

# **ÉTICA Y DEONTOLOGÍA**

## **CURSO 2009-2010**

Magdalena Adrover Gayá  
2º Comunicación Audiovisual

## ÍNDICE

<b>Tema 1: Naturaleza de la ética como disciplina filosófica</b> .....	<b>4</b>
<b>Tema 2: Teoría de la acción voluntaria</b> .....	<b>8</b>
<b>Tema 3: Fuentes de moralidad</b> .....	<b>14</b>
<b>Tema 4: La libertad</b> .....	<b>16</b>
<b>Tema 5: La conciencia</b> .....	<b>20</b>
<b>ANEXO I: El laberinto informativo: Una salida ética</b> .....	<b>23</b>
El aprendizaje de la ética .....	24
Hacia una ética informativa abierta .....	28
Enfermedades síquicas de la ética de las empresas informativas .....	32
*La ética en las organizaciones informativas.....	37
*La ética de las relaciones públicas .....	42
La armonización entre el derecho a la información y los demás derechos humanos .....	45
La pasión de dar la vida** .....	46
*La información de lo público, lo privado y lo íntimo.....	49
Informar con honor** .....	52
*La ética de los procedimientos .....	55
*La ética de las noticias.....	61
*La ética de la ficción en la comunicación audiovisual** .....	66
*Perspectiva ética de la información publicitaria .....	68
*La legitimidad del periodismo de denuncia** .....	74
*Información en los tiempos de catástrofes** .....	82
*Las tentaciones del fotoperiodismo** .....	90
*Dilemas éticos de la comunicación local** .....	93
*La información de la violencia** .....	98
*La minoría de edad informativa** .....	102
*Deberes posteriores a los actos informativos** .....	104
*Están en el programa	**Textos no revisados
<b>ANEXO II: Ética: cuestiones fundamentales</b> .....	<b>108</b>
Ética filosófica .....	109
Educación .....	110
Formación .....	111
Justicia .....	113
Convicción y responsabilidad .....	115
El individuo .....	117
Lo absoluto .....	119
Serenidad .....	121

## TEMA 1: NATURALEZA DE LA ÉTICA COMO DISCIPLINA FILOSÓFICA

En la actualidad, la ética se ha relegado, no parece algo prioritario a resolver. Otras legalidades (del mercado, biológica) la han suplantado. Parece que la ética no tiene influencia en los problemas humanos. Pero la ética se resiste a morir (reivindicación). Se está dando un resurgimiento de las cuestiones éticas.

¿Qué le pasa al humano, a la persona? ¿Por qué la ética le compete al hombre? ¿Por qué la ética influye en una profesión? Un humano no se adapta al medio, transforma el mundo (puede también destruirlo). Todo en el hombre tiene una dimensión ética, todo es fruto de una libertad.

Sólo la persona trabaja, no es un autómatas, es fruto de decisiones libres. El suyo es, por propia naturaleza, un trabajo ético.

Es importante caer en la cuenta de la importancia de la ética, pero no podemos ver la ética como un manual de instrucciones; hoy en día se da un intento de reducirla a una ley más (ej.: “10 pasos para ser feliz”), ya que las leyes, cuando se conocen, son fáciles de controlar. Pero la ética escapa a ese control (“Sólo el que es justo puede impartir justicia”).

El periodismo es una profesión liberal (¿cuándo una noticia debe publicarse?). Al dar la noticia, el periodista da también un punto de vista. Importancia de ver los límites humanos en el hacer de la información.

¿La crisis responde a una crisis de valores? No es sólo una cuestión económica.

En todo el hacer humano, no todo lo que se puede hacer se debe hacer. Y eso es la ética. En la vida, ser ético no es fácil. Si un periodista no es ético, es probable que no sea un buen periodista. Los medios de comunicación no son sólo medios técnicos, sino también humanos. Tras ellos siempre hay personas.

El paradigma de lo objetivo tiene que ser sustituido.

¿Hay un bien dominante? ¿es posible el bien en términos absolutos?

Seguir la moral dominante es un contrasentido. Periodistas destacados de la historia se la saltaron. En la ética, cada uno es responsable, aunque no se trate de “yo marco mi propia ética”, hay que tener un código propio.

Ejemplo: hijas de zapatero, ¿falta de profesionalidad de los periodistas o de los asesores? ¿hasta qué punto un famoso que vende su intimidad deja de tenerla?

### 1.- Naturaleza de la ética

La ética es una disciplina filosófica que estudia la vida moral del hombre en su comportamiento libre.

¿Por qué se reconoce como una disciplina filosófica? ¿Cuáles son esos elementos que configuran la disciplina filosófica? Una disciplina filosófica se caracteriza por tener una referencia al ser, un conocimiento por causas y una visión global.

- La referencia al ser está presente porque en la ética (y todas las ciencias) se presupone el objeto como algo propio. El ser entra a formar parte del objeto de estudio, distinguiéndose la buena y la mala actuación del individuo. El hombre tiene vida moral.

- El conocimiento por causas y la visión global se fundamentan en que a la filosofía le interesan las causas últimas y la visión global, no lo concreto. La ética no se conforma con una explicación simple, tiende a la totalidad, no a lo local; y por ello se distingue del conocimiento moral espontáneo. Ética y conocimiento espontáneo se relacionan pero no son equiparables.

## 2.- Origen de la ética

La palabra “ética” proviene del griego *ethos* (carácter, modo de ser, costumbre...), y la palabra “moral”, proviene del latín *mos moris* (costumbre). Aristóteles fue el primero en hablar de la ética.

Tiene que ver con la manera de ser que una persona va adquiriendo a lo largo de su vida. La ética, a diferencia de otras disciplinas filosóficas, no sólo es un tratado teórico sino que tiene una dimensión práctica.

Se refiere a las actuaciones humanas y a la moral, pero no sólo para presentarlas, sino también para dirigir las.

## 3.- Objeto de la ética

El objeto material se refiere a lo que se estudia y el objeto formal es el punto de vista desde el que se estudia. El objeto material de la ética son los actos humanos. Hay que distinguir entre los actos humanos (conscientes, informados por la libertad, se pueden hacer o no en función de la voluntad) y los actos del hombre (inconscientes: respirar, pestañear...).

El objeto formal de la ética es aquello según lo cual los actos humanos son calificados de buenos o malos, es decir, la moralidad.

La moralidad es aquello que nos permite calificar los actos humanos de buenos o malos. No se puede identificar con las cualidades que tenga la persona (sangre fría) ni con la perfección técnica (crimen perfecto); es decir, que la bondad moral no se identifica ni con las cualidades personales de quien actúa ni con la perfección técnica de la acción.

A la ética le compete una bondad o maldad que tienen en sí mismas un sentido absoluto. Es el bien o el mal que las acciones poseen en cuanto a humanas, por eso afectan a las personas en su totalidad.

**(Speamann, 1)**

## 4.- La ética como ciencia

El estatuto científico de la ética la conforma como una ciencia práctica, especulativa y normativa.

- Es práctica porque la moralidad de los actos humanos es objeto de realización, no sólo de especulación. Como en las ciencias prácticas, es importante articular los principios generales con la aplicación concreta en el caso. La ética tiene un grado de practicidad variable: hay cosas que nunca deben hacerse y cosas que deben hacerse siempre.
- Es una ciencia especulativa porque los juicios y normas técnicas han de ser racionales y filosóficamente fundamentales. La ética, como saber práctico, necesita el complemento de la prudencia. Además, nos proporciona criterios de actuación.
- Es normativa porque los juicios y las normas éticas poseen un valor absoluto, un valor que está en la raíz del valor de las otras ciencias.

Sin embargo, la ética depende mucho del concepto de hombre desde el que se parta. En la ética es muy importante la relación entre lo universal y lo particular, y es necesario articular los principios generales con la aplicación concreta de los diversos casos. Puede darse conocimiento científico de cuestiones éticas, un análisis; pero hay que distinguir el conocimiento aséptico de la ética para vivir.

¿Puede haber distintas éticas? No todos los sistemas éticos tienen la misma valoración.

¿Cuál es la base sobre la que podemos coincidir? Vamos a fiarnos del sentido común y a estructurarlo: principio de no contradicción. Tendemos a hacer el bien y evitar el mal. Si nos paramos a pensar, incluso podemos darnos cuenta de que el otro está equivocado. No está de moda pensar, vamos haciendo.

El punto de vista de la ética es su bondad moral.

La ética es un juicio de conclusión. Intervienen principios lógicos, la formación recta de la conciencia: espontaneidad y razón se articulan, siempre se puede y debe dar razón del juicio moral, existe una gran importancia del elemento afectivo (querer hacer el bien).

El grado de practicidad de la ética tiene una peculiaridad: está claro lo que no debe hacerse, pero no está claro lo que puede hacerse. La ética depende en cierto sentido de las coordenadas filosóficas en las que se interna.

El punto de partida de la reflexión ética no es otro que la experiencia moral, que es diferente a la experiencia de la moralidad. La experiencia moral se refiere a la actividad espontánea con la que nuestra razón práctica dirige las operaciones voluntarias desde el punto de vista del bien, es decir, el juicio moral propio de cada individuo que dictamina si lo que está haciendo está bien o mal.

La ética filosófica reflexiona sobre la actividad espontánea de la razón práctica para comprender su sentido y para esclarecer sus criterios y motivaciones. Es necesario un equilibrio entre ética y vida moral, para no justificar cualquier cosa o dar un estatuto moral a cualquier práctica común.

## **5.- Fundamentación filosófica de la moral**

La diferencia entre los sistemas ético-filosóficos no depende de la solución de los problemas, sino de las bases filosóficas de orden general desde las que estos problemas son planteados: empirismo, filosofía trascendental, fenomenología,...

## **6.- Aspectos de metodología ética**

La ética utiliza un método compositivo, que consiste en la iluminación de realidades y situaciones particulares y complejas a través de la aplicación de principios éticos más simples y universales. Comprende un proceso lógico-deductivo y también conocimientos experimentales.

El razonamiento ético debe ser también persuasivo. Se dirige a hombres libres que sienten el atractivo del bien y de lo que aparece como bien.

## **7.- Diferencias entre la ética y otras disciplinas científicas**

¿En qué se diferencia la ética de otras disciplinas? Se distinguen por su sujeto formal, es decir, estudian al individuo desde perspectivas distintas.

- La ética estudia las acciones humanas desde el punto de vista de su ordenamiento, de la moralidad.

- La psicología estudia al sujeto desde un punto de vista descriptivo: leyes naturales, génesis, estructura... de la mente humana.
- La sociología estudia también el comportamiento, pero no desde el punto moral de la ética.
- La antropología trata de los aspectos biológicos y sociales del hombre, estudia la realidad humana.
- La metafísica es la parte de la filosofía que trata del ser en cuanto tal, y de sus propiedades, principios y causas primeras.

## TEMA 2: TEORÍA DE LA ACCIÓN VOLUNTARIA

### 1.- Teoría de la acción voluntaria

La ética es natural porque en la medida que actuamos con libertad actuamos respecto a una norma. A la ética le compete la acción voluntaria, pero la teoría de la acción voluntaria ¿es parte o no de la ética? Nosotros consideramos que sí.

En la medida en que la ética se ocupa de acciones humanas, se presupone una teoría de la acción humana. Se han dado diferentes enfoques a lo largo de la historia: teológico, intencional, causal, lingüístico y aristotélico.

### 2.- La persona como sujeto de la actividad moral

¿Qué es la acción? En general, se puede decir que la teoría de la acción en su relación con la ética implica hablar de tres elementos:

La persona es el origen y el sujeto de la acción propiamente dicha.

La acción humana manifiesta el dinamismo específico de la persona: dime como obras y te diré quién eres, si eres zafio en la vida acabarás siendo zafio de corazón.

La persona propia y ajena también es objeto de acción. Las acciones humanas son autoreferenciales: cuando robo, me hago ladrón. Si me emborracho y mato a alguien, moralmente soy culpable de beber, no de asesinato (independientemente de la culpa civil).

#### 2.1.- Naturaleza y libertad.

Para el pensamiento clásico la naturaleza es el modo de ser (es natural del perro ladrar). Aplicado al hombre, puede ser su actuación frente a lo libre. Lo natural es lo físico y lo libre lo elegido. En el hombre casi todo es elegido, por tanto los clásicos llegaron a la conclusión de que lo natural es libre (“si no soy libre, no soy”). Lo natural es lo espontáneo y lo que responde a la libertad está elaborado.

Para la modernidad, naturaleza y libertad se oponen. La cultura, que responde a la libertad, también es diferente de la naturaleza.

¿Cómo es el modo de ser humano? ¿Cuándo lo natural es moral? Lo que distingue al ser humano de los animales es la voluntad y la inteligencia.

CONCLUSIÓN: lo natural en la persona es lo libre (lo realizado por la inteligencia y la voluntad). Hasta el siglo XIX todos los éticos pensaban que la persona actuaba solamente en base a la voluntad y la inteligencia. También hay que tener en cuenta la esfera afectiva, es decir, la sensación que produce el otro. Esto entra a formar parte de la acción humana.

### 3.- La acción voluntaria

La acción voluntaria es aquella acción que procede de un principio intrínseco con conocimiento formal del fin. La acción voluntaria comprende, además de la acción (lo que hago), la omisión (cuando una acción debida no es hecha, lo que dejo de hacer) y los efectos o consecuencias de la acción.

Cuando se dice que la acción procede de un principio intrínseco es porque proviene de la voluntad. Con conocimiento formal del fin quiere decir que el sujeto conoce aquello que hace y sus consecuencias. La acción voluntaria, por tanto, es una acción consciente.

El conocimiento ponderado del fin es de algún modo origen de la acción: Lo que pone en ejercicio la acción es el conocimiento del fin; yo no hago algo si no quiero hacerlo.

### 3.1.- Características de la acción voluntaria

- Consciente: con conocimiento, antes de obrar se proyecta y se presenta la acción (si lo entiendo tengo que asumir las consecuencias, el siguiente paso a no lo entiendo es “lo entiendo pero no quiero”).
- Activa: la relación entre sujeto y objeto es establecida por el sujeto
- Intencional: también supone la conciencia:
- Guiada y ordenada por la razón.
- Autorreferencial: Toda acción, además de tener un objeto, tiene al propio sujeto como objeto. La acción libre siempre cualifica al sujeto que actúa.

## 4.- Tipos de acciones o actos

- Actos elícitos: son aquellos actos ejercidos directamente por la voluntad. Siempre son internos. Ej.: odiar, amar,...
- Actos imperados: ejercidos por la voluntad pero a través de otras facultades. Pueden ser internos o externos (Ej.: estudiar, abrir los ojos,...). En cuanto a acciones externas tienen significado propio independientemente de la finalización subjetiva, se pueden valorar independientemente de la intención, se puede valorar la acción. Problemas: cooperación y ejemplaridad. Ejemplo: la voluntad actuando sobre el entendimiento.

## 5.- Grados de voluntariedad

- Actos perfectamente voluntarios: nacen con principio intrínseco y con conocimiento formal del fin.
- Actos imperfectamente voluntarios: se producen cuando no hay conocimiento formal del fin o cuando hay problemas en la voluntad; es decir, si falta conocimiento del fin o si se da una imperfección en la voluntad (miedo o violencia). Ejemplo: la pastilla del día después y los problemas éticos de los farmacéuticos por dispensar medicamentos sin información suficiente. Existen varios tipos de actos imperfectamente voluntarios:
  - Acciones no voluntarias: hacer algo sin querer, la voluntad no interviene.
  - Acciones involuntarias: cuando se añade la contrariedad; es decir, la voluntad no quiere hacer la acción.
  - Acciones mixtas: mezclan ambos tipos.
- Omisión: es un tipo de acción (no acción) que es éticamente relevante cuando la acción tenía que haber sucedido. La omisión es importante para la ética cuando “debería haberse hecho” (acción debida, que debería producirse). Una misma “no acción” puede ser omisión o elección.



## 6.- El objeto de la voluntad

Se puede distinguir entre objeto directo e indirecto de la voluntad.

### 6.1.- El objeto directo de la voluntad

El objeto directo de la voluntad es el bien, ya que la voluntad siempre se rige por un bien aunque éste, a veces, esté incorrectamente percibido. El bien tiene razón de fin porque atrae y actualiza la voluntad.

En definitiva, es lo que se quiere conseguir.

El mecanismo natural de la voluntad es el bien (el conocimiento siempre quiere conocer la verdad) pero el bien tiene muchos grados. Bien útil o placentero (comida, bebida, ropa, placer sensual,...)

Dinero: su naturaleza es ser medio para otro fin, pero cuando este se convierte en el fin implica una mala percepción del bien (dinero a toda costa); se quiere el bien medial como único fin (bien último). La voluntad invierte su orden, pero no busca el mal, sino que el conocimiento le plantea el bien erróneo.

El objeto como medio es, en definitiva, que se quiere como objeto directo, el objeto que debería utilizarse para conseguir un fin.

El fin nunca justifica los medios. A veces, en series como 24 horas, parece que sí, aunque al final resulta que no.

Cuando no hay fines (o se desdibujan) la acción no tiene sentido, no hay motivación. Ejemplos: depresiones.

### 6.2.- El objeto indirecto de la voluntad

El objeto indirecto una consecuencia de la acción que no interesa ni es querida de ningún modo ni como fin ni como medio, pero que está ligada inevitablemente a lo que se quiere; es decir, deriva directamente del objeto directo. Cuando yo quiero algo, no quiero una opción, sino un paquete de opciones.

Puedo hacer que algo no me importe pero no deja de estar ahí. Ejemplo: la familia de la pareja.

Hay que establecer varias distinciones:

- Objeto indirecto: ejemplo de la morfina, en el caso de un joven, la acción nociva de acortar la vida es indirecta porque si no se usa, no se puede seguir interviniendo.
- Objeto querido directamente como medio: en el caso de la morfina, si el paciente es terminal y sólo interesa quitar el dolor, las consecuencias no importan.
- Objeto directo de las acciones voluntarias mixtas: la elección del mal menor, pros y contras. Ejemplo del periodista: importancia de la información frente a la persona.
  - Querer: acción directa, expresa determinación de la voluntad.
  - Desear: no tengo el objeto al alcance, se expresa algo que no se puede conseguir.
  - Permitir: consentir en algo en vistas a otra acción, da un consentimiento y existen varios grados de permisividad.

El bien se define como aquello que de suyo atrae. Existen varios tipos de bienes (ya que el bien por si mismo tiene razón de fin):

- Bien deleitable: se caracteriza porque atrae por el placer que produce
- Bien útil: se quiere en vistas a los beneficios que reporta.
- Bien honesto: se quiere por sí mismo. Nunca tiene razón de medio.

## 7.- Estructura de los actos humanos.

Endeamiento	Voluntad
Primera aprehensión del fin	Amor (en cuanto a querer)
Juicio (posibilidad y modo del fin)	Intención (1)
Deliberación (medios)	Consentimiento
Juicio de elección	Juicio de elección (2)
Imperio racional	Uso activo de la voluntad
Consecución del fin y gozo del bien	

1. PRIMERA APREHENSIÓN (fin): el individuo se propone hacer algo. Lo primero que acontece es un fin que se presenta como un bien y que yo lo quiero, se presente como posible.
2. AMOR: el hecho de querer hacer algo se transforma en amor (querer algo).
3. JUICIO: valora la posibilidad y modo de alcanzar ese fin. Lo segundo es ver si puedo hacerlo y los medios que necesitaré. Los indecisos suelen quedarse en la deliberación y el juicio de elección.
4. INTENCIÓN, que una vez que se pone al servicio de la inteligencia conduce a... La intención es el acto elícito que consiste en un querer eficaz del fin, aunque ese fin no se obtenga de forma inmediata.
5. DELIBERACIÓN: calibrar los medios con los que se cuenta para conseguir esa intención.
6. CONSENTIMIENTO de esos medios.
7. JUICIO DE ELECCIÓN: ordenar los medios resultantes. La elección actúa sobre los medios que están a mi alcance para conseguir el fin. Una mala elección hace que la intención sea ineficaz.
8. EL IMPERIO RACIONAL se pone en funcionamiento.
9. USO ACTIVO de la voluntad.

El hombre, en ocasiones, es indeciso porque conoce los medios pero no es capaz de darlos consentimiento.

Pero en este cuadro falta un elemento que es muy importante: los sentimientos y la afectividad. Es la gran carencia de la historia hasta Freud. No actuamos sólo a través del entendimiento y la voluntad. Lo primero que nos impacta es a nivel afectivo: me gusta. El elemento afectivo interviene y lubrica la voluntad.

## 8.- Actos imperados y problemas específicos

Los actos imperados son los que se realizan a través de una o varias facultades. Pueden ser internos (acto no observable) o externos (acto observable). Los actos imperados son susceptibles de valoración

moral. En cuanto que son externos, tienen un significado propio que tiene interés para la ética y que plantea dos problemas (que no se desligan el uno del otro):

- Cooperación: ayuda o facilitación que mi acción presta a la ejecución de lo que otro quiere hacer. No implica influencia sobre la voluntad ajena. Esta cooperación puede ser querida (implica aprobación de la acción ajena) o puede ser tolerada, sin que implique aprobación del comportamiento ajeno (operación material).
  - Material: dando los medios
  - Formal: dar la posibilidad de que sea, la presencia ayuda en un sentido; ejemplo: lazo rosa del cáncer.
- Ejemplaridad: Influencia querida o prevista que mi acción puede desarrollar sobre la voluntad ajena. Puede ser positiva o negativa.
  - Escándalo: Cuando induce a una acción mala o a no ser coherente con las acciones que promueves.
  - Las acciones nunca son neutras, tienen influencia. Repercuten en los demás.
  - El nivel de ejemplaridad es mayor cuanto más poder se tiene. Ejemplo: discurso de Sócrates con la cicuta: coherencia con su vida.
  - Siempre es un modo de cooperación, por eso las series, líneas editoriales,... pretenden educar.

## 9.- Intención y elección

La intención y la elección son actos elícitos de la voluntad.

La elección tiene por objeto aquello que se va a hacer de modo inmediato en vistas a un fin determinado; es decir, tiene como fin lo inmediatamente operable. Su objetivo es la acción finalizada que está en mi poder hacer o no hacer. El objeto de la decisión no es un fin sino un medio en vista de otro fin. El fracaso en el plano de la decisión concreta haría vacía la buena intención (denotaría debilidad)

La intención consiste en el querer eficaz de un fin que, en su realidad fáctica, está delante de nosotros. El objeto es un fin, algo visto como apetecible en sí y por sí mismo. En relación con la elección, la intención es el impulso interior del comportamiento que culmina en la elección.

De la eficacia de esa intención dependerá que se llegue o no al fin.

Por otro lado conviene distinguir entre deseo e intención: el primero no está en manos del individuo pero el segundo sí.

## 10.- El amor.

Entendido como acto elícito de la voluntad, es distinto del amor como pasión sensible. Es la primera impresión que el fin provoca en el espíritu, despertando el deseo y también, en ocasiones, el sentimiento. Es el origen de la intención, de la elección y del gozo. El amor es la fuente de la conducta.

### 10.1.- Tipos de amor

Amor de complacencia: En la atracción juega un papel fundamental la inteligencia pero también los sentimientos. Este amor es la complacencia de la voluntad del bien; es decir, sentirse atraído por un bien.

Amor de la concupiscencia (deseo): es el grado siguiente. Es el amor en cuanto que se traduce en el deseo de un bien no poseído. La concupiscencia presupone la sensación desagradable por carecer de algo, de lo cual surge el deseo de tenerlo. "Deseo el bien para mí". Este amor siempre está presente en lo humano.

Amor de amistad o de benevolencia: es la estima o afirmación del bien. Sólo se puede desarrollar entre personas, ya que supone la afirmación de la persona en cuanto es un bien en sí misma.

## **11.- Acción voluntaria, teoría y producción**

Se distingue:

- Obrar voluntario (acción): praxis o agere. Acción intransitiva. Se queda en el sujeto. Es la acción que tiene el fin en sí misma. Ej: ver, conocimiento, carácter autoreferencial de la acción.
  - Especulación (aumento de la inteligencia), theoria: Acción intransitiva por excelencia. La contemplación y el conocimiento.
- Hacer productivo (producción): Poiesis o facere. Acción transitiva. Tiene un objeto exterior, el fin de la acción es exterior al sujeto. El resultado de la actividad trasciende la propia actividad.

Esto es importante para ver las relaciones entre ética, ciencia y arte.

Cuanto menos se piense, más se deja llevar; no puede decir si algo está equivocado. Tendencia en la educación a evitar asignaturas que fomenten el espíritu crítico y el pensamiento. La ética es el arte de vivir humano.

## TEMA 3: FUENTES DE MORALIDAD

Las fuentes de moralidad son criterios para la especificación moral de las acciones humanas. Ejemplo: Las empresas, sin un código deontológico, no tienen sentido; buscar simplemente el beneficio no conduce a nada.

