ante una disyuntiva: a) respetar su compromiso con la verdad independientemente de las consecuencias, y b) ocultar la verdad por las consecuencias personales o sociales que puede tener su

difusión. Pero, ¿qué resulta más conveniente al público que recurre a los medios – sean impresos o electrónicos– para informarse de qué ocurre cada día?

Para contestar ambas preguntas bastaría mostrar un ejemplo. Quim Gil menciona en sus estudios un caso:

En noviembre de 1995, el periódico Reforma publicó una carta que Ernesto Zedillo envió a Luis Donald Colosio, entonces candidato a la presidencia de la República por el partido en el gobierno, dos días antes de su asesinato. Zedillo era entonces el coordinador de su campaña; este hecho suscitó polémica. El ahora presidente Zedillo afirmó que lo realizado por Reforma fue una falta de ética en el quehacer periodístico porque los medios por los cuales consiguieron esa información no eran admisibles. El periódico Reforma se defendió diciendo que dos de los compromisos de la empresa eran difundir la verdad y respetar el derecho a la información de los mexicanos; y que por lo tanto no había incurrido en falta alguna y que por el contrario, había cumplido con dos de sus principales lineamientos éticos. (Gil, 1999)

El ejemplo anterior permite darse cuenta de que tratar el tema de la ética en los medios masivos de comunicación es complicado porque se van a encontrar tantas actitudes y puntos de vista como personajes involucrados en el tema, ya que cada uno de ellos interpreta su comportamiento de acuerdo con el conjunto de principios y valores que rigen su desarrollo personal y profesional.

El deber de los periodistas, de acuerdo con el Código Ético de la SPJ, es favorecer la justicia y la democracia a través de la búsqueda de la verdad, y proporcionar una imagen fiel y justa de los acontecimientos y contenidos. Este código, creado en 1926, tuvo una primera revisión en 1973 y fue modificado nuevamente en 1984, 1987 y 1996. En su más reciente reforma, el Comité de Ética de la SPJ ha reducido sus normas básicas a cuatro principios:

❖ Observar la realidad y reportarla

- ❖Aminorar el daño. Evitar actuar en perjuicio de las víctimas, fuentes o cualquier otro individuo.
- ❖Ser independiente. No dejarse influir por la opinión o interpretación de las fuentes y otros agentes externos.
- ❖Ser responsable

Versiones anteriores de este código llamaban a los periodistas a actuar con inteligencia, objetividad, precisión y justicia, pero la revisión más reciente excluye toda mención de objetividad, en vez de ello, sugiere servir al público con exactitud y honestidad.

Sin duda el método más eficaz para aprender ética periodística sigue siendo la práctica diaria. Los periodistas se enfrentan continuamente a problemas acerca de la forma en que deben hacer su trabajo, de estos conflictos surge una discusión de la que se deriva un poco de lo que se planteaban los precursores de la ética de los medios de comunicación en la segunda década del siglo XX.

Para llegar a un consenso acerca de los valores éticos que deben incluirse en el discurso periodístico, es necesario observar lo que se ha escrito en los códigos anteriores, escuchar las distintas voces que participan en el proceso de información, y al mismo tiempo analizar los casos que se presentan en torno a este tema. Asimismo, es importante señalar los derechos, las obligaciones, y los límites de los profesionales de la información, no se trata de que el periodista sea un privilegiado de la sociedad y la ley por su calidad de informador, sino de que asuma las responsabilidades civiles y sociales que su labor comprende.