### 1.- Criterios para definir si una acción es buena o mala

Para que un acto sea bueno, han de ser buenos todos sus componentes.

#### 1.1.- Objeto y fin

Cualquier acto voluntario se especifica por su objeto. Cabe distinguir el objeto del acto de intención y el objeto del acto de elección: lo que quiero y lo que hago.

Ejemplo: coger una caja en un supermercado – pagar o robar.

La acción humana es una unidad, no se puede desligar el objeto de la intención.

#### ***I. El objeto***

El objeto es aquello en lo que consiste la acción. Atendiendo al objeto de las acciones, la ética define tipos o clases de acciones morales, como son el robo, la limosna o el homicidio.

Para construirlas basta el propósito deliberado contenido en toda la acción voluntaria. Ejemplo: querer apropiarse de un coche ajeno es robar, ya sea para hacer daño o por querer disfrutarlo.

#### ***II. Fin = intención***

La finalidad que se pretende a través de la acción. Se refiere a la intención del fin por el que he elegido la acción realizada y no a intenciones secundarias que no han determinado la realización de la acción.

Ejemplo: La intención que mira la justicia es la principal y determinante, la que mira a alabanzas es secundaria y no esencial, es una circunstancia. Justicia = reconocimiento de lo que es debido al otro.

#### 1.2.- Las circunstancias

Son todos aquellos elementos que rodean la ejecución del acto, y que son relevantes si tienen que ver con el acto moral en cuestión. Es una característica que de entrada no tendría ninguna relación con el orden moral si no acompañase a algo que por sí mismo ya padece una relación de conformidad u oposición con las virtudes. Ejemplo: la cantidad de dinero es importante si se trata de dinero robado. Los asistentes a una manifestación son importantes si se quiere ver la repercusión social.

#### ***I. Tipos de circunstancias:***

- Características de la persona que obra: no es lo mismo que mienta un notario que una persona privada.
- Cualidad y cantidad del objeto sobre el que versa la acción: la cantidad de dinero robado cuantifica la acción.

- Lugar en el que se realice la acción: público o privado (ética pública).
- Medios empleados: robo a mano armada, hurto sin violencia,...
- Modo moral como se realice la acción: por pasión, deliberadamente, con premeditación o alevosía,...
- Cantidad y cualidad del tiempo: duración, si se realiza en tiempos de guerra o de paz,...
- Motivo por el que se realiza el acto (intención secundaria).

No todo es blanco o negro; hay que tomar partido pero hay muchas cosas a tener en cuenta. Las circunstancias son agravantes o atenuantes.

Hay acciones con repercusiones morales que no las tienen civilmente. Ejemplo: maltrato hacia las mujeres hace unos años.

El criterio civil ni pone ni quita al moral. Constituir una acción en derecho no cambia la naturaleza del hecho; ejemplo: drogas, eutanasia,...

## **2.- Moralidad de las fuentes de especificación moral**

Es necesario que sean buenos todos los componentes:

- El fin nunca justifica los medios, porque nunca se pueden prever todas las consecuencias que puede tener la acción.
- Las circunstancias tampoco justifican el hecho, pueden hacer justa una acción que es opuesta a las virtudes; pero no cambian la moralidad de la acción. Ej: "acción judicial".

## **3.- Moralidad de los efectos indirectos**

El efecto indirecto es una consecuencia que ni interesa ni es querida, ni como fin ni como medio, pero que es prevista y permitida en cuanto que está inevitablemente ligada a la acción que se precisa realizar.

Los efectos indirectos no influyen en la bondad o no de la acción; ejemplo: morfina, el efecto indirecto es el acortamiento de la vida. La pregunta fundamental es: ¿Qué quiero?

Condiciones de licitud de los efectos indirectos

- Que la acción sea en sí misma buena o indiferente
- Que el efecto bueno sea el efecto inmediato, que no sea obtenido a través del malo.
- Que la intención del que obra sea buena.
- Que exista una causa proporcional grave; es decir, que exista una necesidad proporcional al acto que se quiere realizar. Ejemplo: morfina en un enfermo terminal, quimio en una embarazada, efectos en la familia de un político en un escándalo,...

## **4.- Cooperación al mal**

Consiste en que, con mi acción, se coopera materialmente al mal; es decir, facilito al mal. En general, es moralmente ilícita, porque la persona, por su carácter social, debe procurar que existan condiciones favorables para todos. Se puede no cooperar al bien, pero nunca cooperar al mal.

Dentro de ella hay que distinguir si es remota o próxima.

## TEMA 4: LA LIBERTAD

La libertad es condición para la ética; voluntad e inteligencia constituyen la libertad.

Se ha escrito mucho sobre la libertad; no es algo que se otorgue, sino que se construye. Hay que construirla para que nos haga más humanos.

### 1.- Tipos de libertad

#### 1.1.- Libertad física

Se refiere a la ausencia de coacción física. Corresponde al modo más simple de actuar. No existe libertad física absoluta, pues lo físico nunca es absoluto. Si la libertad es humana, el humano nunca es 100% humano; por ejemplo: no puede volar, ni ser cirujano o piloto con muchas dioptrías.

#### 1.2.- Libertad de acción

Hacer lo que nos dé la gana, lo uno quiere. Hacer lo que desea sin demanda ni restricción social. Libertad como ausencia de todo tipo de coacción. Límites de este tipo de libertad:

- El individuo no se puede proponer cualquier tipo de fin porque no está solo.
- Hay límites físicos que condicionan al individuo. Uno no puede proponerse cualquier fin; es un signo de madurez saber elegir el fin al que podemos optar.

La elección de un fin cualquiera siempre se presenta como un paquete de opciones. En la elección de fines, intrínsecamente, intervienen otros fines. No elijo algo solo, sino también todo lo que conlleva.

#### 1.3.- Libertad ideal

Es aquella que tienen los individuos y sociedades en cuanto que son capaces de actuar con un ideal previamente establecido. Cuando el actuar por un ideal se absolutiza, se deriva en fundamentalismo (religioso, político...; es decir, religión tolitarista o utopía política). Es importante saber el tipo de ideal que nos proponemos. La imposición de un ideal coarta las libertades (utopía política).

#### 1.4.- Libertad creativa

Aparece cuando se superan los factores que tienden a la rutina. Es la libertad del artista, capaz de aportar algo. Conviene distinguir entre libertad y originalidad, pues no se es más libre por ser más original. Es un recurso de higiene mental, el ver novedad en lo que se hace, dar novedad a nuestros actos. Es la más humana.

#### 1.5.- Libertad política

Capacidad del individuo en la conformación del Estado. Se refiere a aquellas acciones en las que el hombre participa como ciudadano. Hay muchas formas de impedir dicha libertad: censura, imposición de lo políticamente correcto,...

#### 1.6.- Libertad como autodeterminación

Es la libertad más radical, ya que entiende la libertad como la capacidad de dar forma a la vida mediante las propias elecciones. Este tipo de libertad es el que más tiene que ver con la moral. "El hombre es el único

ser que escribe su propio guión en el teatro del mundo” (García Morente). No implica ausencia de presión externa ni de otras determinaciones, sino que implica la capacidad de elegir.

Hay cosas que no he elegido; condiciones y circunstancias: familia, clase, lugar,... pero esto no afecta a nuestras capacidades.

“El hombre en busca de sentido”: No se puede desposeer al hombre de su dignidad personal.

Determinismo: parte de una idea positiva del hombre. Es lo contrario a la libertad (la profesora no está de acuerdo).

### 1.7.- Libertad de conciencia

Es la luz de la razón que ilumina el actuar concreto. Si la conciencia es un juicio, es lo más interno que tenemos en nosotros mismos. La libertad de conciencia es la capacidad de actuar respecto a esos criterios forjados. La conciencia deformada se daría en aquellas personas que no distinguen entre el bien y el mal. Es más importante actuar en conciencia que actuar sin libertad, aunque esto conlleve al error. La conciencia es una luz que nos dice si lo que hago está bien o mal en relación a una norma. Soy el responsable de formar mi propio código ético, e integrar principios para que iluminen mi actuación. Soy libre en la creación y en la aplicación de la conciencia. Libre no es lo mismo que bueno; no elegir un criterio también es un criterio.

## 2.- **Distintas visiones de la libertad**

En general, a lo largo de la historia, la libertad ha variado entre la ausencia de límites, la comprensión de la necesidad, y como autodeterminación (elección voluntaria).

En la libertad encontramos dos dimensiones:

- La autodeterminación: expresa la esencia del acto humano. En toda acción libre soy yo quien decide / determina. En esa decisión el sujeto mismo se implica (autoreferencialidad).
- La intencionalidad: la voluntad es la facultad de la que se sirve la persona para alcanzar sus objetivos. Los objetos presentados por el entendimiento no determinan necesariamente el acto de la voluntad.

### 2.1.- El pensamiento griego

En él, se define libertad como aquello de lo que se está libre (el ciudadano, el que no tiene ataduras). Para el griego, es libre el que conoce el destino y lo acepta (comprensión de la necesidad).

- Para Platón, la libertad tiene que ver con el autodomínio (sometimiento a la razón, señorío del alma sobre las pasiones).
- Para Sócrates el hombre es básicamente su alma.
- Aristóteles hace hincapié en el acto de la voluntad del que elige.

### 2.2.- El cristianismo

La libertad tiene que ver con la superación del pecado. Aparece el tema de la Gracia como una fuerza divina que ayuda a superar los límites del pecado.

### 2.3.- La modernidad

La libertad ya no es una propiedad del querer sino de la actuación. Poder obrar como se quiere.



- Para Espinosa la libertad vuelve a ser comprensión de la necesidad. No hay posibilidad para la libertad.

- Kant: la libertad es espontaneidad autónoma del espíritu. El fundamento y el contenido de la ley moral es la autonomía de la voluntad. Ésta saca de sí misma sus propios principios para actuar (el deber y actuar siempre por una norma que pueda ser universal y en la que la persona siempre sea fin y nunca medio).

- Fichte pone en la espontaneidad del yo el fundamento supremo y la condición de todo ser y de toda conciencia.

- Posteriormente, Sheler se vuelve a hablar de libertad como ausencia de determinismo y capacidad de determinación en el propio obrar.

### **3.- Libertad y afectividad**

En la relación entre libertad y la afectividad hay que decir que no se puede negar que la afectividad influye en el ejercicio de la libertad, pero nunca la afectividad introduce necesidad en el obrar voluntario. La afectividad no puede anular la libertad.

Por afectividad se entiende el conjunto de los actos de las facultades apetitivas de la sensibilidad humana (pasiones, emociones, sentimientos). La afectividad es la puerta de acceso a la realidad (las cosas, de entrada, me gustan o no me gustan).

La influencia desde la afectividad se da en una doble dirección:

- Desde la afectividad hacia la razón: La afectividad puede influir en el modo de presentar el objeto y puede modificar el juicio práctico de la razón. La afectividad puede influir en la voluntad. Cuando se apropia de la energía anímica que la voluntad necesita para actuar. La influencia de los actos de la afectividad sobre la actividad de la voluntad es menos profunda que la de las disposiciones afectivas estables.
- Desde la razón y la voluntad. La pasión puede ser querida directamente por la voluntad, aunque sea suscitada a través del entendimiento y la imaginación. Quien desea vengarse, recuerda la ofensa

¿Cómo influye la afectividad en el acto libre? La afectividad influirá en la voluntad y en el entendimiento. No se puede determinar desde dentro y de modo inmediato el querer racional, pero sí que puede influir en el modo en que la inteligencia presente el objeto. La pasión, los sentimientos... pueden deformar los distintos objetos que la inteligencia presenta a la voluntad.

¿Cómo afecta la afectividad a la voluntad? La afectividad puede apropiarse de la energía anímica que la voluntad necesita para actuar (enajenación: celos, ira,...). Desde el lado de la razón, ésta puede proporcionar razones para que la voluntad quiera. La voluntad puede orientar la afectividad y a su vez la voluntad puede ayudar a dirigir la pasión. La afectividad no puede prescindir de ella.

Hipervaloración de la afectividad: Si no me gusta, si no lo siento, no existe.

### **4.- Relación entre libertad, verdad y moralidad.**

La libertad no puede sobrevivir en un contexto en el que la categoría de verdad esté ausente. La libertad no es instancia última de apelación; es decir, no es el último objetivo a conseguir. La libertad tiene que ponerse en relación con la verdad.

La referencia de la persona a la verdad es la condición de posibilidad de la libertad; la libertad es autodeterminación e intencionalidad.

## **5.- Autodeterminación**

En la actividad libre, soy yo el que decide, y decido sobre mí mismo. En todo acto libre está en juego la realización de la persona en el acto. Existe nexo indisoluble entre libertad y moralidad.

Dos puntos de vista:

- La persona se pone y se determina a sí misma. Implica la trascendencia de la persona sobre el objeto de acción. Ese objeto es referido a la verdad sobre el bien total de la persona
- La persona es poseída y determinada sólo por sí misma. El acto libre exige autoposición. La persona no puede disponer de lo que no posee

## **6.- Libertad e imputabilidad moral.**

Imputar significa atribuir una acción a una persona. La imputabilidad jurídica se produce cuando alguien está obligado a algo en virtud de una ley civil. Puede darse que una imputabilidad jurídica no sea imputable moralmente

Se habla de imputabilidad moral cuando la acción se atribuye como mérito o como culpa moral. Las condiciones que modifican la imputabilidad son las que influyen sobre el conocimiento y sobre la voluntad.

### 6.1.- Condiciones que modifican la imputabilidad moral

#### ***I. Sobre el conocimiento formal del fin***

- La ignorancia: El conocimiento de esa norma moral no existe o es erróneo. Ignorancia culpable: ignorancia respecto a algo que se tenía que saber. Se distingue entre:
  - Ignorancia iuris o factis
  - Ignorancia invencible o vencible
- La falta de advertencia: Es el acto mental por el cual la persona se da cuenta de lo que va a hacer y de su valor moral. Puede ser plena o semiplena o inadvertida.

#### ***II. Sobre la voluntad***

Las pasiones, si son muy violentas, pueden anular la imputabilidad moral. Ordinariamente la pasión es consecuente con la voluntad, porque es directamente querida o porque se ha descuidado la educación de la afectividad. Si la pasión fuera antecedente podría atenuar la responsabilidad moral

## TEMA 5: LA CONCIENCIA

### 1.- La conciencia moral.

Se refiere a los actos concretos y no a los generales. Se refiere a la autocomprensión moral de la persona en toda su generalidad. Cuando se plantea la conciencia en la ética, se habla en dos sentidos:

1. Conciencia habitual: Es la capacidad humana de conocimiento moral, el ser consciente de que uno hace las cosas. Esta conciencia acompaña siempre al individuo, consiste en saber lo que está bien o mal por instinto.

2. Conciencia actual: Es el acto de la razón práctica, el juicio acerca de la bondad o malicia moral de un acto concreto que vamos a realizar o hemos realizado ya, considerado con todas sus circunstancias concretas. Sé que robar es malo, por lo tanto, cuando cojo un paquete de chicles con intención de no pagarlo, sé que estoy haciendo algo malo.

### 2.- Conciencia y prudencia

Partiendo del concepto actual de la conciencia, cabe decir que ésta es el primer acto en que el conocimiento de las exigencias de las virtudes y normas se personaliza. Por eso, la conciencia tiene una relación muy estrecha con la prudencia (recta razón que ayuda a determinar lo que hay que hacer). Ambas se caracterizan por lo que se puede llamar “conocimiento moral particular”, están referidas a acciones singulares del sujeto y dependen de las disposiciones de ánimo de la persona agente. No obstante, la conciencia es un fenómeno más amplio que la prudencia, aunque, en el orden de las acciones finalizadas, la prudencia se extiende a más cosas y desempeña más funciones que la conciencia.

La prudencia ayuda a deliberar, elegir, ejecutar poniendo en juego más virtudes. La conciencia juzga únicamente la moralidad del proyecto operativo.

Las virtudes pueden considerarse como valores (tipo de bien moral) o como algo que perfecciona la naturaleza humana. Facilitan el obrar, al tratarse de un justo medio (equilibrio). Son hábitos (cualidad estable); en cambio, la prudencia es un hábito que nos permite afrontar situaciones nuevas y saber qué hacer.

El modo de entender el papel de la conciencia moral es uno de los puntos en que más claramente se distingue la ética de la primera persona de la ética de la ley. La ley se entiende como límite de la libertad. La conciencia vendría a ampliar el ámbito de la ley. La ley, en el fondo, es una coacción de la libertad, una ética de 3ª persona, y por ello coarta la libertad. Actuar en conciencia, entendida como juicio de la razón, amplía ese ámbito. La conciencia no es un sustituto de la ley.

Es mejor equivocarse que actuar en contra de la propia conciencia.

La conciencia es norma próxima de la moralidad personal, algo contra lo que no se puede obrar. Es ineludible. Es un juicio sobre una acción concreta, fundamentado en normas éticas. La prudencia, en cambio, no consiste en la consideración, sino en la aplicación de la acción.

Cuando se hace una mala acción, hay un defecto en la prudencia, pero no necesariamente en la conciencia, ya que se puede obrar con mala conciencia. La conciencia moral es un acto, no un hábito.

### **3.- El juicio moral**

El juicio de conciencia es un acto de discernimiento intelectual extremadamente complejo. Tiene diversos elementos:

- El saber moral
- La experiencia del pasado y la previsión del futuro: en esto interviene mucho la prudencia.
- Las condiciones afectivas del sujeto: Las condiciones afectivas influyen mucho, aunque no anulan el juicio moral.

Del juicio moral se desprenden varios problemas, que se explican a continuación.

#### **3.1.- Conciencia y saber moral**

El juicio de conciencia se realiza sobre el fundamento de un saber moral poseído previamente por la persona. Presupone el hábito de los primeros principios y un conocimiento natural de los fines virtuosos y las formulaciones de normas éticas o de leyes civiles. Ej.: Si no distingues homicidio de asesinato, no puedes juzgar.

No es necesario ser un estudioso o un experto en moral para saber si algo está bien o mal.

#### **3.2.- Conciencia moral, normas éticas y excepciones**

Hay que distinguir entre normas legales y normas morales:

- Normas legales: se establecen para el bien común.
- Normas morales: siempre estará mal aunque no esté legislado. Ej.: malos tratos.

A las normas morales nunca se les aplica la epiqueya, no admiten excepciones. La libertad nunca es determinada; lo puedes “ver venir”, pero hasta que no venga no puedes hacer nada.

#### **3.3.- La virtud de la epiqueya**

La epiqueya tiene que ver con saber hacer una excepción a la regla (Ej.: pisar el césped para apagar un incendio). No es una rebaja de la moral, sino situarse en la mente del legislador en casos excepcionales, es una virtud moral. Es la virtud moral que perfecciona la capacidad de juicio, haciéndola idónea para alcanzar la verdad moral, incluso en situaciones muy excepcionales.

#### **3.4.- Conciencia moral y situación**

Es muy importante el conocimiento y comprensión de la situación.

#### **3.5.- Cooperación al mal**

La cooperación al mal es la acción u omisión que de algún modo hace posible o facilita que otra persona cometa una acción moralmente mala. Es distinto del escándalo; tiene relación con los actos imperados.

Puede ser una cooperación formal o material.

### **4.- Modalidades de conciencia moral**

#### **4.1.- En relación al acto**

- Antecedente: juzga lo que va a ocurrir, permitiéndolo, prohibiéndolo o aconsejándolo. Influye mucho la afectividad

- Consecuente: aprueba o desaprueba una acción ya hecha. Es el análisis de un acto ya realizado, puede ser tranquilizadora o producir remordimientos.
- Concomitante (afín, análoga, relacionada...): si se decide algo en función de algo que se está haciendo.

#### 4.2.- En razón de su conformidad con el bien

- Recta o verdadera: cuando juzga adecuadamente. Se adecúa a lo que es, de acuerdo con la ley moral o legal. Juzga con verdad la calidad moral de un acto.
- Falsa: no juzga adecuadamente. No se adecúa a las leyes. No alcanza a la verdad. La causa del error es la ignorancia, que puede ser culpable (debería haberlo sabido) o inculpable (no tenía manera de saberlo). Es un hecho que se puede actuar en conciencia y hacer daño.

#### 4.3.- Según el grado de asentimiento

- Cierta: juzga con firmeza que un acto es bueno o malo. Ejecuta con seguridad, no hay dudas sobre si está bien o mal.
- Probable: es la que dictamina (emite un juicio) previendo sobre otras posibilidades que pueden darse. Se da una ejecución con dudas, “por si acaso”. Dictamina sobre la moralidad de un acto con probabilidad.
- Dudosa: es la suspensión del juicio de conciencia, no hay juicio de la razón. La inteligencia hace un razonamiento, pero no consigue obtener una conclusión. No se sabe si algo está bien o mal. Nunca se puede actuar con conciencia dudosa.

### 5.- Principios para seguir la conciencia

La conciencia es regla moral en cuanto que es expresión de la razón recta; es decir, en cuanto juicio racional por el que el hombre tiene presentes las exigencias éticas y juzga las acciones a su luz.

Sólo la conciencia es regla moral, por eso una conciencia cierta debe seguirse. Además de cierta, la conciencia debe ser verdadera o invenciblemente errónea.

La conciencia venciblemente errónea no es expresión de la razón, no es lícito seguirla pero tampoco se puede obrar en contra.

No es lícito obrar con conciencia dudosa.

La tarea más importante de las personas es ir formando su conciencia.

### 6.- Deformaciones de la conciencia

- Conciencia laxa: la que sin fundamento quita importancia a la valoración moral de la acción
- Conciencia cauterizada: por repetición de actos se llega a no advertir la gravedad.
- Conciencia farisaica: extrema sensibilidad ante actos exteriores
- Conciencia escrupulosa: la que sin motivo fundado ve siempre culpa

**EL LABERINTO INFORMATIVO:**

**UNA SALIDA ÉTICA**

**Carlos Soria**

## TEMA 1: EL APRENDIZAJE DE LA ÉTICA, LA CONNATURALIDAD DEL EJEMPLO

El alma del periodismo tiene algo que sigue haciendo vibrar la ilusión de la gente joven y madura, siempre que no hayan querido sucumbir al zarpazo del escepticismo, la burocratización o la desesperanza. El alma del periodismo es y seguirá siendo el alma de todas las profesiones informativas.

En 1995 en las IV Jornadas Internacionales de Comunicación que se llevaron a cabo en Buenos Aires, se realizó un manifiesto sobre “*El nuevo perfil de los informadores*”, redactado por Juan Antonio Giner y Carlos Soria, con ello se pretendía dar un salto de calidad en el buen periodismo de todos los tiempos:

- Nada es hoy más importante que enseñar a aprender.
- Los profesionales tienen que transmitir más valores que destrezas.
- Hay que centrarse en lo esencial: aprender a pensar, leer, hablar y escribir con precisión, inteligencia y sentido crítico.
- La especialización significa que los periodistas no sólo hablan con expertos, sino también que ellos mismos son expertos.
- El valor del periodista se mide, no sólo por sus virtudes externas y relacionales, sino por la riqueza de su intimidad, la calidad de su reflexión, su sentido de la libertad y su grado de identificación con los objetivos de la información.
- Necesitamos periodistas que sean expertos en humanidad y tengan pasión por mejorar el mundo.
- Hay que fortalecer el periodismo en lo que tiene de profesión liberal, aunque su ejercicio se preste en organizaciones empresariales
- Los promotores de los nuevos negocios informativos del futuro, deben ser los mismos periodistas. Por eso necesitan más realismo, mayor capacitación gerencial, y una especial sensibilidad para descubrir las necesidades del público.
- El nuevo perfil de los informadores pide que el periodista sea uno de los profesionales mejor retribuidos del futuro.

Se afirmaban en el manifiesto éstas y otras cosas, que muy bien podrían resumirse en una sola: las tres revoluciones pendientes (la revolución de los contenidos informativos, de las organizaciones y de la Ética de la Información), exigen que los profesores universitarios de periodismo, los periodistas y los empresarios de la información sean *más y mejores personas*.

### 1.1 La ética no se puede enseñar

La ética, como la vida, es una. No cabe separar la ética profesional de la personal, ni la social de la individual, ni la moral pública de la privada. Los hábitos éticos no se pueden inculcar por la simple exposición de unos valores, por atractivos o actuales que éstos resulten. De poco sirve predicar la justicia, la tolerancia o la veracidad en un contexto en el que diariamente se atropella a los más débiles, se abusa del poder y se miente. No basta con postular valores desde fuera, es preciso lograr un clima comunitario en el que se facilite la conquista personal de bienes prácticos desde el mismo núcleo de cada una de las personalidades jóvenes. La ética se puede aprender pero no enseñar.

## 1.2 La heterodoxia circular y convergente

Se mira con lupa la actuación de los periodistas, pero no se hace lo mismo con profesores y administradores de los centros de enseñanza de periodismo. El único sitio desde el que puede ejercerse con eficacia la crítica de los medios, es un despacho dentro del propio sistema.

Los argumentos que invitan a un replanteamiento de fondo en el aprendizaje de la ética de la información son muchos, pero no es necesario mencionarlos a todos; no debemos dejarnos impresionar por el ruido ambiental:

- a. A veces la constante crítica a los medios impide ver que el verdadero problema es mejorar la calidad de la información.
- b. Otras veces se pondera mal las cuestiones debatidas y se toma por importante lo que no lo es. Comprobar datos y amar la exactitud reflejan un buen temple ético.
- c. A veces la tibieza con que se afrontan los deberes éticos más sencillos terminan por agotar las energías de renovación ética en las redacciones y, en consecuencia, no es posible encarar con éxito los deberes de mayor calado ético.
- d. Otras veces son los prejuicios los que dificultan el aprendizaje, sembrando su campo de sal.

## 1.3 Hacia la connaturalidad del ejemplo

El hombre termina acomodándose a las circunstancias. Quizá valga la pena desarrollar una comunicación íntima y sutil para la ética, bajar algunas décimas la fiebre de la eticidad, el furor de convencer de su inevitable necesidad, el martilleo de la repetición que busca hincar a martillazos la ética de la información. Es la hora de la persuasión alegre, con calor humano. Es la hora de la ética por connaturalidad.

El desafío de una nueva ética para un nuevo perfil de informadores es aprender a comunicar ideas hechas vida sin excesiva intención de comunicar nada. Comunicar las convicciones interiorizadas, sin necesidad de abrir la boca. Comunicar la ética sin sentimientos enriquecidos por la lucha, sin ánimo posesivo. Es la connaturalidad del ejemplo.

*“Se trata de estimular sus mentes, ensanchar sus horizontes, avivar su inteligencia, enseñarles a pensar con recitividad si es posible, pero en todo caso, a pensar”.*

En los medios informativos el tirano está pasado de moda. La moda es el líder apasionado que guía en vez de dictar y que ayuda a alumbrar estándares de calidad que son conocidos, entendidos y compartidos por el mayor número de personas de la organización. Hay que amar a la ética de la información.

## 1.4 Algunas sugerencias para enseñar y aprender Ética de la información

Cabe formular algunas sugerencias para aprender Ética de la información y para enseñarla, hasta donde esta doble pretensión sea posible.

*a) Sólo se puede saber ética de la información sabiendo información.*

La ética de la información no es una costra externa a la información. La ética no es una prótesis de una información atrofiada de forma autista.



La ética de la información no se elabora desde la arrogancia de una pretendida superioridad.

Quien sepa más de información, quizás pueda llegar a saber más sobre Ética de la información.

*b) Sólo se puede saber información sabiendo, entre otras cosas, ética de información.*

Precisamente porque la Ética de la información no es una construcción externa ni es una supraestructura, saber de ética es saber de información. Toda información que realmente lo sea será ética y toda información de probada eticidad es por definición una verdadera y propia información.

*c) La ética de la información es poder responder a estas tres preguntas: qué es, por qué es y para qué es la información.*

Estas tres preguntas resumen todas las inquietudes de la información de todos los tiempos. Son las cuestiones esenciales y valorativas que están implicadas en la información.

Responder a estas preguntas es situarse en el plano donde nace la ética.

*d) Profesión y ética son la misma cosa*

La profesionalidad, el conocimiento del oficio y su ejercicio competente, son la ética de la información. Trabajar mal, poco o sin la calidad y técnica exigible, constituye el primer ataque a la información y a la ética.

La hipótesis de que cualquier persona, por el simple hecho de desearlo, puede ser periodista; o de que cualquier periodista puede asimilar con rapidez cualquier tipo de materias, son posiciones escasamente éticas porque en nada favorecen la idea de profesión.

Pulitzer tenía una fe ciega en que la seria preparación del periodista conduciría inexorablemente a su profesionalización, como así ha sido. El periodista, como cualquier profesional, nace y se hace; es decir, hay que poseer unas aptitudes iniciales, pero hay que convertirlas, además, en actitudes habituales.

*e) Humanizar la información, humanizar la ética*

Los estereotipos del periodista han terminado por imponerse en muchas redacciones, hasta envolver en sus redes a una buena parte del periodismo.

Se ha divulgado un modo de ser profesional duro, despegado, insensible, inhumano, al que se le atribuye el mérito de ser el único modo de sobrevivir o triunfar en la jungla de la vida pública, la competencia, la afirmación o el ascenso.

Humanizar la información no es hacer de la blandenguería un ingrediente del periodismo, ni tampoco es hacer un periodismo "light" (insulso, inútil, descafeinado, convertir la vida en un medio informativo). Es no tener miedo a seguir siendo la misma persona que en todos los ambientes (casa, amistad, universidad o sala de redacción); es dar tanta importancia a las virtudes relacionales como a las que se desenvuelven en el escenario de la personal intimidad; es, en definitiva, sacar todas las consecuencias posibles al fin de la información.

*f) Enamorarse de la información y de la ética es enamorarse de la libertad*

Es deseable que profesores, alumnos y periodistas piensen en la información y la ética con un fuerte aroma de libertad. Es más, que sea cierto que hablar de información y de ética de la información sea hablar de libertad.

La única manera de ejercer el derecho a la información y de cumplir el deber profesional de informar es hacerlo libremente.

La libertad del hombre concreto, la única posible y real, es una libertad hecha de condiciones. No tiene la belleza de libertad infinita, pero tiene toda la belleza que un hombre puede soñar.

Pero hay un “fantasma de la ideología” que planea sobre la información y la ética. Hoy, para muchos, la aventura de la libertad gira sola, como una brújula loca. La pasión del periodismo es la pasión por la búsqueda de la verdad. Amar la libertad es combatir en todos los frentes la ignorancia que mancha el periodismo.

*g) Equivocarse es imprescindible para aprender ética, para aprender información*

La técnica periodística es necesaria pero no suficiente. Las reglas técnicas son en sí reglas éticas, pero la ética es más que la técnica (“*La técnica sin alma es un repertorio de trucos de timador*”).

Hay que insertar la ética en la racionalidad práctica. Y esta no es un mero saber de reglas, sino un saber acerca del uso humanamente sabio de las diversas normas que rigen las actividades humanas. Se trata de un saber prudencial, no utópico, comprometido con la propia acción, sólo a través de la cual se va logrando ese saber. Lo que necesitamos saber para actuar, sólo se puede aprender actuando.

Por una parte, todos estamos aprendiendo siempre en la acción, en un proceso que dura la vida entera. Por otra parte, la racionalidad práctica, la ética, acierta en la acción solo a través del proceso ensayo-error-corrección del error.

La actitud más ética de la ética es la capacidad de arrepentirse de los errores y de aprender información y ética a partir de ellos. La ética no es una vacuna contra el error. Es la luz para salir del laberinto. La ética es siempre una ética para náufragos.

*h) Sólo en un clima estimulante y acogedor se transmite por osmosis la ética*

La comunicación ética tropezará siempre con el tabique de la propia libertad, de la propia razón o voluntad. Por ello la ética no se puede enseñar.

La solución es hacer más poroso ese tabique, más permeable; entonces, la difusión de la ética fluye y se hace posible.

El único antídoto que existe contra la clausura del espíritu, en el aprendizaje de ética de la información, es que las universidades y redacciones sepan crear un ambiente natural, estimulante, leal y acogedor en el trabajo universitario o periodístico.

## TEMA 2: HACIA UNA ÉTICA INFORMATIVA ABIERTA

### 2.1 Razones para no ser ético

La ética periodística puede producir rechazos.

Unas veces, el rechazo se debe a la memoria histórica; es decir, a razones del pasado que la memoria histórica hace presentes (años sin libertad, pero con la palabra ética a flor de piel, constantemente en los labios de leyes, políticos, legisladores, burócratas y censores, que eran precisamente los autores de la mutilación de la libertad). Todos ellos tienen la responsabilidad del entenebrecimiento de la ética, porque una ética sin libertad, sin un mínimo de libertad, es sencillamente un imposible. La ética es la valoración de las acciones libres.

Otras veces, el rechazo procede de la percepción de que el poder político empuña la ética como una arma arrojada contra la prensa. La ética es manipulada hasta convertirse en un instrumento de la lucha por el poder; es decir, se invoca la ética por el poder político para intentar reducir el horizonte de la libertad.

Otras veces, lo que pasa es que un mercado enfermo y profundamente mercantilizado no deja ningún sitio a la ética.

Otras veces, los periódicos se ven como una constante amenaza a la intimidad. Sus constantes aullidos por una prensa libre significa, con pocas excepciones, libertad para vender escándalos, crimen, sexo...

Pero la ética requiere libertad. Y el paraguas de la libertad debe ser tan amplio que permita cobijar hasta a aquellos medios (sensacionalistas, hipócritas) que viven en los aledaños de la marginación periodística.

Otras veces, en fin, la pasión informativa sin medida cede al egoísmo de sacrificar la ética. La bandera que empuja al holocausto tiene este lema: el fin justifica los medios. A partir de aquí, se busca la información, a cualquier precio; se lucha por anticiparse a los demás.

### 2.3 Trece motivos para no supersticiosos

¿Por qué motivos un periodista se decide a actuar éticamente?

1. beneficio propio
2. imitación de los colegas
3. adquirir conocimientos para progresar personalmente
4. la necesidad de información del público
5. la posibilidad de atacar a otras personas informativamente
6. pragmatismo: hacer lo que sea, con tal de que se saque adelante el trabajo.
7. sentido general de la moralidad: hacer o no hacer algo simplemente porque no está bien
8. credibilidad ante la audiencia
9. normas éticas de la empresa informativa

10. normas ambientales: algunas posturas éticas se adoptan de acuerdo con lo que el periodista piensa que son las normas que prevalecen en el ambiente.

11. desconocimiento o falta de preocupación por la ética

12. legalidad: se deciden cuestiones éticas con arreglo a normas legales

13. religión: para algunos periodistas su fe y su moral religiosa constituyen su base de actuación ética.

Los resultados de esta encuesta demuestran que, a pesar de la ausencia de un código uniforme de ética, existe entre los periodistas norteamericanos un alto grado de coincidencia en cuanto a su orientación ética.

Los periodistas no tienen que ser necesariamente filósofos moralistas, pero sí deben saber que existen valores con un peso moral igual o más importante que el de la libertad de prensa.

## **2.4 El juicio final de los periodistas**

Es fácil coleccionar historias truculentas sobre errores periodísticos (trampas a entrevistados, utilización de documentos robados, plagio, invención, utilizar micrófonos o cámaras ocultas, confundir, mentir,...) pero resulta más difícil encontrar una solución racional a los problemas de la profesión. El desafío de mejorar substancialmente la calidad informativa está en relación directa con la ética profesional.

Toda información de calidad será siempre ética. Y al revés: ninguna información que carezca de ética, puede decirse que tiene calidad.

## **2.5 Razones para ser ético**

*I. Hay una razón de credibilidad:* La credibilidad de los periodistas fundamenta la autoridad moral, que resulta imprescindible para cumplir el deber de informar. La información es un derecho y un deber. Dignidad, credibilidad y autoridad moral son todo un continuo.

*II. Hay una razón defensiva:* Se trata de evitar las leas contra la información. La razón defensiva tiene una cierta impureza; no augura un buen futuro, si el retorno a la ética es fruto del temor más que del convencimiento.

*III. Hay razón de identidad profesional:* Ser fiel a la profesión que representa. Sin una ética común, una profesión no existe o bien pierde su identidad. La profesionalidad informativa no es puramente técnica ni puramente política, sino una profesionalidad cultural y ética.

*IV. Hay una razón de unidad de la empresa informativa:* La ética informativa no es sólo para los periodistas, sino también para los empresarios. No debe haber contradicciones entre las exigencias éticas de los periodistas y las exigencias éticas de propietarios y gerentes. La ética está llamada, por todo esto, a ser uno de los puentes de unidad más eficaces de la empresa informativa.

*V. Hay una razón de insuficiencia intrínseca del Derecho positivo:* La justicia por sí sola no basta para hacer justicia al hombre. La regulación jurídica no siempre acierta a desenvolver justamente el derecho a la información. Pero aunque así fuera, y fuera tonificante y promocional, el Derecho positivo, en último extremo, es incapaz de llegar al centro de la información, a cuestiones plenamente significativas, a temas y problemas de profundo interés. Muchas cosas que los periodistas hacemos, y que no son éticas, y que nos avergüenzan, no violan ninguna ley positiva.

**VI. Hay una razón epocal:** Nuestro tiempo es un tiempo de preferir la comunicación a la coerción, optar por lo personalizado frente a lo anónimo, reducir las relaciones autoritarias y dirigistas, privilegiar la diversidad, sustituir la homogeneidad por la pluralidad, aminorar la rigidez de las organizaciones, escapar de las lecciones pedagógicas abstractas, del lenguaje tópico de los políticos, de los roles distantes y convencionales, es tiempo de descompromiso con el Estado, tiempo de iniciativas locales, de identidades territoriales, es tiempo de solidaridades más auténticas. El centro de gravedad de la aventura contemporánea está en el respeto y la promoción de los derechos humanos, entre ellos, el derecho a la información.

## **2.6 La pluma que pesaba las almas**

Los únicos legitimados para establecer los criterios éticos de una profesión son los profesionales de esa profesión. En nuestro caso, los periodistas y los empresarios de la información.

A partir de aquí empiezan las cuestiones estratégicas, tácticas y logísticas. Una ética periodística requiere concentración. Es una ética abierta. Puede ser conveniente que la profesión periodística formule los criterios éticos en los que quiere apoyar su actuación, pero esa formulación no es suficiente: se requiere situar la ética en niveles de mayor practicidad.

## **2.7 Una ética abierta**

La ética periodística es una ética abierta a la experiencia, abierta a los nuevos problemas que la vida va planteando.

Los criterios éticos han de ser aceptados voluntariamente, han de tener la legitimidad de la concertación y del consentimiento. Y la profesión sólo puede incorporar los que se concierten y consientan. Se requiere una estrategia funcionalista que aconseje ir haciendo lo que sea posible, sin perder de vista el objetivo final.

Los criterios éticos tienen su piedra de toque en la realidad, en la experiencia; esto es así porque la ética es connatural al alma humana, de todos los buenos periodistas suelen salir criterios éticos de actuación, que son la suma de la formación, la intuición, la experiencia profesional y el olfato periodístico. También la ética es para la vida, compromete al periodista; la vida real plantea a las soluciones éticas nuevos problemas. Día tras día, los periodistas se enfrentan a situaciones dudosas.

Por eso, no basta con el esfuerzo de concertar los criterios éticos. Se requiere revisarlos cuantas veces sea preciso, para que no se fosilicen. Y se requiere también tener capacidad de respuesta ética a los nuevos problemas que la vida vaya descubriendo.

## **2.8 Almas sin músculos**

Demasiadas veces redactar y aprobar un código general de ética profesional es como colgar una preciosa declaración en la pared, afirmar con el gesto que uno aspira a ser ético en su actuación, y luego... darle la espalda.

Hubo un tiempo en el que se pensaba que si los periodistas se pusieran de acuerdo y concertaran sus criterios éticos de actuación, una gran parte de las infidelidades éticas del periodismo quedarían solucionadas.

No ha sido así; tal vez debido a las deficiencias que los códigos al uso presentan. Han resultado mucho más abstractas, genéricas, especulativas o amorfas que las de otras profesiones. Ofrecen, por tanto, una ayuda muy relativa en el momento en que haya que comprometerse en una acción práctica.

### **2.9 “Discurrir es como correr”**

Quizás sea útil un código general de ética periodística. Pero es mucho más útil que los criterios éticos de actuación nazcan aquí o allá, y trabajar con paciencia, lentamente, buscando la concertación y el consentimiento, en el nivel de cada medio informativo. En ese nivel, los criterios éticos pueden y deben ser detallados, específicos, operativos, extremadamente prácticos y formulados en un lenguaje que permita aplicarlos a situaciones reales y concretas.

Los criterios éticos de un medio informativo concreto son esto precisamente: los criterios de este medio. Por eso, cada medio es el más interesado en definir cuidadosamente sus criterios éticos.

## **TEMA 3: LAS ENFERMEDADES PSÍQUICAS DE LA ÉTICA DE LAS EMPRESAS INFORMATIVAS**

### **3.1 La difícil cuestión de la ética de las organizaciones informativas**

No hay que tener miedo al crecimiento de las empresas informativas. Crecer puede ser bueno o malo, pero, en todo caso, crecer no es engordar.

“Polémica de los beneficios”, así denomina John G. Udell al dilema que tienen que resolver todas las empresas informativas: ¿Información o beneficios?

A veces, la concentración de empresas informativas provoca que estas pierdan su función pública y política que tenían en sus comienzos y la cambien por la obtención de beneficios. El resultado suele ser convertir una profesión noble en una inversión.

Pero perder dinero también es convertir una profesión noble en oficio de pedigüños y de financiaciones interesadas. El déficit hace que las empresas informativas pierdan su libertad.

La ética de las organizaciones informativas hay que construirla desde los cimientos. Las redacciones, mal que bien, tienen referencias éticas y luchan por trabajar éticamente.

Pero está por construir la ética de las propias organizaciones, la de las empresas informativas, la integradora de beneficios e información.

### **3.2 El renacimiento ético**

A principios de los 70 se produce un renacimiento ético ¿Por qué? Porque la moda cuenta y los norteamericanos han intuido que la ética puede ser rentable ya que se han dado cuenta de que las informaciones se degradan, se hacen intransitables si se olvida la ética.

La moda ética, como todas las modas, rezuma el aroma de la sociedad de consumo, y tiene, por tanto, una relativa legitimidad.

La integración de la ética con la economía significa la superación del economicismo privatista, pegado al tuétano de la modernización tecnócrata.

La integración de la ética con la política puede hacer disminuir el pasotismo público.

La integración de la ética con la información supone la superación de un elitismo que resulta particularmente grato a la mentalidad tecnócrata. Significa también afianzar en el corazón de la información el compromiso con la calidad. La ética redime a la información de convertirse en el oficio de tragar sapos.

### **3.3 Enfermedades psíquicas de la ética de las empresas informativas**

Algunos dicen que las dos enfermedades psíquicas predominantes en el S XX, la prisa y la superficialidad, se dan con mayor intensidad en el periodismo. La ética de las empresas informativas se ve sistemáticamente asaltada por dos enfermedades de corte síquico.

#### ***1. El síndrome de transferencia de responsabilidad***

Los periodistas dicen que la responsabilidad ética es de las fuentes de información o los directores o propietarios del medio; éstos intentan descargar su conciencia escudándose en la

incompetencia de sus redactores o alegando que la responsabilidad empresarial es ganar dinero. Y cuando a ambos se les hace conscientes de la debilidad de sus argumentos, suelen derivar la responsabilidad en el público.

El síndrome de transferencia de responsabilidad agota su ciclo cuando se piden responsabilidades al público. Ante esta pregunta, el público suele contestar que es inocente. Más aún, para el público, la pregunta es un ejercicio de cinismo; no se siente verdugo de la ética, sino un ente pasivo y paciente sufridor de la manipulación ética ajena.

Muchos propietarios, directores, periodistas y ciudadanos no pueden, no saben o no quieren asumir la responsabilidad ética correspondiente a sus actos propios o participados.

Pero los propietarios, directores, periodistas y el público son éticamente responsables de los contenidos informativos que se difunden y que se reciben, aunque con forma, intensidad y extensión diferente.

## **II. La esquizofrenia ética de las organizaciones informativas**

Cuando se habla de ética informativa solemos mirar hacia las redacciones: “El periodista tiene una doble personalidad, piensa una cosa y escribe otra”.

Pero la ética informativa no es solo cuestión de periodistas, es un tema central de toda la organización informativa. O la ética es total o se convierte en un factor de esquizofrenia y frustración.

Esta esquizofrenia ética tiene dos efectos perversos:

- Deforma a los periodistas: Cuando la ética del periodista entra en conflicto con la cultura de la empresa, el periodista termina por enmascarar sus terminales éticos convenciéndose de que no tiene madera de héroe para enfrentarse a la empresa, perder su trabajo o cambiar de profesión, y se refugia en el escepticismo frustrante y deformador
- Introduce en las redacciones una especie de SIDA informativo: La falta de una ética común y compartida en la empresa las hace más indefensas ante las presiones del poder o de los poderosos, pierden la capacidad de enjuiciar las cosas públicas.

### **3.4 El escollo: ¿Información o beneficios?**

La idea pura de empresa es una utopía. La utopía de la unidad, la identidad y la integración. Y la idea de una ética unitaria, común y participada en las empresas informativas es un buen atajo para acercarse a esa bella utopía.

El falso dilema de *información o beneficios* fomenta la idea de que el fin de las empresas informativas es ganar dinero.

A veces se hace una distinción entre las empresas privadas y las públicas. A las empresas de información públicas hay que liberarlas de ésta idea porque están llamadas a una vocación más pura y han de luchar por la calidad informativa, han de tener por tanto a la sociedad como referencia de sus decisiones. Por el contrario las empresas de información privadas quedan en éste esquema como los pícaros y villanos del sistema informativo con el reducto de ganar dinero a cualquier precio.



Si afirmamos esto, estamos diciendo que el público de los medios públicos es audiencia y el de los medios privados sería mercado.

Sin embargo el fin de las empresas privadas o públicas no es ni ganar ni perder dinero

### **3.5. Los apoyos del falso dilema: el voluntarismo informativo**

Se repite con demasiada frecuencia que la calidad, en el campo de la información no vende. La afirmación contradice en buena parte la realidad y representa un gran obstáculo para un planteamiento ético de la información.

Si las cosas bien hechas no son rentables no merece la pena luchar por la calidad informativa; si las cosas bien hechas no venden, habría que fomentar la desinformación.

Las respuestas más frecuentes a por qué los medios de comunicación indagan en lo más íntimo y cruel del hombre suelen ser: Todo es información porque interesa al público, porque vende, porque lo hacen también los competidores, porque todo eso permite ganar dinero.

Detrás del pesimismo que significa negar que la calidad informativa no vende, pueden esconderse múltiples causas: la incapacidad de hacer información de calidad, la renuncia a mejorar el mundo y el periodismo, o el menosprecio del público.

Pero también detrás de ese pesimismo se esconde un verdadero voluntarismo informativo, algo así como la pretensión que todo lo que cuentan los periodistas, todo lo que sale en TV y radio es información por el mero hecho de que todo eso es voluntad de la empresa informativa.

Pero no todo lo que parece información lo es. La información tiene unos determinados ingredientes intelectuales, técnicos y jurídicos. Si esos ingredientes existen estamos ante una información.

### **3.6 El verdadero desafío: múltiples propuestas de solución**

El verdadero dilema no es información o beneficios. El verdadero dilema es: Información sí, beneficios también.

Podemos decir que el centro de las empresas informativas es la información, rodeando al centro, estarían los beneficios:

- El fin de las empresas informativas es difundir socialmente información.
- Ganar dinero en la empresa informativa no es solo lícito e indispensable, sino que constituye un verdadero deber ético porque está en juego la independencia, la continuidad, la adecuada retribución de sus integrantes, la renovación tecnológica, la conservación,... Es ético porque todas las empresas deben controlar el uso y administración de sus medios materiales y económicos.
- El deber profesional de informar y el deber ético de ganar dinero constituye un mismo deber. En todas las instituciones están siempre presentes estas dos dimensiones
- Una empresa informativa está legitimada si está en condiciones de asegurar profesionalmente que lo que difunden es información y no otra cosa.
- Desinformar es una disfunción social. Constituye una disfunción social ganar dinero desinformando. Pero también es una disfunción social perder dinero informando.

- Las empresas informativas tienen un deber prioritario con sus lectores y anunciantes, y un deber secundario con sus empleados y accionistas.
- El planteamiento de llenar vacíos reales o imaginarios del mercado publicitario, más que alcanzar objetivos periodísticos determinados, secuestra casi irremisiblemente a la información en beneficio de la publicidad.
- Tanto lectores como anunciantes son los destinatarios de las acciones de la empresa informativa.
- La diferencia entre la calidad y lo que vende es mucho más pequeña de lo que se supone. La calidad informativa termina siempre por imponerse a medio y largo plazo.
- Probablemente exista una relación entre calidad circulación. Ahorrar en calidad es a medio y largo plazo disminuir los beneficios.
- Todas estas conclusiones son válidas tanto para las empresas públicas como para las privadas.
- Las empresas de información pública, al igual que las privadas, tienen el mismo deber de informar y de ganar dinero. No tienen ni finalidades ni éticas diferentes.
- La única diferencia entre ambos es que las empresas informativas privadas han de ser la regla y las públicas la excepción.

### **3.7 Hacia una ética unitaria, común y participada en las empresas informativas.**

Tendríamos empresas informativas mejores si supiéramos integrar la sensibilidad de todos hacia el periodismo de calidad, con la sensibilidad de todos en la construcción de la comunidad, más la sensibilidad de todos por ganar dinero.

Esta ética unitaria exige luchar por dos objetivos:

- Dotar a la empresa informativa de principios editoriales y éticos, claros, operativos que comprometan a toda la empresa.
- Reconocer con hondura las singulares características que tiene la relación de trabajo de los periodistas.

### **3.8 Los principios editoriales y éticos**

Las empresas informativas son auténticos microcosmos delimitados por su solera, sus tradiciones, su cultura y estilo de vida, por sus principios editoriales y éticos.

Los principios editoriales y éticos son difíciles de formular. No pueden entenderse como una cuestión burocrática, descomprometida y sin trascendencia. Por eso a veces se tiene miedo a elaborar un código ético y por eso a veces tampoco sirven de mucho, porque están elaborados con palabras grandilocuentes y abstractas.

No es suficiente con decir que los principios editoriales son la promoción de los valores constitucionales, la pluralidad, la independencia de la información. Los principios editoriales deben dar cuenta y razón del pensamiento colectivo concreto que, en cada empresa, inspira los contenidos informativos, las posiciones editoriales, y el estilo ético de la actuación informativa.

Si los principios editoriales están expresados de forma clara, concreta y operativa, unificarán el ser y el operar empresarial y estarán llamados a ser verdaderos principios de eticidad en la actuación de la empresa informativa, con amplias repercusiones internas y sociales.

La transparencia de los verdaderos principios editoriales y éticos constituye la transferencia más importante que interesa asegurar.

### **3.9 Las singulares características que tiene la relación de trabajo de los periodistas**

Un periodista no es un mercenario. Una empresa informativa no marca un rumbo informativo e ideológico a golpe de improvisación o de presiones exteriores o interiores. Tampoco el periodista es un infiltrado que, sin lealtad empresarial, busca solo sus intereses personales.

El trabajo informativo es trabajo propio de una profesión liberal que necesita independencia intelectual y moral. Algo que ha de compaginarse con el hecho de trabajar en una organización, sin ser un verso suelto.

Tiene una importancia decisiva aclarar que la obediencia y la disciplina de un periodista quiere decir que debe obedecer voluntariamente:

- a la ética informativa
- a los principios editoriales y éticos de la organización.
- a las indicaciones técnicas que se pueden exigir en razón de la necesaria coordinación intraempresarial.

No se requiere del periodista una prestación laboral cualquiera, sino una prestación modalizada precisamente en una dirección concreta: la que marcan los principios editoriales y éticos de la empresa informativa con la que está vinculado contractualmente.

## TEMA 4: LA ÉTICA EN LAS ORGANIZACIONES INFORMATIVAS: LA ACTUACIÓN EN CONCIENCIA

La ética contemporánea trata de resolver adecuadamente las tensiones y conflictos que surgen cuando un profesional intenta actuar en conciencia. En el caso de la información, el tema supone revisar el origen de dichos conflictos y plantear soluciones.

### 4.1 Coordinadas del problema

Los elementos básicos del problema son:

- I. La conciencia es personal e intransferible, nunca colectiva ni alienable. Todos los elementos objetivos, colectivos o generales que condensan perspectivas éticas no son otra cosa que indicadores que sugieren un tipo general de respuesta. Las normas éticas de la profesión informativa, códigos de conducta, estándares de calidad, criterios de actuación son sólo referencias para tomar una posición ética. Son una ayuda, pero no son la conciencia ni pueden suplirla.
- II. El trabajo de los informadores es típicamente intelectual, espiritual. Moviliza y compromete el ámbito moral. La Información, la comunicación de ideas, hechos y opiniones, tiene una sustancia simbólica que afecta directamente a la sensibilidad, al conocimiento, a la técnica, a la estética y, por supuesto, a la ética.
- III. En el campo ético, el informador responde siempre ante su conciencia de todas sus acciones personales. Es siempre responsable de sus acciones u omisiones informativas. En el terreno ético sólo existe un criterio: la responsabilidad ética es, como la conciencia, personal e intransferible.
- IV. El trabajo de los informadores es y necesita esencialmente acciones del entendimiento y de la voluntad, precisamente por esto y porque compromete su personalidad, porque su conciencia está llamada a responder personalmente, el informador necesita libertad, poder comprometerse; es decir, poder actuar con libertad, con conciencia y a conciencia.
- V. Todas estas características deben darse en el seno de una organización. El periodista casi siempre estará vinculado a una empresa informativa, que aparece regida por los principios de coordinación, integración, colaboración, jerarquía y corresponsabilidad, que parecen contradecir o dificultar el principio ético de la respuesta personal en conciencia.

### 4.2 La conciencia

En las dudas, en los conflictos personales, en las circunstancias de plenitud o de dolor, la conciencia se hace notar más que en otros momentos.

Más vívida o más oscura, la sensibilidad humana afina la conciencia y la vuelve presente en la acción cotidiana.

### 4.3 Dos modos de entender la conciencia

- *Autoconciencia del yo*, porque construye la ley personal del bien y el mal. Cada hombre crea su propia escala de valores y se juzga a sí mismo. Así, se vuelve pura subjetividad, cambiante acerca de la validez de su comportamiento ético, al ser prisionera del voluntarismo personal.

- *Medida que puede medir*, porque ella misma tiene una medida inicial. Está llamada a medir todos los actos humanos, a reconocer el bien y mal moral en las circunstancias concretas y personales de decisión. La medida previa de la conciencia es la naturaleza humana y la naturaleza de la información, en el caso de la ética profesional informativa. La naturaleza de la información dota a la conciencia de un sentido interno de medida, de una capacidad natural de reconocimiento del bien y del mal moral, aquí y ahora, en las circunstancias concretas y personales de la decisión.

#### **4.4 La medida de la conciencia en el ámbito profesional**

La conciencia como una realidad que es susceptible de medir porque ya tiene medida, constituye un acto, un juicio, un dictamen de entendimiento práctico que el hombre concreto y singular que califica, aquí y ahora, como ética o no ética una acción u omisión presente o pasada.

La conciencia necesita movilizar los criterios, las ideas, las verdades que son capaces de iluminar el juicio práctico de la inteligencia ante los hechos y las posibles decisiones que deben evaluarse.

En el caso de los informadores, procede la ética general. A ella se unen sin solución de continuidad, sin contradicción ni oposición, las exigencias propias de la naturaleza de la información.

Ambas luces se manifiestan de múltiples modos, pueden encontrarse numerosos vestigios en las ormas deontológicas redactadas por los profesionales de la información, y también en numerosos principios editoriales que rigen la actividad de las empresas y medios informativos.

#### **4.5 La actuación ética en conciencia y a conciencia**

La conciencia es llamada con toda razón “el único testigo” de la fidelidad o infidelidad del hombre, es decir, de su esencial rectitud.

Actuar éticamente en conciencia y a conciencia tiene numerosas manifestaciones:

- Obligación de formarse éticamente
  - Obligación de obedecer y seguir la conciencia personal bien formada
  - Obligación de no coaccionar la conciencia ajena: Esta obligación es una consecuencia lógica de la obligación de obedecer y seguir la propia conciencia.
- Ser consciente de que el juicio de la conciencia no es infalible. La conciencia puede equivocarse. Porque los hechos de que se parte son erróneos, porque los criterios éticos puestos en juego no son verdaderos o porque las conclusiones de aplicar los criterios a los hechos de la situación no están bien establecidas.

#### **4.6 Los conflictos organización-conciencia**

Puede decirse que todos los posibles conflictos éticos que pueden surgir entre la conciencia personal de los informadores y la organización en la que desarrollan su trabajo, nacen de la falta de armonía entre la ética de la organización y la del informador. Es por la desigualdad de posiciones que ambos tienen en su relación; en ella, el informador se encuentra en condiciones de inferioridad y con recursos mucho más limitados para su defensa ética que la organización.

Las situaciones más típicas son:

- La empresa en su conjunto carece de cosmovisión ética: falta unidad empresarial, no hay una ética común al conjunto de la empresa, de modo que las decisiones ética suelen ser erráticas, incoherentes y contradictorias.
- La empresa en su conjunto tiene una cosmovisión ética, pero que prácticamente no se vive. Los principios están redactados de forma demasiado abstracta, o son puras cuestiones obvias, o presentan escaso compromiso real. Es casi similar a la inexistencia de cosmovisión ética organizativa y el resultado es casi siempre la abundancia de conflictos en la redacción.
- La organización, sin contar con la redacción, cambia unilateralmente la cosmovisión ética. Puede ser un cambio radical o paulatino, casi imperceptible, pero continuo y de fondo, que choca con la ética de uno o varios o de todos los informadores.
- La cosmovisión ética de la organización es rechazada en parte por la conciencia personal de un informador. Se comparten plenamente algunas propuestas, otras resultan indiferentes, y otras no se comparten en modo alguno. Es prácticamente imposible que un redactor acepte sin reparos todos los principios editoriales que la organización le proponga.

#### **4.7 El punto de partida**

El punto de partida quizá más seguro para resolver o aliviar los conflictos que pueden originarse entre la conciencia personal y las acciones de la organización, es que la organización en su conjunto ha de disponer de unos principios editoriales y de unos principios éticos que reúnan estas características:

- Principios concretos, claros, comprometidos y expresos. Han de fijar la posición de la organización respecto a los temas propios de su cultura informativa. En definitiva, se trata de manifestar públicamente cuáles son los compromisos públicos que la organización asume en el ejercicio de su deber profesional de informar.
- Principios revisables. Los principios editoriales y éticos no son una carga, sino una ayuda eficaz para la cohesión, la eficacia y la unidad de la organización. Cuando están bien implantados fortalecen la moral interna de trabajo y evitan numerosos conflictos de conciencia, pero para que no se vean como una carga, deben revisarse periódicamente. Unas veces, porque han aparecido nuevos problemas a los que hay que dar respuesta, otras, porque ha cambiado la estructura económica, accionarial o directiva. Y siempre, porque estos principios no pueden convertirse en una miniconstitución pétrea que dificulte la vida, rebaje el nivel de concertación que deben tener y hasta haga odioso, por inamovible, su contenido.
- Principios únicos, participativos y compartidos por toda la organización. Los principios editoriales y éticos afectan y se aplican a toda la organización, no sólo a la redacción. Son idénticos para todos. Lo ideal es que hayan sido fruto del estudio, de la concertación, de la adhesión voluntaria y de la buena fe, ya que se trata de participar libre, sincera y lealmente en la cosmovisión de la organización.

No debe olvidarse que son esos principios los que dan consistencia al deber de lealtad recíproco entre la organización y las personas que la forman. Todas las personas de la organización deben conocer con la exactitud y profundidad oportunas los principios editoriales y éticos.

Es posible que, ante los principios editoriales y éticos de una organización, la conciencia personal pueda plantear una reserva; es decir, que se compartan plenamente la mayor parte de los principios formulados, pero que, en cambio, ni se acepten ni se compartan alguno de ellos.

Si un informador no comparte la mayor parte o la parte sustancial de estos principios, no es razonable que se integre en la organización; pero si sus salvedades son relativas o escasas, tampoco sería razonable que no pueda incorporarse a ella.

Cuando esto ocurra, la lealtad pide formular con claridad las salvedades a los principios; habrá que distinguir entre los principios que se aceptan y comparten y aquellos que no, pero que sí se quieren respetar mientras se forme parte de la organización.

El respeto de los principios que no se comparten implica, al menos, dos consecuencias:

- No atacar lo que no se comparte, es decir, convivir con tolerancia con lo que no se acepta.
- No hacer ni la defensa ni la apología ni participar en la difusión de lo que no se comparte.

Esto tiene su simetría en la organización: al respeto del informador por lo que no se comparte, se corresponde el deber de lealtad de la organización de no violentar su conciencia.

#### **4.8 Algunos instrumentos éticos**

La tensión que la profesión informativa ha sentido históricamente entre las exigencias de la conciencia personal y la obediencia a la organización, ha hecho fluir instituciones e instrumentos en defensa de la conciencia. Sin ánimo exhaustivo, vale la pena hacer referencia a tres instrumentos:

##### ***I. Cláusula de conciencia***

Nace de una preocupación ética, como una consecuencia de la dignidad de cada informador, del deber profesional de informar y del deber de lealtad a la organización. Informar obliga al informador a ser sincero consigo mismo, a no traicionar su propia conciencia, a ser leal con los principios editoriales y éticos que vertebran la organización. Puede ocurrir que los principios de la organización se modifiquen sustancialmente. Si estos cambios o modificaciones afectan a la conciencia del informador de manera que le impidan continuar trabajando en el nuevo contexto, la cláusula de conciencia le permite abandonar voluntariamente la empresa, percibiendo, sin embargo, una indemnización.

Se entiende que la incompatibilidad entre la nueva situación y la conciencia del informador no prescribe ni está sometida a plazo alguno.

##### ***II. Objeción de conciencia:***

El informador invoca su conciencia para no hacer algo que la organización le pide que haga. Se activa ante un caso concreto relacionado con el enfoque o el contenido de una información o con los procedimientos sugeridos o mandados para obtenerla. Es la resistencia que la conciencia del informador opone por fidelidad a sus propias convicciones éticas a una orden o a un mandato de la organización informativa.

Los estatutos de redacción han ido incorporándola paulatinamente a su contenido, aunque si bien es cierto que en ocasiones lo hacen sin distinguir demasiado entre estos tres instrumentos.

### ***III. Dimensión moral del derecho de autor,***

Se asienta sobre una doble raíz. La peculiar relación que existe entre un autor y su obra tiene consideraciones económicas y morales. Es precisamente en este ámbito donde pueden situarse algunas soluciones a los eventuales conflictos entre la conciencia de los informadores y la organización.

Esta dimensión moral del derecho de autor fortalece la idea de que el informador responde siempre en el campo ético por lo que ha hecho u omitido. Dicho de otra manera: si responde éticamente de los procedimientos que emplea y de los mensajes que elabora, no sólo ha de tener la libertad de comprometerse sino también el control último de su obra. Aquello que ha hecho o ha creado como mensaje informativo debe ser suyo.

Todo este planteamiento induce algunas consecuencias importantes:

- Ningún informador puede ser privado de su firma en los mensajes informativos que sean fruto de su creatividad, aunque, si lo desea, puede no firmar.
- La organización puede y debe hacer a los informadores las indicaciones técnicas precisas, que permitan que los mensajes elaborados se integren en una obra cooperativa y común como es un medio informativo.
- La edición, corrección, modificación o reelaboración de un mensaje por parte de la organización, si esas operaciones significan un cambio de fondo y alteran el sentido del mensaje en todo o en parte, han de ser consentidas por su autor. Sin ese consentimiento expreso, el informador no puede ni debe firmar ese mensaje.



## TEMA 5: LA ÉTICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Algunas críticas que se han vertido contra las RRPP son la reacción justa a las malas prácticas de una pequeña parte de sus profesionales; pero en otra gran proporción se han debido a su profundo desconocimiento. Ocurre, además, que bajo la denominación de RRPP se han acogido muy distintas y variadas actividades que han contribuido a desfigurar el sentido que les es propio.

Por otro lado, las RRPP aparecen mezcladas con otras actividades afines al campo de la comunicación, como la publicidad, la propaganda o el periodismo. Las RRPP tienen que ver con estos campos, pero no pueden equipararse con ninguno de ellos.

### 5.1 Las relaciones públicas son comunicación

La actividad de RRPP es básicamente comunicativa. La información de relaciones públicas siempre pretenderá provocar una reacción favorable hacia su emisor. Atraer la voluntad del receptor hacia sí, algo que también es propio de la actividad publicitaria. Pero los anunciantes pagan, mientras que los mensajes de las RRPP se publican y difunden por su puro interés informativo.

La piedra de toque de las RRPP también se halla en el derecho a la información; se trata de actuaciones informativas que tienen su origen en organizaciones.

Toda organización tiene una finalidad social o económica determinada, hacia cuya consecución se ordenan todas sus actuaciones.

Las organizaciones y empresas que no están dedicadas primariamente a la información, ejercen su deber de informar por una causa genérica y otra específica:

- Genérica: son, como toda persona física o jurídica, titulares del Derecho a la Información
- Específica: una razón de necesidad, porque necesitan la información para insertarse en la comunidad, relacionarse con las personas a quienes afecta su actividad y legitimar su propia existencia y probar socialmente que están cumpliendo su función social.

Las organizaciones existen para cumplir una función social en beneficio de la persona. Y porque las personas tienen, entre otros, un derecho a la información sobre la actividad de las organizaciones, éstas tienen el deber de informar.

### 5.2 Hacerlo bien y hacerlo saber

El objeto propio de las RRPP es lograr el entendimiento entre las organizaciones y sus públicos, a través de la información de sus fines y de sus actuaciones en el entorno social; intentando crear un estado de opinión favorable a la organización.

En otras palabras, puede decirse que la cuestión central en las organizaciones es hacerlo bien y hacerlo saber.

Aunque las RRPP solamente producen su efecto propio en tanto en cuanto se proponen en forma sus mensajes y se comunican, está claro que este proceso final requiere múltiples operaciones previas, que también son relaciones públicas. A esta tarea de investigación y comprobación se podría sumar la de aconsejar a la organización todas aquellas medidas para que efectivamente cumpla con la finalidad

públicamente asumida y desarrolle su actividad dentro de los cauces éticos y legales. Esta es una de las funciones más fértiles y sin duda más beneficiosas de las RRPP.

Así se entiende que, en ocasiones, se defina a las RRPP como la conciencia de las organizaciones.

### **5.3 La espinosa cuestión ética**

Las RRPP han de enfrentarse a numerosos retos éticos. A la hora de tomar decisiones, el RRPP de una organización deberá tener en cuenta los intereses de varios grupos que pueden verse afectados, directa o indirectamente, por ellas. Intereses que pueden no coincidir o incluso ser contradictorios.

De esto modo, el trabajo de relaciones públicas está entrecruzado por el respeto a cuatro públicos básicos:

1. El cliente
2. La empresa
3. El público o públicos con los que hay que entrar en relación
4. Los colegas de la profesión

Y, por encima de todos ellos, pide el respeto hacia la propia conciencia personal.

El relaciones públicas no sólo puede, sino que debe hacer todo lo posible por defender los intereses de su cliente y lograr lo mejor para él. Las actividades, mensajes y procedimientos que se pongan en juego no pueden dañar injustamente a otros. Eso implica que algunas prácticas de RRPP, aunque aparentemente beneficien al cliente, se deben rechazar porque son en sí mismas incorrectas o van a ocasionar gratuitamente daños a otras personas individuales o al orden social.

El mismo hecho de aceptar una cuenta puede plantear un conflicto ético al profesional si no comparte los principios que animan al cliente.

Pero no sólo el profesional de las RRPP debe exigir y velar porque el cliente desarrolle su trabajo de acuerdo con cauces éticos, sino que también tiene una serie de deberes hacia el cliente, siendo el más obvio trabajar con la máxima profesionalidad posible para realizar un trabajo de calidad.

El RRPP, en el desempeño de su trabajo, maneja una cantidad de información importante y valiosa que pertenece a la organización y que no puede utilizar sin su permiso, y mucho menos contra su decisión. La relación entre el cliente y el RRPP ha de estar basada en la mutua confianza. Y este deber de lealtad ha de conservarse incluso cuando el antiguo cliente deja de serlo. Este mismo deber de lealtad exige evitar cualquier situación que pueda generar un conflicto de intereses.

### **5.4 A vueltas con la verdad**

Uno de los temas que más problemas plantea a los relaciones públicas es el deber de decir la verdad. Lo que en ningún caso se puede hacer es difundir información falsa o que lleve a confusión o engaño del receptor. A pesar de esto, se permite un margen mayor que en el periodismo para no revelar toda la verdad, siempre que se cumpla el siguiente criterio: en las RRPP puede no darse a conocer toda la verdad ni todas las verdades, cuando estas omisiones no representen un perjuicio para el receptor, para terceros o para el interés general.

Además, debe exigirse a la organización que dé a conocer en todo caso los hechos verdaderos, significativos y relevantes que prueben o confirmen su funcionalidad social, su coherencia, sin distraer la atención hacia aspectos llamativos, pintorescos o anecdóticos que poco o nada tienen que ver con la finalidad de las RRPP.

La exageración puede llegar a ser finalmente otra forma de quebrantar el deber de decir a verdad. Se puede exagerar por la selección que se hace de los hechos y por el énfasis con que se formulan. El problema ético comienza cuando se exagera tanto que la exageración se transforma en una falsedad.

### **5.5 El ojal y el botón**

Es cierto que las RRPP necesitan a los medios para difundir sus informaciones, así como estos necesitan de las RRPP, porque son o pueden ser una fuente para sus contenidos. Se prestan ayuda mutua, pero no es fácil articular su relación debido a:

- El diferente concepto de noticia
- Sería impropio pedir a las RRPP que llamen la atención de los medios sobre las malas noticias de la organización, pero sí parece exigible que las RRPP sepan presentar honradamente estos hechos cuando los medios les interroguen sobre ellos.
- Los principales problemas éticos en la relación suelen originarse en las RRPP que intentan ablandar la capacidad crítica de los informadores; situar estratégicamente la atención informativa fuera del verdadero centro de interés; crear un contexto de actuación que lleva a los periodistas a caer en incompatibilidades o conflictos de interés; omitir la identidad del relaciones públicas o el verdadero motivo de su mensaje.
- La falsedad o inexactitud contenida en los ‘press releases’ o ‘video news releases’

La relación de los relaciones públicas con los periodistas es una relación de fuente a informador. Es una fuente de información más, no la única ni la más importante. Es una fuente abiertamente interesada.

Y como en toda relación fuente-informador, ha de hacerse un esfuerzo mutuo para cultivar y mantener la confianza; en resumen, debe estar regida por los principios mutuos de independencia mutua, cooperación y mutua lealtad.

En ningún caso, las RRPP pueden tener un fin interesado, mercantil, de imagen de producto, o de organización. Si estos efectos se producen son siempre accidentales, nunca esenciales a la naturaleza del mensaje de RRPP.

### **5.6 Antes que sea tarde**

Si la organización está prestando un servicio a la sociedad, precisamente el previsto y comprometido en sus fines objetivos, el trabajo de RRPP se traducirá en una mayor y mejor aceptación por parte de los públicos.

Para lograr credibilidad y, por tanto, el éxito, hay que poner a trabajar a la ética. No sólo eso: una adecuada reacción ética ante una situación de crisis puede ser la clave para recuperar la credibilidad perdida. Es decir, un mal desempeño desde el punto de vista ético va en contra de lo que los relaciones públicas pretenden construir: la credibilidad y confianza del público y la armonía social.

## TEMA 6: LA ARMONIZACIÓN ENTRE EL DERECHO A LA INFORMACIÓN Y LOS DEMÁS DERECHOS HUMANOS

La piedra toque de los derechos humanos se llama armonía. La armonía de su integración, sin mutilaciones ni asperezas al ensamblar sus contornos.

Hablar de derechos humanos es hablar del hombre, no pueden deshumanizarse.

El desafío intelectual mayor, ético y jurídico, es siempre coordinar los derechos humanos. El reto es, por ejemplo, coordinar el Derecho a la Información, el Derecho a la Vida, el Derecho al Honor, el Derecho a la Intimidad y a la Vida Privada y el Derecho a la Propia Imagen.

Los derechos humanos se sustentan sobre la infraestructura de la libertad, porque desde las revoluciones del siglo XVIII se conciben como libertades; se rechazaba la idea de que el hombre *tuviera* libertad, y se sustituía por la idea de que el hombre *era* libertad.

Desde esta mentalidad, la armonización de las diferentes libertades en la esfera pública equivale a su limitación desde fuera, desde la esfera del Poder.

A partir de aquí, los derechos se sustentan sobre la infraestructura de la libertad, pero son verdaderos y propios derechos, dotados de un contenido esencial.

La idea de que los derechos humanos tienen un contenido esencial que no se puede olvidar, modificar o conculcar, es una fórmula interesante de salvaguardia. Detrás de ella está la convicción de que los derechos humanos son realidades objetivables, escapan de la arbitrariedad en su construcción, no son simplemente lo que el Poder quiere que sean.

Por eso, los derechos humanos no deben ser jurídicamente desvirtuados, aunque, de hecho, se desvirtúan con evidente justicia. El deterioro máximo se da en todas aquellas posiciones que propugnan o defienden un auténtico canibalismo jurídico, que se da cuando se mantiene que un derecho humano puede devorar a otro, o si se defiende que sólo cabe devorar una parte de otro derecho humano.

No parece que el destino final de los derechos humanos sea su desaparición total o parcial, su derogación práctica, el sofocamiento existencial precisamente a manos de otros derechos humanos.

Lo que parece más acorde con la naturaleza y el sentido de los derechos humanos es que vivan, convivan y coexistan entre sí íntegramente.

El sentido final de los derechos humanos es la armonía, no su sacrificio, mutilación o desmembramiento.

La tarea de todo informador es, en consecuencia, reconocer y explicitar con la mayor nitidez posible el perfil de cada uno de los derechos humanos, sin perder de vista ni al hombre ni a los demás derechos humanos. Sin olvidar que todos los derechos humanos tienen en sí el principio de la no contradicción.

## TEMA 7: LA PASIÓN DE DAR LA VIDA\*Texto sin revisar

El espíritu de nuestro tiempo, como en realidad ha ocurrido más o menos en todos los tiempos, ha decidido cuestionar los pacíficos fundamentos de casi todo.

Algo tan directo y espontáneo como la vida se vuelve problemático. Hasta el punto de que resulta rigurosamente oportuno plantearse qué es la vida, por qué hay un derecho a vivir, y para qué tiene el hombre ese derecho a la vida.

Vivir es el requisito para todo lo demás. Pero, hoy en día, hay un debilitamiento notable en la conciencia del Derecho a la Vida. En Occidente, se da una negación indirecta de la vida presentada como la principal fórmula para resolver los conflictos. Las posiciones antivirales aparecen inducidas a partir de:

- Una orientación filosófica individualista: de acuerdo a este INDIVIDUALISMO ANTROPOCÉNTRICO, el hombre aparece, entonces, ante el hombre, no como titular potencial de derechos, sino como un simple objeto expuesto al dominio de los demás. Según Heidegger, ninguna época como la nuestra ha sabido menos qué es el hombre.

- La primacía de aparentes valores sociológicos sobre la vida misma: son aparentes, porque no resultan imaginables unos verdaderos valores sociales que no arranquen ni se sustenten en beneficio del hombre. Dice Blázquez que la persona parece disolverse en aras del mito social que “psicológicamente reemplaza al principio de finalidad o fin último del hombre, el cual nace, vive y está destinado en y desde y para la sociedad como fuente suprema de valores”.

Piensa Leclercq que el “no matarás” es un juicio espontáneo referido a la primera de las evidencias morales, antes de cualquier razonamiento. Resulta, entonces, tan espontáneo y directo el deber de respetar el don de la vida, que apenas se siente necesidad de demostrar su existencia. El Derecho a la vida es para muchos, y debiera ser para todos, algo evidente.

La vida aparece bien como:

- Inasequible, un sueño que no importa quitarse de en medio
- Pura levedad
- Un ejercicio difícil de armonización complicada y riesgos soberanos

Además, no tiene un sentido unívoco, pues se habla de la vida intelectual, religiosa, moral, amorosa, económica, política, social... La enumeración de los numerosos planos que contiene la vida humana manifiesta su riqueza material y espiritual, su carácter omnidimensional. Pero es preciso ascender hasta el núcleo que hace posible todas estas facetas, que es “ser y mantenerse en la existencia humana, existir y subsistir, nacer y no morir a mano de hombre”.

La vida, considerada como un derecho, no puede reducirse únicamente a su dimensión biológica. Tiene también una dimensión espiritual. Porque la vida del ser humano se refiere a una unidad de cuerpo y alma racional. La persona humana es un bien en sí mismo. Por el contrario, para la llamada ÉTICA DEL HIGIENISMO, la referencia moral, por el contrario, se encuentra en ese aspecto biológico, es decir, en la vida física, que se convierte así en el valor supremo. Esta ética se manifiesta en la falta de límites para la acción médica sobre las personas y se basa en el placer obtenido a través de las funciones corporales y que, por tanto, justifica en último extremo la eutanasia y el suicidio, porque cuando la salud se pierde sin solución o aparece el dolor, ya no se espera nada del cuerpo.

De acuerdo con el conocimiento científico, la vida humana comienza su existencia en el momento de la concepción y, desde este momento hasta su muerte, existe una continuidad en la persona que permite su identificación en cualquier momento con lo que era antes y el que será después.

Son muy intensos los esfuerzos por diluir el valor de la vida humana, a la vez que se insensibilizan las conciencias para hacerlas capaces de transigir con actos moralmente inaceptables, como las prácticas abortivas. El hijo no deseado, no planificado, se convierte en un indeseable al que no hay que dejar nacer. Incluso se llega a decir que no es una vida humana. Con la legalización del ABORTO se ha disparado el tráfico del llamado “material biológico disponible”, eufemismo que se aplica a los fetos y embriones humanos destinados a la investigaciones. Pero tienen dignidad y derecho a la vida; son seres humanos a quienes se debe respeto desde el primer momento de su existencia, y como tales, no pueden ser objeto de experimentos científicos ni prácticas comerciales.

A veces la argumentación abortista difunde la idea de que no todas las vidas humanas son dignas de ser vividas. Entonces, se impone necesariamente establecer un catálogo de distintas categorías humanas llamadas a no nacer o morir. Esta línea de actuación termina afirmando que la condición humana no está en el propio ser, sino que depende de la voluntad de los demás. La vida se hace así manipulable.

La abolición de la esclavitud constituyó un hito en la historia de la humanidad, precisamente porque parecía poner fin a la posibilidad de que un sujeto fuera tratado como un objeto. Pero la abierta apología del aborto supone la frustración de este proceso tan positivo. Y se vislumbra ya la amenaza de la legalización de la EUTANASIA, la “muerte deliberada de un ser para ahorrarle sufrimientos, particularmente producidos por una enfermedad incurable”. Es una contribución al desenvolvimiento positivo de la economía mundial mediante la planificación de la 4ª edad que requiere la eliminación de los ancianos que estorban, que no producen y que constituyen una carga para los gobiernos: pensionistas, jubilados, o enfermos que necesitan terapias costosas. Se trata de un asesinato por motivos socioeconómicos, entendido como un servicio a la sociedad.

La vida humana no es algo de lo que se puede disponer libremente, sino un don que hay que defender en todo momento, porque el hombre ha sido llamado a la vida, no a la muerte. Y junto al deber de conservar su vida, tiene también el deber natural de aceptar su muerte, pero no de buscarla. Toda persona tiene derecho a:

- Llegar a la vida, imposible con el aborto o la manipulación genética fraudulenta.
- No ser víctima de un homicidio o de un ataque a su integridad física: homicidios de cualquier tipo y todo lo que viola la integridad de las personas, como la tortura o la mutilación, la violencia sexual, la experimentación biológica, el uso de drogas...
- No producirse a sí mismo la muerte: suicidio
- No ser víctima de eutanasia

El “no matarás” que protege al hombre ante cualquier ataque contra el derecho a su vida, se complementa con la necesaria protección de la naturaleza, que hace posible o facilita el existir o subsistir de los hombres. En este sentido, afectan también al derecho a la vida las agresiones a la naturaleza, como la contaminación atmosférica, las talas indiscriminadas de grandes superficies selváticas, las matanzas masivas de animales... El hombre se ha convertido en un temible depredador cuyos actos destructivos son manifiestamente contrarios al papel creador y conservador que le fue asignado.

### **7.12 Información y derecho a la vida**

Los mensajes informativos no pueden desconocer el derecho a la vida. Sin embargo, lo lesionan frecuentemente, a veces gravemente, pues, en ocasiones, pueden llegar a matar., favoreciendo o induciendo a la ejecución de una muerte. “El lenguaje puede construir una vida o destruirla”.

Desde un punto de vista ético a la vez que jurídico, no todo lo que se puede comunicar es comunicable. Hay que dejar claro qué no es información, sino deformación, la comunicación de hechos, ideas y opiniones que tratan de justificar la acción de matar o el suicidio como actos buenos. Del mismo modo es de justicia ensalzar las actuaciones de quienes se arriesgan a perder la vida o la pierden en el ejercicio de su deberes profesionales, en aras de la caridad o por razones heroicas.

Los medios tienen el deber de colaborar con las autoridades sanitarias en todo lo que se refiere a la protección de la salud y a la prevención de su pérdida o deterioro. Asimismo han de ajustarse estrictamente a las disposiciones oficiales en materia de publicidad de alimentos, armas, drogas... Tampoco es coherente poner un énfasis mayor en la defensa de la vida de la naturaleza que en la vida humana.

La información no está al servicio de la deshumanización, al servicio de la cultura de la muerte, sino al servicio de la vida. Defender la vida es un acto de respeto al hombre. La responsabilidad a favor de la vida está en la base de la cultura moral de toda sociedad. Y cuando el hecho de la muerte se trivializa, se vacía también parte del sentido de la vida.

## TEMA 8: LA INFORMACIÓN DE LO PÚBLICO, LO PRIVADO Y LO ÍNTIMO

### 8.1 Cinco conclusiones anticipadas

1. El ámbito de los que puede ser objeto de información y comunicación pública se determina con ayuda de 3 categorías básicas: Existe lo público, lo privado y lo íntimo.
2. Existen diferencias de orden cultural entre lo íntimo, lo privado y lo público. Lo íntimo, lo privado y lo público tienen la unidad de la persona humana, reflejan su diversidad.
3. Lo íntimo es sólo informable si se dan dos condiciones: La intimidad debe haber sido exteriorizada libremente por la persona que es su sujeto y esta exteriorización voluntaria de lo íntimo debe tener relevancia pública
4. Lo privado no es, en principio, objeto de información y comunicación pública. Admite excepciones; cabe el consentimiento, a través del cual se legitima la transferencia de lo que es privado al ámbito de la información pública; y cabe también informar de lo privado si esos hechos, acciones o circunstancias privadas tienen una conexión inmediata, directa y clara con el ámbito de lo público.
5. Lo público es el ámbito propio de la información y la comunicación social. Las excepciones a la publicidad de lo público, si existen, han de ser mínimas y plenamente justificadas por la defensa y salvaguarda de un derecho que sintetiza todos los intereses sociales: el Derecho a la Paz.

### 8.2 Entre la absoluta soledad y la absoluta publicidad

El hombre es uno mismo desde que nace hasta que muere, aunque sea en su vida múltiple y diverso. También el hombre es, desde lo íntimo a lo privado o lo público, uno y único. Los diferentes personajes que el hombre ha de desempeñar en el ámbito privado o público son, en realidad, una misma e idéntica persona.

Entre la absoluta soledad (donde el hombre encuentra su propia vida) y la absoluta publicidad (donde el personaje lucha por imponerse a la persona) hay infinitas gradaciones: desde el yo individual hasta la persona que se hace en sociedad.

### 8.3 El ámbito de la intimidad

La intimidad solamente se da en el hombre. Referida a su mundo interior, sólo puede existir e la medida que el hombre es consciente de ella y comprende su sentido. La intimidad es genuina, incapaz de toda ficción o dramatización; es el punto de apoyo y partida para la proyección de la persona en la vida social; la instancia que filtra y amortigua las influencias no deseadas por la persona.

La intimidad no es ni la vida privada ni la vida pública, pero en toda vida – privada o pública – está presente la intimidad y debe ser respetada.

Toda la fortaleza sustantiva de la intimidad se hace fragilidad al plantearse su comunicación: se destruye en tanto es conocida por otro, por el simple hecho de su comunicación. La intimidad se fundamenta en el espacio que, consciente y voluntariamente, le atribuye su titular, la propia persona. Sólo la voluntad personal puede convertir la intimidad en objeto de información; pero la información de la intimidad es su misma destrucción.



De la intimidad nace toda la ternura humana, la percepción poética, los sentimientos más nobles; pero también toda la vileza, la miseria y el horror de que el hombre es capaz.

#### **8.4 Comunicación privada o pública de la intimidad**

¿Para qué se comunica la intimidad? ¿Existe algún ámbito donde tenga sentido hacerlo? Posiblemente sí, pero lo que es seguro es que el ámbito de la comunicación pública no es el adecuado.

Hay cosas que deben darse a conocer sólo y exclusivamente en la sede familiar o en el pequeño círculo de amigos o en el Consejo de Administración de una pequeña sociedad anónima, o en la consulta de un médico, un psiquiatra, ante la rejilla de un confesionario, en un diario,...Lo que resulta inadecuado es desplazar la comunicación que pertenece a estas sedes y trasladarla hasta la mediación pública de un periódico, una radio o una televisión.

En la comunicación de la intimidad pueden darse todas las finalidades imaginables, pero cuando esta comunicación quiere hacerse social y pública, se requiere una determinada y precisa finalidad: que aquello sirva para la construcción de la comunidad; es decir, que tenga relevancia comunitaria. Corresponde, en primer término, a cada persona calibrar si su intimidad tiene ese valor; y corresponde, en todo caso, a los informadores profesionales afirmar o negar el pretendido valor comunitario de aquella intimidad.

#### **8.5 El mundo o el absoluto fuera**

Desde la pared externa de la intimidad se extiende lo privado y lo público, se despliega en sucesivas gradaciones desde la privacidad micrográfica hasta la máxima expresión de publicidad, que es la vida política o la vida externa del político.

A diferencia de la intimidad, que es genuina e incapaz de ficción o dramatismo, el mundo exterior, el fuera, es el mundo de la representación, donde la propia vida se entrelaza y complementa con la de los demás. Desde su intimidad, el hombre se proyecta hacia fuera tal cual es, pero su dimensión social requiere ya un rostro, un gesto, un lenguaje, unos silencios, presencias y ausencias sociales que dan a su vida una dosificación de dramatismo.

#### **8.6 Lo público y lo privado a la luz de las mediaciones sociales**

La línea que en ese fuera señala las categorías de lo privado y lo público está claramente influida por un factor histórico. Hay una percepción variable de lo que es privado o público en función del tiempo, de las revoluciones, o de la forma de entender el hombre y los hombres.

La divisoria entre lo público y lo privado se mueve también a impulsos de los propios actos personales. Hay hombres que acotan un campo mayor o menor de privacidad que otros.

¿Qué finalidad tiene hacer pública una información?

El interés comunitario de la información admite grados y una cierta jerarquización. Todo lo que ocurre en ese fuera, absolutamente todo, tiene un interés comunitario. Nada de lo que ocurre en el mundo exterior es irrelevante en términos sociales. La cuestión decisiva es entender que todo tiene relevancia comunitaria, pero en relación con determinado ámbito social.

El conocimiento de la vida privada sólo necesita de una mediación privada y agota su conocimiento en el ámbito privado. El público se asombra muchas veces a falta de sensibilidad de los informadores ante la intimidad y la vida privada de las personas.

### **8.7 Sólo excepcionalmente lo privado es informable**

El principio de que no puede ser vulnerada por la información pública la vida privada, constituye la regla general. Sólo por excepciones cabe informar públicamente de las dimensiones que integran la vida privada. Así ocurrirá cuando lo privado tiene una conexión con lo público.

La vida privada siempre tiene un valor ejemplar social y una influencia en el comportamiento público. Pero es que, además, el ámbito de lo privado en los hombres públicos siempre es menor, en razón de su función, que en los ciudadanos corrientes.

Nunca resulta sencillo distinguir tajantemente entre la vida pública y privada.

### **8.8 Pública, publice**

La comunicación pública se justifica plenamente porque versa precisamente sobre las cosas públicas.

### **8.9 Aviso importante**

Los medios informativos son ellos mismos parte de lo público. Con independencia de que sean gestionados por actores públicos o privados, los medios de comunicación social cumplen siempre una función pública. Por eso deben ser un modelo de transparencia. Como parte de esa función pública, corresponde a los medios de información (empresarios y periodistas) decidir qué es lo íntimo, lo privado y lo público a efectos informativos.

Y sólo después de que acierten o se equivoquen al decidir la información, serán los jueces los llamados a decir la segunda y definitiva palabra.

## TEMA9: EL DESAFÍO DE INFORMAR CON HONOR\*Texto sin revisar

El Derecho al Honor debe coordinarse con el Derecho a la Información. Pero algunas empresas informativas y algunos periodistas ven, en la interpretación práctica que se da al concepto de Honor, una amenaza para el libre ejercicio del Derecho a la Información. La sociedad, por su parte, se considera desprotegida frente a lo que percibe como continuos ataques a su honor por parte de los medios informativos.

Las normas que tratan de coordinar información y honor no consiguen con frecuencia equilibrar ambos derechos, y establecen teórica o prácticamente la supremacía de uno sobre otro. O que invade es, pues, un clima de escepticismo sobre el honor y la información, dos conceptos que plantean numerosos interrogantes, que se mueven en el escenario que tiene las siguientes coordenadas:

- La información está reconocida como un derecho humano que reclama una adecuada coordinación con otro derecho: el derecho al honor
- Al ampliarse el concepto de vida pública, se amplía en igual medida el ámbito de la información.
- La armonización entre honor e información carece de sentido si no se apoya en una clara depuración del concepto de honor y de su diferenciación de otros conceptos afines.
- La coordinación entre información y honor tiene aspectos éticos y jurídicos insustituibles. Pero la coordinación eficiente exige también un amplio nivel de persuasión.

Algunas de las razones por las cuales el concepto de honor es para muchos opacos pueden ser:

- Su dificultad conceptual
- Sus borrosas fronteras con otros conceptos afines como honra, fama, autoestima...
- Sus cambiantes significados históricos, que pueden inducir al escepticismo.

El valor fundamental del que hay que partir en la indagación del honor es el de la dignidad, de la que cabe hablar en un doble sentido:

- Dignidad ontológica o natural: de toda persona por su condición de especie biológica singular, singularidad que proviene de su perfección constitutiva, de su composición de alma y cuerpo. Es, en definitiva, el valor que cada hombre tiene por creación. Todos los hombres nacemos igualmente personas.
- Dignidad moral: consecuencia de la capacidad de autoperfección del hombre. Toda persona adquiere y modifica sus hábitos operativos hasta configurar, en el transcurso de su vida, una personalidad psicológico-moral nueva y capaz de trascendencia. Es, por tanto, operativa, progresiva y diferenciada.

La relación que existe entre dignidad y honor fundamenta estas conclusiones:

- La radical igualdad del fundamento del honor
- La desigualdad radical del honor como consecuencia de la diferenciada dignidad moral de cada hombre. En este sentido, cada persona puede tener un honor diferente, relacionado con su vida moral personal.

Se habla de 2 niveles de honor:

1. Como crédito moral: es el honor propio de toda naturaleza humana, de la dignidad ontológica del hombre, universal, pues, a todos los hombres, que permite a estos alcanzar su sociabilidad, es decir, vivir en sociedad. Es la confianza en que el hombre:

- Será reconocido sin discriminación por el resto de hombres
- Establezca relaciones intersubjetivas
- Pueda asumir libremente el cumplimiento de sus deberes consigo mismo y con los demás

En este nivel el honor no es sólo un derecho, sino también un deber.

2. Como proyección de todo valor: el honor es como la sombra de la virtud e implica la posibilidad, la potencialidad, de hacer rendir ese crédito moral, ya que el hombre tiene libertad y es capaz de obrar personal, responsabilizándose de sus actos, que junto a sus efectos, van a integrar el patrimonio moral de cada persona, que es diferente. El honor puede mermar, engrandecerse o llegar casi hasta su aniquilación. Pero la capacidad de arrepentimiento del hombre y la fuerza creadora de su libertad hacen posible recuperar el honor perdido. Es este, pues, el efecto social de todo valor vivido por el hombre.

El principio de totalidad que encierra el honor encierra 2 conclusiones importantes:

- Cura del escepticismo que puede nacer de la variedad de significados que ha tenido. Detrás de él ha estado siempre la proyección social de los valores. Lo que ha cambiado históricamente es el modo en que se han jerarquizado.
- Pone de manifiesto un aspecto interesante para enfocar correctamente las relaciones entre honor e información. Si todos los valores se consideran como causa eficiente del honor, hay que mantener la presunción de que todo hombre tiene un patrimonio moral que exige respeto.

Existen conceptos que no son necesariamente el honor, como la fama, la honra o la autoestima.

La confusión o equiparación de honor y fama es la razón de muchas disfunciones legales, o de la falta de comprensión social y política sobre el deber profesional de informar. La FAMA es esencialmente la imagen que otras personas o grupos sociales tienen de una persona. Es, entonces, algo variable, construible y hasta manipulable. Como opinión, es variable según el sujeto que opina. La esencia del HONOR, sin embargo, está en ser una "evaluación moral".

La estima social, cuando es la adecuada valoración social de los méritos de una persona, se puede llamar HONRA que, a diferencia de la FAMA, sólo puede ser una. Se habla así del Derecho a la Honra, que protege a la vez el patrimonio moral y la dignidad de una persona. Viene a ser, la trascendencia social del HONOR.

Este tampoco puede equipararse con la AUTOESTIMA, que es el sentimiento personal de la propia valía, que, tanto por exceso como por defecto, puede convertirse en una patología. La ARROGANCIA o la MINUSVALORACIÓN son enfermedades del espíritu. Sin embargo, la AUTOESTIMA es rigurosamente necesaria como despertador moral, que legitima al hombre para defender su dignidad y, también su honor cuando lo cree lesionado.

FAMA y AUTOESTIMA son subjetivas. HONOR y HONRA potencian socialmente la capacidad de comunicación que es, desde el punto de vista social, equivalente en buena parte a la idea de servicio. El honor resulta, por tanto, uno de los puentes de unión más fuertes entre la persona y la sociedad y uno de

los instrumentos más eficaces para constituir la sociedad. Cooperar con la información en la creación, conservación y consolidación de la comunidad social.

No se puede concebir una información recta que pueda ir contra el honor, ni que el honor pueda constituir un límite a la información. Actuar contra el honor es actuar contra la sociedad, tanto como lo es limitar la información. En ambos casos se comete una injusticia.

La fuerza comunicativa de todo valor, la clara incidencia social de las acciones radicadas en el honor, aumentan una de las dimensiones que tiene siempre la libertad humana personal: la contribución al interés general. Y la siembra de la cohesión social confiere a las acciones honrosas y a su titular una trascendencia social. Por otra parte, la decadencia del honor trae consigo un alto precio, que es la desintegración de la sociedad.

Se conocen 2 formas de atacar al honor desde la información, que son en el fondo una única cuestión: falta a la verdad del hombre concreto, quebrantar el deber de respetar la verdad, que es más que un límite, el constitutivo de la información de hechos y el constitutivo parcial de la de opiniones y juicios en la medida que versan sobre hechos reales históricos. Concluye Desantes que <<si se tiene derecho a la información y la verdad es un elemento constitutivo de la información, se tiene derecho a la verdad informativa”.

La información destruye el honor al faltar a la verdad esencial y existencial del hombre. Con independencia de los errores, los comportamientos antiéticos o la indignidad moral, subsiste el derecho al honor, es decir, a ser tratado informativamente como lo que es en realidad: una persona dotada de una dignidad.

La información de hechos verdaderos referidos a la vida pública o a la privada en conexión o con trascendencia en la vida pública nunca puede ser un ataque al honor. Por otra parte, la información de hechos falsos será casi siempre un ataque al honor.

Las ideas, hechos y opiniones susceptibles de ser informados son las que se adecuan al derecho al honor, que juega, así, un papel configurador del derecho a la información.

## TEMA 10: LA ÉTICA DE LOS PROCEDIMIENTOS

Para obtener una buena información no vale todo.

Posiblemente, el mayor obstáculo con que el profesional se topa, es la dificultad de resolver sobre la marcha este tipo de situaciones, porque aunque en ocasiones la solución está a la vista, otras se presenta oscura. Es entonces cuando surge la tentación de justificarse con la excusa de que así lo hacen los demás.

Claro está que lo que hacen los demás puede que no esté bien, puede que no sea ético, el argumento de que también los otros lo hacen no excusa al informador. Un profesional de la información tiene que estar preparado para discernir sin dudas lo que se puede o no se puede hacer, y actuar de acuerdo con su propio criterio, independientemente de lo que hagan los demás.

La ética de los procedimientos señala al periodista el deber de revisar los métodos empleados para la consecución de una historia, para que no se consiga de forma poco o nada ética. Plantea la cuestión de si “el fin justifica los medios”.

### 10.1 La información como *actum* y como *factum*

En el término información caben tres significados:

- Informar consiste en entender la realidad, dar a lo entendido la forma adecuada para que pueda ser transmitido por un medio de comunicación determinado conforme a un lenguaje propio, de manera que se entienda por quienes los reciben. Cada tipo de realidad dará lugar a un tipo de mensaje que, en relación con cada tipo de medio, necesitará una puesta en forma determinada.
- Mensaje al que se ha dado forma y se encuentra ya sobre un soporte, apto para ser difundido y recibido.
- La operación informativa completa, es decir, la suma de los dos significados anteriores. En este sentido, se habla de Información como institución.

De ahí que en la actuación informativa se distingan dos niveles:

- Agere o de los procedimientos que llevan a dar forma a una realidad
- Factum o resultado de ese procedimiento: el mensaje

### 10.2 El fin no justifica los medios

El *agere* se rige por un principio fundamental: el mensaje informativo no justifica, por sí mismo, cualquier actuación. Porque el deber de informar se extiende no sólo al mensaje sino también a todos los pasos o actuaciones previas que llevan a su obtención.

Con independencia de su resultado, el procedimiento informativo debe ser justo en sí mismo. Debe hacerse honor a una ética de los procedimientos. De no ser así, el mensaje queda éticamente invalidado. Así pues, tanto el mensaje final como el procedimiento, tienen que ser correctos en sí mismos.

### 10.3 Diez procedimientos problemáticos

Dentro de la ética de los procedimientos se encuentran algunos métodos de cuya corrección o incorrección es imposible dudar. Otros, sin embargo, no son tan evidentes. Estas son algunas situaciones ilustrativas de los desafíos que siempre comporta la ética de los procedimientos:

### ***I. Ocultación de la condición de periodista y cambio de identidad***

Una cosa es omitir la condición de periodista, no dar a conocer su identidad, y otra hacerse pasar por un profesional de otro tipo u otra persona distinta a la que es en realidad.

Ocultar la condición de periodista está plenamente justificada en determinadas circunstancias como, por ejemplo, en el caso de un crítico gastronómico.

Los problemas se agrandan cuando se produce un cambio de identidad. Ahí, el periodista miente, supone una actitud falsa ante las fuentes, un engaño. La mentira mina la confianza del público en los medios.

Puede haber, sin embargo, situaciones extremas en las que el cambio de identidad sea el único recurso para disponer de una información de innegable interés público. Aquí, la ponderación ética se hace mucho más difícil y dudosa y, quizás, en más de un caso aconsejaría el cambio de identidad del periodista.

### ***II. Abuso de confianza***

Hay periodistas que ejercen como tales las veinticuatro horas del día; para ellos es difícil, por no decir imposible, abdicar de ser periodistas durante algún momento del día. Lo malo de esta disposición es que pueda llevar a estos “periodistas de raza” a posturas incompatibles con la amistad, la confianza, y la vida privada propia o ajena.

El periodista no es una alimaña, un ser deshumanizado, un lobo estepario sin sensibilidad, sin raíces ni amigos, un depredador siempre al acecho para que su presunta víctima caiga en la trampa.

Las reglas de la ética obligan en principio al informador a identificarse como tal ante sus fuentes de información. Y le obligan a respetar la naturaleza del ámbito en el que la información se produce. El abuso de confianza no es un procedimiento informativo, aunque desgraciadamente se cultive algunas veces en la profesión. Un ejemplo claro sería la grabación de una conversación ajena sin consentimiento de sus interlocutores.

### ***III. Escuchas y cámaras disimuladas***

El empleo de cámaras ocultas, el uso abusivo de teleobjetivos, la manipulación de líneas telefónicas, son procederes censurables que aumentan en número y frecuencia con la aparición de nuevas tecnologías que facilitan la labor de espionaje del informador escasamente escrupuloso.

Los procedimientos técnicos no son buenos ni malos en sí mismos. Lo que realmente puede plantear un problema ético es su empleo: quién lo utiliza, cómo y para qué.

El criterio más generalizable podría ser este: todo medio técnico debe ser entendido como una prolongación de la persona del informador. Lo que no resulta ético en su actuación, cuando esta es personal, directa y sin mediaciones técnicas, tampoco resulta ético cuando se producen mediaciones técnicas más o menos refinadas.

### ***IV. Apropiación indebida de documentos***

No es exactamente igual que un periodista robe un dossier, o que utilice en provecho informativo un dossier o documentos que razonablemente puede pensarse que han sido sustraídos, o se aportan

infringiendo prohibiciones legales o deberes de fidelidad o de diligencia en la custodia de documentos o quebrantando secretos profesionales más o menos graves.

Es difícil justificar que el periodista acepte un tipo de documentación sospechosa sin indagar su origen. Debe hacerlo con todas las reservas que sean necesarias y hasta donde sea necesario. La razón última de esta obligación está en las propias exigencias informativas. Algo tan elemental como calibrar la verdad, fiabilidad y credibilidad de una fuente y de la información aportada requiere indagar su verdadero origen y la explicación de su tenencia.

La regla ética general es que ni se pueden robarse documentos ni pueden utilizarse documentos que dejan tras de sí una estela de infidelidades, ilicitudes en la actuación o deberes incumplidos.

Aunque puede haber excepciones, puede haber razones que justifiquen éticamente la entrega de este tipo de documentos a la prensa, así como su publicación y difusión pública.

Las razones no pueden deducirse sólo de la importancia informativa que pudiera tener el documento, sino también de la injusticia o de la ilicitud que supone retraer el documento del debido conocimiento público.

Toda esta constelación de circunstancias, con la difícil carga de apreciación en conciencia que conllevan, pueden convertir la aparente apropiación indebida en lo contrario, en la apropiación debida a efectos informativos, cuando la persona o la institución involucradas en el hecho no tenían ningún derecho a reservarse para sí una información o un documento que en realidad no les pertenece.

#### **V. “Periodismo de rebaño”**

Se aplica este término a la actuación de esos informadores que acuden en masa a ciertos acontecimientos y cuyo trabajo se concreta en unas informaciones que parecen y son calcadas unas de otras.

En este periodismo se detecta a menudo la existencia de una fuente que domina la situación y orienta la información en beneficio de sus intereses. En este sentido, los periodistas se dejan manipular por pereza, vagancia o comodidad. Son periodistas de rebaño.

#### **VI. Aceptación de dádivas, regalos y agasajos**

La influencia de los medios hace que tanto las empresas públicas como las privadas, los políticos, los organismos oficiales o no, las instituciones, aborden, cada vez con mayor frecuencia, a los periodistas en demanda de apoyo de algún tipo para sus intereses. Este fenómeno se ha incrementado considerablemente con el desarrollo de las nuevas actividades de las RRPP, gabinetes de prensa, despachos de influencias, asesores de imagen,...

A los informadores que asisten a los actos organizados por las fuentes interesadas se les suele obsequiar con un recuerdo de valor muy variable, cuya aceptación o rechazo depende del buen criterio del periodista para discernir entre un recuerdo amable y una insinuación de soborno.

La distinción entre unos casos y otros parece claro, habrá situaciones en las que el periodista familiarizado con los principios éticos de la profesión no tenga dudas al respecto. Pero si las tuviera, contará siempre con el recurso de acudir a los criterios establecidos para estos casos en múltiples códigos de conducta de medios informativos. Se sugiere en ellos, por ejemplo, que antes de adoptar



una decisión sobre la aceptación o no de un regalo, el informador tenga en cuenta las siguientes circunstancias:

- Si la invitación o regalo es general
- Si está dirigida al medio o a un periodista determinado
- Si su aceptación puede facilitar la obtención de una información de interés para el medio
- Si es posible conseguir esta información por otro procedimiento
- Si la aceptación de la invitación supone el compromiso de informar sobre determinada cuestión y hacerlo según los deseos de la fuente.

Si aún así el periodista no es capaz de despejar sus dudas, lo mejor que puede hacer es consultar con su director o redactor-jefe.

### **VII. “Periodismo de talonario”**

Se pone de relieve en 2 situaciones:

1. Cuando hay que recurrir al soborno para obtener una información que una fuente estaría obligada a dar en virtud del deber de informar, pero que se le niega al informador. Estos casos de soborno plantean cuestiones complejas. A veces en países con un alto grado de corrupción o un ámbito político muy enrarecido, es muy difícil encontrar informaciones y datos hasta elementales sin la práctica del soborno. Cabe distinguir 2 tipos de situaciones:
  - En las que la denuncia del chantaje tiene alguna eficacia política o jurídica: se ha de denunciar que la fuente obligada a informar no sólo incumple su deber sino que además intenta cobrar por dar información debida.
  - En las que no existe ni esperanzas ni garantía de que la denuncia sane nada: el informador, con pleno conocimiento de su empresa informativa, tendrá que optar por tener información mediante soborno u olvidarse de ella.
2. Cuando se compra información, no afectada por el deber de informar y casi siempre en exclusiva para el medio, mediante un precio: La práctica de pagar dinero a cambio de información disponible se está incrementando en nuestros días. La cultura de la gratuidad (dar gratuitamente información con la contrapartida de la publicidad, la trascendencia social, la fama y participar como ciudadano en el flujo de información) está dando paso a un proceso informativo donde todos los agentes de la información reciben una retribución económica, excepto el que aporta la materia prima de la información. Existen muchas formas de retribución, pero hay fuentes que no se conforman si la retribución no es dineraria. Mientras no se trate de información que deba incluirse en el deber de informar, nada se opone éticamente a difundir y recibir información mediante un precio y unas condiciones convenidas. Lo que ocurre en el periodismo contemporáneo es que la noción de agencia se ha extendido ambiciosamente y una multitud de fuentes se mueven, en el mercado de la información, con la estrategia de la oferta pública y la compraventa.

### **VIII. “Entrevistas de emboscada”**

Hay periodistas de dudosa ética que recurren a procedimientos poco limpios a la hora de realizar una entrevista, aprovechándose de su dominio de la situación para colocar trampas.

Son estas las “entrevistas de emboscada”, en las que el periodista a veces hace gala de una crueldad insospechada. Asalta a la fuente por sorpresa en el momento o lugar en que menos lo espera, o la entrevista ante una cámara que registre su confusión ante una pregunta comprometedor que provoque su malestar.

### **IX. Plagio de textos, fotos e infográficos**

En la práctica del periodismo se plagia demasiado. Bastante más de lo que se piensa.

Hay plagio cuando:

- Se copia literalmente una información sin citar a su autor
- Se funden todas las informaciones recibidas de diversas fuentes y se difunden como si fueran sólo del redactor que las firma
- Se copia la idea de un anuncio, aun cuando se utilice en la publicidad de un producto distinto

Siempre hay quien se limita a aprovecharse de la labor informativa de los demás. Hay periodistas que plagian por vagancia, otros, porque no ven nada malo en ello. Y también los hay que lo hacen por la presión del cierre. Es fácil para un redactor disfrazar un texto de otra persona cambiando el lenguaje e intercalando un par de cosas propias.

### **X. Invención de informaciones y creación de acontecimientos**

Puede ocurrir que los medios se hagan eco de acontecimientos inventados por otros con fines publicitarios. En otras ocasiones, sin embargo, son los propios periodistas los que hacen volar su imaginación para crear una historia inventada en todo o en parte. A veces, un embellecimiento excesivo o una dosis exagerada de dramatismo pueden tener efectos análogos a los de una historia inventada.

Pero la mentira total o parcial, no es de recibo del periodista, cuya misión fundamental es informar con verdad; es decir, informar.

#### **10.4 En defensa de la duda**

Todos estos procedimientos presentan problemas éticos que el informador ha de resolver de una u otra forma.

El objetivo es encontrar la solución ética correcta aquí y ahora, que es el espacio en que se ha de desenvolver la conciencia y la ética. Unas veces se hará la luz y será una luz verdadera. Otras veces, la luz será sólo una ilusión óptica. Y muchas veces lo que invadirá el alma del informador será la duda.

Lo normal será dudar. Lo racional es entender que no es posible tomar una decisión ética sin despejar las dudas. No pueden adoptarse decisiones éticas en el vacío.

Pesa sobre el informador el deber de informar, lo que significa que no puede dejar de actuar ni puede esperar más tiempo del que se dispone. Tiene que encontrar el criterio y la decisión éticos buceando entre dudas y certezas, sin esperar que la absoluta certeza desaloje sus dudas.

Las dudas sobre los procedimientos pueden superarse o aliviarse revisando estas cuestiones:

- A. ¿La información que se persigue es de vital importancia? ¿Se trata de un fallo grave de los mandatarios del país, o de prevenir al público contra la amenaza de graves daños?
- B. ¿Se han agotado todos los procedimientos alternativos?
- C. ¿Pretende el periodista revelar clara y abiertamente la naturaleza del asunto y sus motivos a los directamente afectados y al público?
- D. ¿Se han investigado previamente, bien y con claridad, los hechos?
- E. ¿El mal que se evita con la información obtenida es mayor que el que pudiera causar el procedimiento empleado para su obtención?
- F. ¿Se han discutido detenidamente los principales aspectos del procedimiento que se quiere emplear para la obtención de la información?
- G. Las consecuencias, a corto y a largo plazo, del procedimiento
- H. El impacto en la credibilidad del medio
- H. El motivo por el que se emplea. Motivos como ganar un premio, adelantarse a la competencia, conseguir una historia más fácilmente, poner en evidencia inmoralidades de personajes, o que otros medios lo hayan hecho no son argumentos que lo justifiquen; carecen de validez.

Resultaría paradójico actuar con engaño para denunciar los engaños de otros.

Los engaños, cuanto más se practiquen, menor será su eficacia y mayor la desconfianza del público en los medios.

## TEMA 11: LA ÉTICA DE LAS NOTICIAS

Las noticias constituyen el corazón de la profesión afirmativa. Una de las manifestaciones en que consiste ser periodista, tal vez la más representativa, es contar a los demás lo que está pasando. El periodista es, por definición, el buscador y difusor de las verdades, el que investiga, conoce y transmite a los demás la realidad del mundo.

El periodismo es, en buena parte, el olfato para la noticia. Está hecho del “sentido de lo que importa, lo que es vital, lo que tiene vida y color, lo que a la gente le interesa”.

En este proceso de dar vida a las noticias se distinguen 2 momentos:

- Conocimiento y aprehensión del informador de la realidad externa
- Comunicación de esa realidad en forma de mensaje de esa realidad conocida e interiorizada por el periodista.

De lo dicho se desprende que tiene que haber correlación entre la realidad y lo conocido por el receptor del mensaje informativo. Decir esto implica decir que el mensaje tiene que ser verdadero. La verdad en la información no es simplemente algo deseable o conveniente, sino que forma parte de la definición de noticia.

### 11.1 La verdad informativa como cierta adecuación

El punto de partida de la actividad informativa es la realidad, que las noticias tienen que reflejar de forma verdadera. Sin embargo, hay que tener presente que ni es posible conocer todo lo que sucede a nuestro alrededor ni tampoco comunicar todo lo que el informador conoce.

Lo que se debe pedir a la noticia es la verdad a efectos informativos. La rapidez con que a veces se suceden los acontecimientos, la finitud y limitación del conocimiento humano, la limitación espacio-temporal de los soportes informativos que vehiculan los mensajes y la exigencia de difundir lo conocido con rapidez explican algunas limitaciones del mensaje informativo con respecto a la realidad.

De todas formas, si bien es imposible que las noticias sean toda la verdad, la información de hechos o noticias nunca puede consistir en la no verdad.

El reconocimiento de tal limitación no ha de llevar al escepticismo ni al informador ni al público, sino a la toma de conciencia de los condicionamientos inherentes a las noticias.

La realidad es muy rica, y puede ser abordada desde diversas perspectivas, desde diversos frentes. No hay, pues, una única forma de transmitir la verdad informativa, siempre que todo lo que se diga sea verdad.

### 11.2 Vida pública y verdad

No todas las realidades son objeto de noticia, el informador debe hacer una selección. Así, las noticias tendrán que ser actuales, próximas, novedosas e interesantes. Pero en su selección ha de tenerse en cuenta sobre todo que pertenezcan a la vida pública. Los criterios de vida pública y verdad son los dos ejes fundamentales que han de regir toda información que se precie de serlo. Conviene recordar que sólo lo público puede ser tratado públicamente.

### **11.3 La alteración de la verdad informativa: error en el conocimiento, error en la comunicación**

La realidad puede sufrir deformaciones o errores a lo largo del proceso informativo, y estas pueden darse en cualquiera de los dos momentos del proceso comentados anteriormente; es decir, a la hora de captar y conocer la realidad, y a la hora de comunicarla en forma de mensaje.

En la primera fase, el informador ha de extremar la perspicacia o “agudeza de vista” para conocer las cosas con el mínimo riesgo de error.

Al informador se le debe exigir en todo momento respeto a la realidad que debe relatar. Se le debe exigir tanto la disposición de respetar la realidad como el dominio de la técnica y de los métodos de trabajo que le permitan esa cierta adecuación con la realidad en que consiste la información de hechos.

Para ello, es preciso que el periodista asuma como hábito sistemático e ineludible la tarea de comprobar y contrastar las informaciones que recibe e, incluso, acudir a más de una fuente (si es posible, y de forma obligada cuando se trate de hechos clave, complejos o delicados). Del mismo modo, una adecuada documentación facilitará en gran medida la información de calidad. A mayor preparación y formación del periodista, menor riesgo de error.

Lo que diferencia a un periodista profesional de alguien que no lo es, es precisamente que en las circunstancias reales en que se envuelve su trabajo – es decir, el tiempo y espacio limitados y la presión de la competencia – son capaces de realizarlo con la calidad que exige el periodismo. El tiempo apremia, el espacio es limitado y la competencia presiona al informador, pero todo esto es parte de la profesión, son las reglas del juego, y en ningún caso han de ser invocadas para justificar lo injustificable.

A pesar de las dificultades, las noticias han de ser exactas. El periodista no puede difundir un hecho si no está seguro de que sea cierto. Si en algún caso se considera necesario difundir información dudosa hay que hacerlo siempre advirtiendo de su no seguridad. Y lo mismo puede decirse de los rumores: no se publican, se investigan.

### **11.4 ¿Tu verdad? No, la verdad**

En cuanto a las dificultades subjetivas o internas para alcanzar la verdad informativa, tienen mucho que ver con la falta de imparcialidad. Si bien es imposible que el periodista deje al margen su subjetividad, no lo es que reconozca y clarifique cuáles son sus opiniones, cuál es el punto de vista desde el que enjuicia la realidad, cuáles los posibles prejuicios que empañan o impiden su visión. Jugar limpio exige un ejercicio de transparencia y honradez con uno mismo y con el público.

Sólo si se tienen las cosas claras en la cabeza, será fácil o al menos posible explicarlo a los demás, darlo a conocer.

Especial atención merece el respeto a los detalles. Suele ser más fácil y frecuente que equivocarse en cosas importantes. Y, sin embargo, cuenta tanto lo grande como lo pequeño. Un detalle erróneo puede llevar a pensar que toda la noticia es falsa. O, cuando menos, revela poca atención y poco cariño del periodista a su trabajo.

### **11.5 La verdad bien contada**

Una vez conocida e interiorizada la realidad, hay que comunicarla de forma que el receptor la conozca y la entienda. La puesta en forma será distinta según el medio elegido para hacerlo. Es entonces cuando el periodista debe ejercitar su perspicuidad, esto es, la claridad, coherencia e inteligibilidad en su discurso,

pero también su riqueza expresiva y la corrección y la propiedad en el uso de los términos. Hay que llamar a las cosas por su nombre y hacerlo de forma elegante y bella.

Si la información no se entiende, no sirve para nada, no tiene ningún sentido hacerla pública.

No basta con decir la verdad, “hay que decirla sin aburrimiento, con imaginación, elegancia y humor”.

### **11.6 Las mentiras informativas**

Probablemente la falta ética más grave en la comunicación del mensaje informativo sea la mentira: decir, hablar o escribir contra lo que se ha conocido o no reflejar lo que se sabe que es verdadero.

Puede mentirse bien por:

- **Omisión:** Consiste en el silenciamiento o no transmisión de una información que habría que dar. Ahora bien, puede haber silenciamientos éticamente justificados, como en informaciones referidas a menores, temas de intimidad o vida privada sin trascendencia pública o casos de secretos oficiales o de sumario. Del mismo modo, hay silencios que no están justificados, como cuando, por egoísmo o interés, se ocultan intencionadamente hechos de importancia para comprender una noticia. El relato informativo ha de ser completo en su estructura esencial.
- **Comisión:** Pueden revestir de formas variadísimas, y pueden referirse a hechos, datos, declaraciones, fotografías, infografías, estadísticas o titulares que no reflejan el contenido de la noticia. Van desde la invención total o parcial de una noticia hasta las mentiras por desproporción o la presentación de la publicidad como si se tratara de noticia, o la ambigüedad del lenguaje informativo buscada a propósito,...

Suelen carecer de legitimidad ética:

- Las “conspiraciones del silencio”: Algo similar a un acuerdo entre periodistas para someter al destierro informativo a un país, un tema, un problema, una institución o una persona.
- “Matar historias”: privar al público, con el falso argumento de “falta de interés”, del final de una historia que se le había comenzado a contar.

La mentira atenta directamente contra la finalidad de la información. Del mismo modo que no se le puede exigir a un periodista que no se equivoque, tampoco se le puede perdonar que mienta. Se puede disculpar el error, no la mentira.

### **11.7 La verdad, y algo más**

Para que la noticia sea correcta, no basta con que no contenga ningún error fáctico o ninguna mentira. Además de respetar los datos base, el informador tiene que contextualizarlos e interpretarlos.

Pero, argumentar, contextualizar e interpretar no significa desfigurar. Al contrario, conocer el contexto en que se han desarrollado los hechos servirá para que el periodista pueda hacerse cargo de lo sucedido, pueda comprenderlos y dotarlos de sentido. Y con la misma finalidad debe presentar al público ese contexto que rodea la noticia.

Esto es especialmente importante en las citas de las fuentes. Además de que se deben atribuir las declaraciones a quien las haya pronunciado, hay que reservar las comillas para cuando se tenga absoluta seguridad de que lo que se reproduce es exactamente lo que se dijo. Incluso de este modo se puede deformar lo que ha dicho una persona. Habrá que ver en qué contexto fueron dichas y por qué se han

seleccionado esas y no otras. Habrá que ver si resumen lo declarado por la fuente o si, simplemente, son las que más llaman la atención o las que mejor sirven para poner en ridículo al personaje entrevistado.

El trabajo del periodista no se limita a ofrecer las diferentes declaraciones o versiones de un conflicto, sino que su profesionalidad implica la capacidad de aclarar los puros hechos, de dotarles de verdadero sentido.

El periodista lucha por entender la realidad de la que informa y traslada al público lo que ha entendido, no la confusión que puede invadir su cabeza

Es el informador ha de manejar distintas fuentes que no tendrán nunca el mismo valor y que con mucha frecuencia serán contradictorias. Su profesionalidad le debe permitir valorar y aclarar con mayor o menor precisión quién dice la verdad y quién no, así como discernir lo verdadero de lo falso.

La valoración y selección de las fuentes, tiene que estar guiada, también, por un espíritu de tolerancia. Ser tolerante implica acercarse a los hechos con la mente abierta y dar espacio y voz a aquellas fuentes y temas con los que no se está de acuerdo o que no apoyan lo que previamente se pensaba de la realidad. Si tiene interés informativo, no hay ningún motivo para silenciar ninguna información.

Además, hay que atribuir ordinariamente la información a sus fuentes; conocerlas servirá para que el receptor pueda juzgar y valorar mejor el contenido y la credibilidad de la información. Sólo cuando el periodista tenga sólidas razones que lo avalen estará justificado no revelarlas. Pero si no las revela, ha de asumir como propias las informaciones de sus fuentes.

### **11.8 No es oro todo lo que reluce**

La información es mucho más que aquello que salta a la vista. El porqué y el para qué son tan fácticos y tan informativos como el qué, el dónde, el cuándo y el quién. Otra cosa es que a veces sean más difíciles de contestar.

Pero es que informar no es una tarea sencilla, el periodista no se puede quedar sólo en la punta del iceberg; hay que mirar lo que está oculto, rascar la superficie.

El trabajo del informador ha de estar inspirado por un riguroso espíritu crítico, porque a veces la realidad engaña y porque hay a quien no le interesa que el periodista conozca la verdad. El que más chilla no siempre tiene la razón. Es necesario que el periodista practique cierto escepticismo, dudando de la verdad de algunas cosas, lo que le llevará a su comprobación.

Al periodista que actúe con espíritu crítico le será más fácil identificar los pseudo-eventos, supuestas noticias creadas con la intención de atraer el interés de los medios y conseguir publicidad.

Informar tampoco consiste en una verborrea de datos; una montaña de cifras. La noticia debe ser precisa; es decir, que ni sobre ni falte. Hay que decir la verdad sin despilfarrar tiempo y espacio pero, al mismo tiempo, no hay que ofrecer informaciones incompletas.

### **11.9 A modo de examen**

Las principales preguntas que pueden formularse antes de difundir una noticia son:

1. ¿Se han comprobado los hechos y datos que se transmiten? ¿Sería precisa una segunda comprobación? ¿Todas las afirmaciones incluidas en la noticia reflejan la verdad? ¿Se podría defender así públicamente?

2. Las citas que se reproducen, ¿están presentadas con justicia y en su debido contexto? Si se han usado fuentes anónimas, ¿está asegurada su confidencialidad? ¿Es absolutamente necesario usar fuentes anónimas?
3. ¿Está distorsionado el significado de la noticia por infravaloración o sobrevaloración?
4. ¿Se ha hecho todo lo profesionalmente posible para presentar los aspectos más relevantes de la historia?
5. ¿Pertenece la información al ámbito de la vida pública?
6. ¿Se han usado los conceptos, términos y expresiones que mejor se ajustan a lo que se quiere decir? Los titulares y resúmenes de las informaciones, ¿reflejan lo más importante de la noticia y son coherentes entre sí?

### **11.10 Reparar siempre que haga balta**

A pesar de las precauciones que tome, el periodista puede errar, tiene derecho a ello. Pero si se da cuenta de que se ha equivocado, ha de tener la honradez de reconocerlo, aunque no sea agradable, incluso aunque le resulte doloroso.

Del mismo modo, tiene que explicar los vacíos informativos cuando faltan datos o no se han podido comprobar todos los hechos. Un periodista profesional no puede en ningún caso trabajar en el ambiente que encierra esta frase: “yo informo, y si me equivoco ya rectificaré”. No sólo porque a veces la rectificación ya es imposible o inútil, sino por la falta de respeto hacia los demás y hacia uno mismo que encierra esta afirmación. La rectificación es una necesidad y un deber profesional que el periodista debe ejercer cuando, por iniciativa propia o porque se lo hacen saber, es consciente de que se ha equivocado. Aunque, sin duda, lo mejor sería no tener que llegar hasta ahí.

En el horizonte de lo que puede y debe exigirse a un informador (el horizonte de la verdadera información) quedan estos requisitos: una formación lo más completa posible, científica, técnica y ética; el dominio sistemático de un adecuado método de trabajo que le lleve a comprobar y verificar las informaciones antes de difundirlas; el trabajo en un ambiente de libertad, tanto dentro de la organización como en la sociedad; y un trabajo henchido por el deseo de hacer bien las cosas, con pasión, con rectitud de intención.

No es honesto refugiarse en el *deadline*, la competencia, supuestas o reales presiones de la organización, falta de recursos técnicos o cualquier otra razón para justificar inexactitudes.



## TEMA 12: LA ÉTICA DE LA FICCIÓN EN LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL\* Texto sin revisar

La FICCIÓN AUDIOVISUAL abarca un amplio campo: no designa sólo aquello que procede exclusivamente de la capacidad creadora de un autor, sino también todo producto en el que no se muestra la realidad tal como ocurrió, sino que se da una recreación o modificación.

Por otra parte, informar, en sentido amplio, no se opone a hacer ficción. Independientemente del “porcentaje ficción-realidad” que presente un producto audiovisual, siempre estará ofreciendo datos que permitan al espectador obtener información. Así, hablamos de:

☐ Ficción pura: procede básicamente del mundo interior del autor, sin conexión con una realidad externa concreta.

☐ Ficción mixta: parte de hechos, situaciones o personas reales. El problema general que plantea es el de “la fidelidad que merece una realidad a la hora de presentarla al público”, donde el autor, tendrá que tener en cuenta los siguientes factores:

☐ Cómo puede afectar la historia que se va a contar a quienes tienen que ver con la realidad de la que se parte: habrá que ponderar si con la historia de ficción que se está contando, se puede perjudicar al honor, intimidad o imagen de una persona. En el caso de adaptación de un texto habrá que tener en cuenta el acuerdo al que se ha llegado con el autor.

☐Cuál es la finalidad predominante de lo que se ofrece: si es predominantemente informativo o de entretenimiento.

☐ Bajo ningún concepto se puede confundir al público: el autor podrá introducir las modificaciones ficticias que considere oportuno, pero tiene la responsabilidad de que es espectador sepa qué es lo que ocurrió de verdad, qué es lo que parece o le parece al autor que ocurrió y qué elementos del relato son inventados. Este criterio parece estar más asentado en las recreaciones que tienen que ver con la actualidad informativa ( identificar con claridad qué elementos son reales y cuáles reconstruidos ), pero también debe estar presente en las películas ( no se puede presentar a una persona con un carácter o comportamiento que no es el suyo; así debe ser siempre que se trate de personas y no de personajes, que podrán presentarse sin necesidad de ajustarse a una realidad externa ) .

☐ Es imposible que el autor intente explicar en cada momento cuándo se están utilizando elementos reales y cuándo ficticios: además, hay que tener presente que, en cada caso, y dependiendo de la finalidad de cada producto, existen diferentes pactos de lectura con el público. Por tanto, el deber de ser fiel a la realidad, de no confundir, puede cumplirse de distinta manera teniendo presente ese pacto, pues existe, también, el riesgo de que el autor considere que el público está suponiendo mucho más de lo que realmente supone.

☐ La introducción de elementos ficticios estará justificada por las exigencias propias de un medio audiovisual y por los requisitos estéticos: no autoriza, sin embargo, cualquier manipulación de la realidad que provoque la equivocación al espectador o que sea infiel a la realidad. Ese saber o no saber qué es verdad por parte del espectador está relacionado con el concepto de VEROSIMILITUD, entendida como la utilización de todo aquello que ayuda a hacer algo creíble o real . Así, todo lo que contribuye a hacer verosímil un hecho o historia es aceptable éticamente, siempre que no lleve al espectador a la confusión de

1 ) lo real con lo ficticio y viceversa; 2 ) lo bueno con lo malo y viceversa. Que algo sea verosímil no quiere decir que sea verdadero en el sentido de verificable, real, que existe o ha existido. Cuando aquellas situaciones o hechos que se describen sean verosímiles habrá que avisar de que eso no es real. Dice Desantes que “cuando la información verosímil es falsa su peligrosidad para el sujeto universal es mayor”.

☐ Qué cantidad de información normalmente puede tener el público de ese hecho real que se le está narrando: el autor debe ser consciente de que sobre determinados personajes históricos, el público puede no haber oído nunca, en cuyo caso el deber de fidelidad exige un mayor esfuerzo para presentar aquello que ocurrió tal como ocurrió. De aquí se desprenden 2 deberes:

- De documentación: 1 ) de la realidad sobre la que basa su obra; 2 ) del público ( en cuanto al cto que puede tener de esa realidad y del tipo al que se dirige )

- De formación del público ante la ficción que va a ver, porque el espectador no es un sujeto pasivo, sino que debe conocer, aunque sea en un nivel elemental, la evolución de los códigos y técnicas de los medios audiovisuales.

En conclusión, el DEBER DE FIDELIDAD A LA REALIDAD se traduce en dos deberes:

- Deber de ser fiel a la realidad que se está relatando
- Deber de ser sincero con el público al que se va a ofrecer esa ficción

Si el deber que se ha denominado DEBER DE FIDELIDAD A UNA REALIDAD de la que se parte, en la ficción mixta, se traslada a la ficción pura, ocurre que no existe ninguna referencia a la que haya que ser fiel. Sin embargo, ambas comparten algunos problemas que les son comunes, a la hora de intuir qué puede difundirse en una obra de ficción. Así, desde el punto de vista ético, habría que tener en cuenta:

☐ Que el deber de sinceridad adquiere unos matices especiales, y podría desdoblarse en:

- Deber de no plagiar: hay que reconocer cuándo se parte de ideas ajenas.
- Deber de presentar como arte aquello que reúne los requisitos

☐ Que la comunicación de la ficción audiovisual puede provocar tal grado de identificación que el espectador sea manipulado efectiva o sentimentalmente: esa identificación puede hacerle perder el sentido de la realidad. Es más fácil provocar lágrimas con una ficción que con una información en el telediario.

## TEMA 13: PERSPECTIVA ÉTICA DE LA INFORMACIÓN PUBLICITARIA

La publicidad no goza de un excesivo prestigio. Las opiniones que los intelectuales americanos tienen sobre la publicidad suelen ser muy negativas; claro que no todos están de acuerdo en arremeter contra la publicidad.

El término publicidad tiene varias acepciones:

- Como mensaje y como actividad: como actividad incluye todas las partes del proceso de creación, desde las previas a la difusión hasta la elaboración o puesta en forma.
- Como modo: es la manera concreta de construir un mensaje de acuerdo con las características del medio en que se difundirá, para que tenga los efectos y características persuasivas propias de la publicidad.
- Como medio o soporte físico que posibilita la difusión del mensaje: existen numerosos medios publicitarios específicos como vallas, por correo, aérea,...

### 13.1 La naturaleza de la publicidad

El mensaje publicitario tiene carácter informativo que le sitúa en el ámbito del derecho a la información.

El objeto de la publicidad es dar a conocer la existencia de un producto o servicio que está a disposición del público para su consumo o contratación. La actividad publicitaria tiene, por lo tanto, una finalidad informativa, pero también un objetivo instrumental persuasivo de tipo comercial o económico. Así, además del derecho a la información, afectan a la actividad publicitaria otros derechos, como el derecho a la libertad de empresa y de mercado.

La existencia de información publicitaria se justifica desde el momento en que, para que en una sociedad en la que existe libertad de empresa y e mercado, el consumidor tenga la posibilidad de elección mediante el derecho a ser informado correcta y completamente de los productos que están a su disposición. El deber de los publicitarios, lo que legitima su trabajo profesional, consiste en satisfacer simultáneamente el derecho a la información de consumo del público y el derecho-deber de la empresa de dar a conocer sus productos o servicios.

### 13.2 La publicidad como mensaje: verdad y persuasión

Dos son los elementos constitutivos de la publicidad: verdad y persuasión.

El mensaje publicitario, aunque sea un mensaje por naturaleza interesado, ha de ser verdadero. Y no puede sólo ser un poco verdadero o verdadero a medias; o es verdadero o es falso. El requisito mínimo que en todo momento se debe exigir al informador es que no difunda mensajes engañosos.

No están de acuerdo todos los autores sobre los elementos constitutivos de los mensajes publicitarios. La verdad de la publicidad plantea dos cuestiones básicas:

- 1.- Por qué la publicidad ha de ser verdadera
- 2.- Qué se entiende por información publicitaria errónea

### **13.3 La publicidad debe ser verdadera**

Cinco razones abonan la exigencia de verdad en el mensaje publicitario:

1. El hombre es un ser racional y libre que necesita información verdadera para tomar decisiones y formar su opinión. Decirle la verdad es respetar su condición y no manipularle.
2. La adquisición por engaño de un producto o la contratación de un servicio puede acarrear consecuencias negativas o, al menos, no deseadas por el consumidor. Es una excusa falsa mantener que los publicitarios son sólo intermediarios o transmisores que trabajan para los anunciantes y que, por lo tanto, son éstos los únicos responsables.
3. Es un hecho que toda compra o contrato supone para el consumidor un desembolso económico más o menos cuantioso.
4. La mentira, el engaño, además de la maldad que encierran en sí mismos, contribuyen a crear un clima de desconfianza social.
5. El engaño, el fraude y la estafa tienen, tarde o temprano, consecuencias negativas; afectan a la credibilidad de quien las comete.

### **13.4 Información publicitaria errónea**

El mensaje publicitario no es verdadero cuando no hay adecuación entre la realidad ofertada y la percepción que el receptor tiene de esa realidad a través del mensaje recibido.

La inadecuación admite muchos matices, como, por ejemplo:

- Atribución de características, propiedades y/o efectos que no se corresponden con la realidad. Ofrecimiento de falsas promesas.
- Ambigüedad en el contenido o la forma de la publicidad, especialmente en el lenguaje.
- Publicidad comparativa que no se apoya en características esenciales, relevantes o afines y objetivamente demostrables de los productos que se comparan.
- Empleo de términos enrevesados y pseudocientíficos, invocación del aval de una universidad o instituto, rótulo "de venta en farmacias",... cuyo único fin es impresionar al consumidor.
- Abuso por exageración: Este es un aspecto problemático de la información publicitaria. No se puede pedir que la publicidad sea neutral, pero la exageración que no sea perceptible e identificable fácilmente por el consumidor, puede acabar en mentira.
- Publicidad encubierta: mensajes publicitarios no identificables claramente como tales por el receptor.
- Omisión de informaciones relevantes: "En aras de la veracidad publicitaria, existe la obligación de manifestar todas las circunstancias que, conforme al juicio del consumidor medio, puedan influir decisivamente en la voluntad de contratar de aquellos a quienes se dirige un anuncio y cuyo desconocimiento puede llevar a error o traer consecuencias negativas. En todo caso, el imperativo moral de revelar informaciones es mayor cuando la salud física o psíquica, la seguridad u otros derechos humanos del público puedan estar en riesgo.

- Publicidad denigratoria, con mensajes que socavan o menosprecian sin justificación a la competencia.
- Publicidad plagiada: que se aprovecha de la reputación ajena con el empleo de diseños, eslóganes, e incluso el nombre de otros productos o servicios, renunciando además a una de las características de la profesión: la creatividad publicitaria.

### **13.5 La publicidad ha de ser persuasiva**

El término “persuasión” no siempre se entiende bien, por lo que en ocasiones presenta un matiz negativo. Pero la persuasión no tiene por qué ser una cosa dañina. Todo depende del cómo y del para qué de su utilización. La persuasión influye, pero no determina la voluntad del receptor.

El mensaje publicitario no se limita a dar a conocer la existencia de un producto o servicio. Tiene, además, una finalidad abiertamente persuasiva.

La finalidad persuasiva del mensaje publicitario es lo que lo distingue de la noticia. El mensaje publicitario persuade al consumidor en potencia porque, al menos en teoría, ofrece un bien, algo que es bueno para él; y, de paso, intenta convencerle de que ese producto o servicio es mejor que el que tiene la competencia y por eso le interesa comprarlo o contratarlo con preferencia al resto. El bien que le ofrece ha de ser útil y utilizable por él. Ahora bien, la utilidad de un producto depende del individuo, del momento, del lugar. Lo que es útil para una persona, aquí y ahora, no lo es necesariamente para otra en las mismas circunstancias.

La publicidad se debe dirigir a persuadir y captar la voluntad del hombre en cuanto hombre; es decir, a través del entendimiento y la razón. La publicidad, pues, ha de mover la voluntad del sujeto pasando previa y necesariamente por su razón.

No siempre ocurre así, hay mucha publicidad que apela a los instintos (como el sexual) y a los planos menos racionales del ser humano.

### **13.6 La persuasión de los niños**

Sea cual sea el contenido, lo que se pretende siempre es llegar al público. La verdad, y sobre todo la persuasión, se hacen más problemáticas cuando sus destinatarios tienen la ingenuidad y la inmadurez de los pocos años.

Al plantearse los problemas éticos que puede generar la publicidad dirigida a un público infantil, se ha de tener en cuenta una serie de factores.

- Los menores son un público importante en número, sobre todo en televisión.
- Son muy importantes como futuros consumidores
- No sólo condicionan las compras de productos infantiles, también, en parte, las de los padres.
- La publicidad dirigida a ellos es bastante más que el spot publicitario y se instala en programas enteros. Hay series que se crean para promocionar un juguete determinado, y viceversa.
- Son especialmente permeables a lo que les llega del exterior, tanto formativo como deformativo.
- Les es más difícil separar publicidad de información. Por eso, la mezcla información-publicidad es más peligrosa en el caso de los menores.

- Tienen más dificultades para descubrir la intención persuasiva de los anuncios y la diferencia entre lo que es verdad y lo que es verosímil.
- Son especialmente sensibles a la idea que transmiten muchos anuncios de que el que no posee el producto publicitado es un perdedor, es menos que los demás.

Se han establecido diferentes códigos, normas y reglamentos para regular la publicidad dirigida a menores. Todos ellos señalan la necesidad de que los publicistas tengan en cuenta las características especiales del público infantil al que se dirigen, tan diferentes a las de las audiencias adultas.

### **13.7 La publicidad como mensaje en el contexto de los derechos humanos**

La publicidad, el derecho a la publicidad, está llamado – igual que el derecho a la información – a coordinarse, sin canibalismos, con el resto de derechos humanos. Puede ser problemático, por ejemplo, distinguir lo que puede ser humor o constituir un ataque al honor. Hay bromas y bromas. Bromas de buen gusto y bromas de mal gusto.

Hay mensajes que requieren ser elaborados con especial prudencia, como la publicidad de productos destinados a mejorar la belleza, la imagen o la salud; los que argumentan básicamente con la corporeidad de la mujer y el varón; o lo que transmiten una imagen humana de puro objeto material. En estos casos la publicidad corre el riesgo de desvincularse de la dignidad humana, del honor esencial que corresponde a todos y a cada uno de los hombres, y que está en la base de todos los derechos, también del derecho a la publicidad.

Ese honor especial del hombre aparece también desconectado de la publicidad cuando ésta difunde mensajes publicitarios que ridiculizan o menosprecian determinados trabajos humanos nobles, determinados grupos sociales o étnicos, religiosos, lingüísticos

La publicidad ha de coordinarse también con el derecho a la propia imagen. Es necesario que para el aprovechamiento de la imagen de alguien por otros, sea indispensable el consentimiento; un consentimiento que puede ser revocado en cualquier momento.

### **13.8 La publicidad como actividad: la investigación de mercados**

La investigación de mercados (marketing) es el conjunto de operaciones que se realizan con el fin de obtener datos que permitan lanzar, modificar o simplemente comprobar la eficacia de un producto, o la imagen que una marca o empresa determinada tiene en el mercado.

En la investigación de mercados pueden plantearse diversos problemas éticos:

1. Falta de transparencia a la hora de identificarse y dar a conocer los motivos, metodología y destino de la investigación.
2. Falta de respeto hacia quienes se entrevista: La perspectiva ética pide respetar el anonimato cuando así se acuerde, respetar la libre voluntad de participar o no en la investigación, no utilizar los datos obtenidos para uso distinto a aquél para el que el interesado consintió, y no colocar a los entrevistados en situaciones violentas o ridículas.
3. Ser deshonestos en la elaboración del cuestionario o de cualquier otro instrumento de investigación que se utilice (condicionar u orientar la respuesta).

4. Manipular los resultados u omitir datos básicos que pueden servir para que el usuario pueda evaluar adecuadamente los resultados de la investigación, o no distinguir claramente los datos y su interpretación.
5. Hacer pasar por investigación lo que es una actuación previa arreglada para filmarla y emplearla en forma de spot televisivo.
6. Usar o traficar con datos de la vida privada de los posibles consumidores. También sería de una ética dudosa entrometerse indiscriminadamente en el ámbito de la vida privada como, por ejemplo, a través del teléfono.

### **13.9 La publicidad como medio**

Aunque hay muchos tipos de soportes publicitarios específicos capaces de contener mensajes publicitarios, y a pesar de que éstos aumentan constantemente, ninguno hasta el momento alcanza la importancia de los medios de comunicación. La necesidad es mutua, ya que los medios no podrían sobrevivir sin los ingresos de la publicidad, principal vía de financiación en casi todos los casos.

La información y la publicidad conviven en el mismo medio, pero el hecho de que ocupen el mismo soporte no implica que tengan que estar revueltas; por el contrario, es importante que no haya lugar a confusiones entre ambas.

Esta relación provoca conflictos que, en su mayor parte, son consecuencia de alguna de las siguientes razones:

- El soborno o la extorsión a los medios, con el fin de que difundan informaciones que beneficien a sus productos o que retiren aquellas que les perjudican bajo la amenaza de boicot publicitario. Las presiones de la publicidad aumentan en proporción directa con la debilidad de los responsables de los contenidos del medio. La fuerza de la publicidad es grande, y los medios no siempre pueden resistirse a sus imposiciones.
- A veces los anuncios tienen un diseño muy parecido al de las noticias, lo que puede equivocar al receptor.
- Puede ser problemática la colocación de la publicidad, sobre todo si se inserta cerca de un texto referido al mismo tema que el anuncio.
- La violación de los principios éticos se pone también de manifiesto con la práctica de la publicidad encubierta, que adopta formas diversas, como, por ejemplo:
  - La crítica gastronómica, de espectáculos o de hoteles, pagada por el empresario.
  - La inclusión de publlirreportajes disfrazados de información
  - La exhibición de productos de determinadas marcas en películas y programas informativos de ficción.

Es obvia la necesidad de separar, en los medios, la publicidad de la información, para no confundir a las audiencias. Se trata de una labor que, aunque a primera vista corresponde al medio, no es totalmente ajena al publicitario que impone condiciones injustas al medio.

También algunos medios tienen normas para la aceptación de publicidad, en las que se señala el tipo de anuncios que no se admiten o los que pueden publicarse sólo en determinadas condiciones. De acuerdo

con esta política, suelen rechazarse los anuncios: de artículos ilegales; falsos o engañosos; indecentes, ofensivos o de mal gusto; los que ofrecen productos o servicios perjudiciales para la salud; los que se refieren a productos que pueden utilizarse para perjudicar a otros; los que no tienen como fin vender el producto anunciado sino tentar o seducir a los consumidores y ofrecerles, entonces, otro producto o servicio que es el que se quiere vender realmente; y los anuncios que constituyen una broma o una trampa.

Puede ocurrir también lo contrario. Hay empresas que siguen sus propias normas sobre las publicaciones y programas de radio o televisión en que no aparecerá su publicidad.

Existe, pues, una relación intensa y, en ocasiones, tensa, entre la publicidad y los medios.



## **TEMA 14: FUNDAMENTOS ÉTICOS DE LA PRESUNCIÓN DE INOCENCIA O LA LEGITIMIDAD DEL PERIODISMO DE DENUNCIA\*** Texto sin revisar

Las posibilidades de colisión entre la justicia y la información son numerosas. El conflicto remite unas veces a la clarificación de la función social que han de cumplir los medios y otras pone en evidencia las limitaciones y el mal funcionamiento del Poder Judicial.

La piedra de toque para revisar las relaciones entre Información y Poder Judicial es la presunción de inocencia.

No puede haber justicia sin información porque la información es un acto de justicia. Tampoco puede haber información que no tome a la Justicia como referencia.

El respeto a lo que es la presunción de inocencia presupone y genera la justicia, es una exigencia de toda información. Clarificar la presunción de inocencia, en su dimensión ético-informativa contribuye a la revitalización de las profesiones informativas y judiciales.

### **1 UNA PRIMERA EVIDENCIA: LA ANTIGÜEDAD DE LA PRESUNCIÓN DE INOCENCIA**

Aparece reconocida en el Art. 9 de la Declaración de los Derechos del hombre y el ciudadano de 1789.

La presunción de inocencia supuso en ese momento histórico la abolición de la tortura como instrumento procesal. Fue una petición iniciada en los planteamientos de muchos juristas del s XVIII y que finalmente hizo suyo el Poder Real.

Fue en sus inicios una reacción pura y simple ante los abusos y excesos del Procedimiento penal del Antiguo Régimen. En el viejo enjuiciamiento criminal el sospechoso era detenido como culpable con todas las consecuencias hasta el final del proceso o hasta después de la Sentencia absolutoria. El sospechoso quedaba en la situación de “esclavo de la Curia”.

Esta esclavitud curial ha sido extirpada de raíz pero la esclavitud no ha terminado para el sospechoso, ahora toma forma en los aledaños de la Información.

Piensa Jean Baudrillard que el escándalo se ha apoderado en tal grado de la sociedad actual que la sociedad se ha vuelto más vulnerable a su propia corrupción.

Una información patológica convertía al sospechoso en un esclavo de la Información.

El desafío está en mantener vivos e íntegros todos los derechos humanos, en todo momento y circunstancia. Asegurar al unísono la plena vigencia del derecho a la información y la plena vigencia de la presunción de inocencia.

### **2 LA BATALLA DE LA PRESUNCIÓN DE INOCENCIA**

La presunción de inocencia se ha consolidado tras una dura batalla. Ha soportado amplias objeciones y ha debido depurar dialécticamente sus fundamentos.

Las principales objeciones doctrinales a la presunción de inocencia germinaron en torno a la escuela positivista italiana de Derecho Penal, especialmente en el pensamiento de Bettiol y Manzini. Éstas eran fundamentalmente de corte ideológico y en menor medida de carácter técnico.

Desde las posiciones críticas creían que era un exageración, una extravagancia jurídica alimentada por el pensamiento revolucionario francés. No podía negarse que un imputado no debía ser considerado culpable antes de la Sentencia irrevocable de condena. Pero considerarlo inocente cuanto se procedía contra él era un contrasentido jurídico, una incongruencia. Según Manzini una imputación penal es en realidad una presunción de culpabilidad más que de inocencia, si se asume la inocencia del inculpado, ¿por qué se procede contra él?

### 3 LA CONSOLIDACIÓN DE LA PRESUNCIÓN DE INOCENCIA

Las objeciones críticas se han acallado con un pacto implícito de no agresión, que ha llevado a la formulación negativa del principio. Lo que la presunción de inocencia quiere significar es que al imputado no se le debe considerar culpable hasta que se produzca la condena jurídica definitiva.

Este principio ha penetrado en el ámbito constitucional y en el planteamiento supranacional de los Derechos Fundamentales.

En el terreno doctrinal, la presunción de inocencia ha ido aclarando sus contornos, perfilando más nítidamente su función y dando mayor consistencia a su estructura jurídica. De todas las líneas que han confluído en su construcción hay que resaltar tres aclaraciones fundamentales.

A) la presunción de inocencia no es una verdadera y propia presunción en sentido técnico- jurídico, ni por su estructura ni por el modo como opera. Se configura como una verdad interina o verdad provisional.

B) Se trata de un derecho fundamenta, reconocido y protegido en el ámbito de las Constituciones, con un campo de operatividad universal y un alcance ilimitado. El derecho está llamado a desplegar su contenido en el orden legislativo, en la actividad administrativa, en la actuación procesal y jurisdiccional y en las actividades informativas, el derecho clama por su protección en todas las circunstancias y en todos los momentos sociales y jurídicos.

C) Se puede caracterizar como un derecho subjetivo público de naturaleza extrapatrimonial y como un derecho indisponible en su totalidad. La posibilidad de renunciar voluntariamente a alguno de los derechos menores que integran su contenido ha de interpretarse de forma restrictiva.

La presunción de inocencia salvaguarda el honor de toda persona acusada en los dos niveles diferentes en los que se manifiesta el honor: el sentido esencial (la dignidad de la persona) y que jamás puede perderse y en sentido existencial porque hasta el momento que quede probado su comportamiento antiético, la verdad de su vida es la inocencia.

Esto significa que durante el proceso todo hombre será considerado inocente más allá de las limitaciones cautelares que puedan imponerse a su libertad física o a la disposición de sus bienes y que si el proceso concluye favorablemente, regresará a la comunidad libre de toda sospecha y de toda culpa ya que jurídicamente no llegó a perder la inocencia.

### 4 FUNDAMENTOS ÉTICOS DE LA PRESUNCIÓN DE INOCENCIA

El derecho a la presunción de inocencia evidencia y protege cuatro valores fundamentales:

a) protege la dignidad personal de todo hombre y de todos los hombres, dignidad que está unida al *ius libertatis*, en su dimensión social, protege es peculiar dimensión social de la dignidad humana que es la confianza colectiva.

b) Protege el honor personal y familiar, el valor fundamental del que hay que partir es la dignidad de la persona humana, que se escinde en un doble plano:

-se protege el honor entendido como crédito moral, inherente a la naturaleza humana, que hace posible la sociabilidad del hombre.

-se protege el honor como dignidad moral del hombre, una dignidad progresiva o regresiva, pero siempre operativa y diferenciada entre cada hombre.

c) preserva la autoridad necesaria para poder administrar justicia con serenidad, con imparcialidad, con independencia. Sólo la convicción social de que la Justicia está en las antípodas del apasionamiento, de los prejuicios o de la discriminación, garantiza la dosis de autoridad moral que necesita la acción de juzgar.

d) El principio de presunción de inocencia se fundamenta en el valor de la realización de la justicia, existe este principio para que pueda realizarse la justicia, es compatible la presunción de inocencia con algunas limitaciones que pueden imponerse al sospechoso presuntamente inocente, como la prisión preventiva.

#### 5 ENSANCHAMIENTO PROGRESIVO DEL ÁMBITO DE OPERATIVIDAD

Desde el momento en que el derecho a la presunción de inocencia es configurado doctrinalmente como un derecho universal e ilimitado, comienza un proceso de ensanchamiento creciente y progresivo de su ámbito de aplicación.

La presunción de inocencia nació en el ámbito procesal o jurisdiccional para evita abusos e injusticias. En un momento posterior, el carácter universal e ilimitado la situó en el corazón de la actividad informativa. Donde primero se manifestó fue en relación con aquellas personas que estaban sometidas a actos o procedimientos judiciales.

En el ámbito procesal o jurisdiccional se ha ido afianzando en múltiples direcciones:

a) rige en la fase anterior al juicio oral, se da durante la fase del juicio oral y se prolonga a la largo de la tramitación de todos los recursos que puedan plantearse.

b) En la fase anterior al juicio oral facilita la implantación del derecho a la asistencia de letrados a los detenidos, el derecho a no hablar o a hablar exculpándose.

c) Todo auto de procesamiento ha de ser motivado y nunca arbitrario, ha de fundarse en consonancia con la presunción de inocencia, en indicios racionales, en razones y pruebas bastantes.

d) Toda condena judicial ha de estar precedida procesalmente de las pruebas oportunas.

e) La carga de la prueba incumbe al que acusa.

En el ámbito extraprocesal, la presunción de inocencia se ha instalado en un primer ámbito, concreto y reducido del campo informativo: el tratamiento que la información ha de dar a las personas implicadas en acciones judiciales para que se respete informativamente el derecho a la presunción de inocencia.

En este sentido es muy paradigmática la Ley francesa de 1993, que es un intento de acercar el problema de la presunción de inocencia al campo donde hoy se debate la cuestión práctica en toda su intensidad: el campo de los medios informativos.

De acuerdo con la Ley, si los medios violan la presunción de inocencia presentando como culpables (con acusaciones o insinuaciones) a personas que se encuentran en situación procesal, los afectados pueden solicitar del juez que obligue al medio informativo a publicar un comunicado judicial aclarando que se ha violado el principio de presunción de inocencia.

Si después de un proceso penal, se declarara judicialmente la inocencia de un inculpado, la Ley prevé la posibilidad de publicar, por orden judicial el sobreseimiento de la causa, al tiempo que se abren nuevos plazos para ejercitar el derecho de réplica y actuar jurídicamente por difamación.

## 6 EL GRAVE PROBLEMA PENDIENTE

La realidad tozuda es que en un escenario mediático-judicial sufre la justicia, sufre la información, pero sobre todo sufren los pacientes de la justicia y de la información, sufren los titulares de la presunción de inocencia.

El problema actual es establecer correctamente el juego de la presunción de inocencia cuando las personas que estiman vulnerado su derecho por los medios no tienen en esos momentos relación alguna con la Justicia.

Dicho en términos del periodismo profesional: el desafío más fuerte que presenta hoy la presunción de inocencia es la legitimidad del periodismo de denuncia. Para muchos ese periodismo es disfuncional y está suplantando al Poder Judicial.

## 7 EL PERIODISMO DE DENUNCIA

Desde el caso Watergate todos los periodismos del mundo han consolidado la praxis de un periodismo de denuncia, difícil, fronterizo con la actividad política, parlamentaria y jurisdiccional, y sobre el que pesa un serio riesgo de vulnerar el principio de presunción de inocencia.

Hay confusión terminológica cuando al periodismo de denuncia se le denomina periodismo de investigación. El periodismo de investigación no se puede considerar una especie dentro del género periodismo porque no hay ningún periodismo que no tenga investigación. El llamado periodismo de investigación no es otra cosa que una intensificación del modo tradicional de conseguir información.

El periodismo de denuncia tiene unas características delimitadoras y unas reglas de configuración que le constituyen en un periodismo riguroso y técnicamente preciso:

- a) es la compilación y difusión pública de hechos bien documentados, referidos a la vida pública, que conducen a la denuncia informativa de personas e instituciones.
- b) Versa sobre hechos o actuaciones ilegales o no éticas producidas en el ámbito público, que el poder político, económico o los poderes sociales no tienen interés en que sean públicamente conocidos.
- c) Requiere una especialización profesional y una dedicación intensísima.

Estas características marginan del concepto a todos aquellos fenómenos periodísticos hilvanados de calumnias, injurias o una retórica agresiva que no se fundamente en hechos verdaderos. Tampoco es periodismo de denuncia la publicación de pequeñas partes de verdad mezcladas con toneladas de rumores.

Todos estos fenómenos del periodismo están amparados o tolerados bajo el paraguas generoso de la libertad, pero no constituyen una referencia válida para confrontar el periodismo de denuncia.

## 8 EL ORIGEN DEL PERIODISMO DE DENUNCIA.

Los precedentes pueden situarse en los EE.UU. entre 1903 y 1912, durante la “Muckraking Era”: el tiempo periodístico de busca y revelar cosas vergonzosas de los demás. Samuel Hopkins o Christopher Connolly fueron algunos muckrakers de la época.

Las denuncias y acusaciones contra los excesos de la industria norteamericana, al desvelar públicamente los casos de corrupción política o el dar a conocer con tintes dramáticos las injusticias en las relaciones humanas hicieron millonarias las tiradas de revistas como Collier’s o Cosmopolitan.

Roosevelt acuñó el término: “el hombre con el rastrillo para el estiércol”, fue la expresión para designar el trabajo de todos aquellos periodistas que vivían de remover el estiércol social, periodistas basureros.

El periodismo de denuncia ponía en cuarentena la el ideal de objetividad o neutralidad del periodista. Pero la realidad de aquel periodismo de denuncia tenía muchas cosas rescatables, como puso de manifiesto David Mark Chalmers, que mantiene que este periodismo sirvió para sacar a la luz múltiples corrupciones. En aquel periodismo basura se daban también todos los signos de una filosofía social reformista.

El periodismo de denuncia desapareció en la I Guerra Mundial, aunque su tradición siguió viva gracias a las revistas de pequeña tirada liberales o de izquierdas.

Después de un paréntesis de 40 años, el periodismo de denuncia volvió a reaparecer.

En todo caso, el periodismo de denuncia siempre ha sido y será urticante.

## 9 LAS CRÍTICAS AL PERIODISMO DE DENUNCIA

Ciudadanos y muchos políticos suelen adoptar una posición crítica contra el periodismo de denuncia. Siempre suele ser sospechoso de alentar tramas y mentiras, las razones de las sospechas suelen ser las siguientes:

a) la utilización de fuentes sin identificar, que se suele agravar en el caso del periodismo de denuncia, las razones pueden ser económicas o políticas, frívolas o serias, pero el problema es sustancialmente el mismo es posible que algunas redacciones descubran lo que está oculto y consigan las pruebas correspondientes, pero las cosas no siempre se producen así. A veces las fuentes interesadas (políticas, militares...) recurren al periodismo para atacar a sus enemigos a sus competidores en un intento de manipulación de guante blanco. Todo lo cual remite al problema de cómo practicar el periodismo de denuncia sin pagar por ello el precio de una colaboración necesaria con gentes interesadas que permanecen en la sombra.

b) El periodismo de denuncia contaminaría, al tiempo que limpia, el ámbito público. La denuncia pública o el hostigamiento a los políticos dejan al aire las heridas sociales para que se puedan curar. Pero esa forma de proceder tiene efectos perversos en términos sociales, generan desilusión, desconfianza y falta de esperanza.

c) El periodismo de denuncia llevaría implícito el riesgo grave y próximo de ser socialmente disfuncional. La disfunción social consistiría en ejercitar un papel, en desarrollar unas actividades o emplear unos procedimientos que nadie ha encomendado ni permitido a la prensa, sino que son actividades y procedimientos confiados a otras instancias.

d) El periodismo de denuncia sería un eventual juicio paralelo sin garantías de imparcialidad ni de justicia. Las denuncias que se publican constituyen para muchos un puro juicio de hecho con efectos irreparables muchas veces, un auténtico linchamiento social que vulnera el derecho a la presunción de

inocencia. La prensa es un tribunal deficiente y un pésimo Departamento de Justicia: sus patrones de prueba son pobres y padecen ataques repentinos de amnesia. Lo que vendría a duplicar, desde esta posición crítica, la falta de legitimidad del periodismo de denuncia.

## 10 SALIDA DEL LABERINTO

La deslegitimación del periodismo de denuncia porque utiliza fuentes sin identificar, contamina el ámbito público, entraña el riesgo constitutiva de ser disfuncional, y puede suponer un juicio paralelo sin garantías, plantea un desafío de fundamentación, reclama a gritos salir del laberinto que las críticas han tejido a su alrededor.

El periodismo de denuncia no es un proceso judicial. Y por eso no cabe pedirle ni garantías, ni el equilibrio, ni los principios dialécticos, ni los procedimientos que rigen los procesos judiciales. Carece de sentido pedir a los informadores que actúen como jueces porque no lo son.

Las reglas exigibles a la información, en el periodismo de denuncia, no son las del procedimiento civil o penal. Las normas técnicas y éticas que la Información tiene con respecto a la duda, o al error, son diferentes de las que tiene el Poder judicial.

## 11 NECESIDAD DE UN NUEVO ESPACIO PÚBLICO

Ante el desafío de fundamentar la legitimidad del periodismo de denuncia, se abre paso un nuevo concepto de espacio público, en el que pueden coexistir armónicamente la Información y el Poder Judicial, quedando asegurados todos los derechos fundamentales.

La apertura de este nuevo espacio público está hoy condicionada por cuatro motivos principales:

a) la diferente vitalidad y evolución que actualmente tiene el Poder Judicial y la Información. Se debilita el Poder judicial crece y se fortalece el Poder informativo.

b) Hay una ralentización de las reformas judiciales para modernizar las estructuras y operaciones judiciales, en contraste con el ritmo y la intensidad de la modernización de la Información y la amplitud creciente de su escenario de actuación.

c) Se observa una debilidad en el Poder judicial para impulsar su propia reforma, parece incapaz de promover o excitar una reforma de sus métodos de trabajo, sobre todo de los procedimientos penales para que queden aseguradas al tiempo las reglas de publicidad y las de secreto limitado y provisional.

d) Se pide al Poder judicial que conviva con el permanente contrasentido que supone postular para el Poder judicial un apoliticismo práctico para asegurar su imparcialidad y obligar al Poder judicial a afrontar problemas políticos que de ningún modo pueden resolverse sólo con la aplicación de las leyes sino que exigen la adopción y el respaldo de medidas estrictamente políticas.

Hay un desequilibrio entre las teóricas funciones sociales del Poder judicial y del Poder informativo y la realidad de las funciones prácticas que ambas cumplen de hecho. Este desequilibrio explica la crisis latente que se da en las relaciones entre justicia e información. Explica que la debilidad de la escena judicial empuje a la Información a hacer justicia. La cuestión que plantea la consolidación de un nuevo espacio público es hacer posible un escenario judicial fuerte, independiente, y eficaz y redefinir las funciones de la Información con la Justicia.

## 12 LAS REGLAS DEL JUEGO DEL PERIODISMO DE DENUNCIA.

Lo difícil es practicar bien el periodismo de denuncia. El mal periodismo de denuncia no sólo se gesta en las redacciones de los medio. Se da también en la vida política o en la judicial todas las veces que filtran informaciones interesadas sobre corrupciones o escándalos. O cuando el Poder judicial cede ante el discurso o la ideología policial.

A la hora de fortalecer éticamente el periodismo de denuncia, es necesario fijar algunas reglas inspiradas en un doble objetivo: atenerse a la verdadera naturaleza del periodismo de denuncia y distinguirlo de fenómenos marginales que sólo tienen con él algún parecido formal. Las principales reglas son:

a) el periodismo de denuncia sólo tiene sentido si se refiere a la vida pública. El hombre público ha de asumir que sus actos pueden ser en cualquier momento de dominio público y debe someterse al peculiar código de valores socialmente vigente, sea cual sea el grado de su plasmación jurídica. Todo lo público ha de tratarse públicamente, especialmente lo que se pretende ocultar, distorsionar o escamotear al conocimiento público.

b) Ha de partir de la base de que las responsabilidades por la actuación pública no se agotan sólo en las responsabilidades penales, civiles o administrativas eventualmente probadas. Es en esa zona ética y política donde se sitúa con la máxima legitimidad la función informativa y el periodismo de denuncia. La conexión entre el derecho a la información y el derecho de los ciudadanos a participar en los asuntos públicos, se hace más rotunda cuando entra en juego el periodismo de denuncia.

c) La verdad de los hechos difundidos al ejercitar el periodismo de denuncia es la clave de su real eticidad, de su concreta legitimidad, ninguna denuncia periodística puede ser arbitraria, ha de ser fundamentada. Si los hechos denunciados informativamente son verdaderos, la verdad interina o provisional en que consiste la presunción de inocencia queda desvirtuada, de forma análoga a como la prueba procesal da lugar a la verdad definitiva. La publicación de hechos verdaderos referidos a la vida pública no puede dar lugar a ninguna responsabilidad pena, civil o administrativa. La responsabilidad ética y política ni se confunden ni se agotan en la responsabilidad jurídica que corresponde establecer a los jueces.

d) El periodismo de denuncia exige que las pruebas de los hechos denunciados estén en poder del medio en el momento en que se publiquen las denuncias. La carga de la prueba recae sobre el medio que afirma las actuaciones reprochables desde la perspectiva ética o política. No es preciso que el medio aporte en las informaciones que publica todas las pruebas de las que dispone, puede hacerlo paulatinamente. Pero antes de denunciar públicamente a través de la información, el medio tiene que tener las pruebas necesarias para fundamentar su convicción de que los hechos denunciados son verdaderos. Será muy difícil tener la absoluta seguridad de la verdad de las acusaciones, sin sombra de duda. Lo normal será que esas pruebas aseguren la verdad hasta un punto, con la posibilidad de que aparezcan otras pruebas contrarias que empañen la verdad antes afirmada. La regla de la verdad es una regla de la verdad fundada en las pruebas objetivas que tiene en su poder le medio, corresponde al medio decidir si en cada caso concreto se da o no esa verdad razonablemente fundada para difundir o no las denuncias informativas, el medio responde ética y jurídicamente si se equivocó en esta valoración y publicó denuncias que al final no tenían fundamento. El silencio de los afectados no puede ser interpretado como una aceptación o confirmación de los hechos publicados. El peligro real para la integridad del periodismo no es la supresión de escándalos sino la omisión de informaciones de rutina sobre la incompetencia, estupidez y dudosa mora de ciertos funcionarios cuyos intereses coinciden con los de los directivos de las corporaciones.

## EPÍLOGO

El periodismo de denuncia siempre arrastra consigo dos reputaciones: o tiene fama de denuncia valiente o tiene fama de tráfico malicioso de rumores.

El nuevo espacio público comienza a desvelarse en todos aquellos países en los que los políticos temen por igual a los medio y a los jueces.

El derecho a la presunción de inocencia y el periodismo de denuncia no son contradictorios ni se anulan mutuamente. Ambos defienden una misma cosa: la transparencia frente a la opacidad, la limpieza del aire social rete a la contaminación moral del enredo, la falsía y la mentira.



## TEMA 15: LA INFORMACIÓN EN LOS TIEMPOS DE CATÁSTROFES\*Texto sin revisar

### 15. 1. TMI, EL TRABAJO MAL HECHO

A veces, la tecnología choca con los medios. Esta incompatibilidad se puso especialmente de relieve con motivo de la avería que en 1979 tuvo lugar en la central nuclear de Three Mile Island, Pensilvania, propiedad de la Metro-politan Edison. En aquella ocasión, la desorganización de los responsables de la comunicación originó un caos informativo de consecuencias muy desagradables para el prestigio de los medios. Se llegó a hablar públicamente de la existencia de abundantes mentiras, ocultaciones y, como siempre, del sensacionalismo de la prensa. Se creó así, una comisión de investigación que estudió los antecedentes de la conducta de los medios en otros accidentes nucleares, el trabajo de los

enviados especiales y de las demás fuentes de información durante el accidente y los contenidos, calidad y tono de las noticias difundidas por los medios. El caso TMI ha llegado a conocerse como «la historia interminable», se refleja en el hecho de que ocho años después del acontecimiento seguía siendo uno de los temas más importantes del año en la prensa del estado.

La comisión investigadora creada a instancias del presidente de la nación, extrajo diversas conclusiones. Una de las más importantes era que durante el accidente se produjo un importante fallo de la información, atribuido principalmente a la falta de organización y los errores cometidos por los protagonistas de aquel suceso, identificados como:

- La empresa Metropolitan Edison (en adelante Met Ed)
- La central nuclear de Three Mile Island, (TMI).
- La U.S. Nuclear Regulatory Commission, (NRC). - Los medios informativos.

La cobertura del desastre fue, como era de esperar, muy extensa. Se trataba, ni más ni menos, del accidente atómico más importante de la historia norteamericana. El primer día se desplazó al lugar de la catástrofe un centenar de periodistas, pero al cabo de una semana, eran ya más de quinientos. Los graves errores cometidos en aquella ocasión por las fuentes de información oficiales y privadas, sumados a los de los medios de comunicación, provocaron un tremendo caos informativo que originó las airadas protestas de un público que se creía víctima de mentiras, ocultaciones y sensacionalismo por parte de la prensa.

### 15.2. ESTRATEGIAS INFORMATIVAS

La oficina central de información se había instalado en Reading, California, a una distancia considerable de la planta nuclear. Estaba atendida por una plantilla de empleados que, en su mayor parte, llevaban poco tiempo en la empresa. No tenían ninguna preparación técnica, se encontraban sobrecargados de trabajo y carecían de experiencia en la difusión de informaciones a los medios. En esas circunstancias no puede extrañar su incapacidad para atender la oleada de periodistas que invadieron el lugar tan pronto se dio la primera noticia del accidente.

Los ingenieros de TMI tenían una sección de relaciones públicas que se encargaba de informar sobre el estado de la planta. Los que llevaban este servicio no eran periodistas y por consiguiente no tenían la más mínima idea de lo que los medios podrían necesitar en caso de accidente. Editaban un boletín semanal que enviaban a la NRC, redactado con gran profusión de términos técnicos difíciles de entender para el público.

Los periodistas tuvieron que depender de su propio criterio para decidir qué cosas podían tener interés para sus informaciones. Los encargados de las relaciones públicas de la Met Ed era tan eficaces en su trabajo, que lograron convencer a todo el mundo de que la planta nuclear de TMI estaba totalmente a cubierto de cualquier riesgo. De ahí la enorme sorpresa de los ciudadanos cuando se produjo el accidente y el caos informativo que reinó durante esos días.

La avería se produjo en la madrugada del 28 de marzo de 1979. Pocas horas después, la Met Ed dio la alarma general. La agencia Associated Press incluyó la noticia en su servicio. Los medios informativos reaccionaron inmediatamente poniéndose en contacto telefónico con la empresa propietaria de TMI en demanda de información. Abordaron también a la NRC con la misma petición. Se suponía que ambas organizaciones constituían la principal fuente de información de que podían disponer los medios, pero sus respuestas a las preguntas de los periodistas fueron confusas, contradictorias y desordenadas.

La Met Ed difundía sus comunicados desde tres lugares diferentes; a veces, sus versiones de los hechos no coincidían. A los periodistas les parecía increíble que aquellos expertos no fueran capaces de ponerse de acuerdo en sus datos y se mantuvieron a la espera de un comunicado de Met Ed explicando esa falta de coordinación. Ése fue su error, porque durante el tiempo perdido esperando, dejaron de dar la noticia más importante de todas: en aquellos momentos los técnicos de la Met Ed no tenían la menor idea de lo que le sucedía al reactor. Los periodistas, no cayeron en la cuenta de lo que estaba pasando.

A1 principio de la crisis, la Met Ed llevó el protagonismo de la información. Después, ante el fracaso evidente de sus expertos en comunicaciones, los ingenieros de la TMI se encargaron de informar. Pero quizá debido a su falta de experiencia en el trato con los medios informativos, incurrieron en varios errores. Uno de ellos, bastante grave, fue minimizar la cantidad de radiación que escapaba a la atmósfera.

La NRC, por su parte, tampoco mejoró mucho la actuación de la Met Ed. Entre sus muchos errores destaca el haber hecho declaraciones a través de varios portavoces, lo que daba como resultado una serie de versiones diferentes que sólo sirvieron para aumentar la confusión informativa.

El confusionismo se hizo mayor todavía con la llegada a TMI de numerosos enviados especiales, la mayoría de los cuales carecían de conocimientos sobre centrales nucleares y menos aún sobre su funcionamiento. No se había habilitado ningún centro de información en el que los periodistas pudieran reunirse para recibir noticias sobre la marcha de los acontecimientos. La Met Ed tardó tres días en instalar una oficina de prensa. La NRC lo hizo aún peor: dejó que transcurriera una semana antes de organizar un centro informativo.

### 15.3. DESBORDAMIENTO CASI CAÓTICO

Así las cosas, no extraña que la confusión fuera en aumento. La situación se agravó considerablemente cuando las emanaciones de la central alcanzaron los 1.200 milirem. El hecho provocó un debate sobre la posibilidad de una fisión atómica.

El caos informativo no afectó solamente a los medios. El propio gobernador de Pensilvania recibía informes muy confusos de la NRC sobre la verdadera situación de la planta nuclear y no se ponía en claro si convenía o no proceder a la evacuación de la zona. En vista de lo cual, solicitó la intervención de la Casa Blanca, que dispuso inmediatamente la centralización de las comunicaciones y la reducción importante del número de portavoces.

### 15.4. UN BALANCE NO MUY BRILLANTE

Es cierto que los problemas de la información sobre las catástrofes se debieron parcialmente a la confusión reinante y a la falta de una planificación acertada por parte de las fuentes de información, pero también los periodistas tuvieron su parte de culpa. Había muchos periódicos, emisoras de radio y canales de televisión que carecían de redactores familiarizados con la tecnología y con la terminología del mundo del átomo.

A pesar de los fallos, la prensa no fue esta vez tan alarmista como pensaron muchos de sus detractores. El análisis realizado por la comisión de investigación, demuestra que los medios de comunicación ofrecieron una información más tranquilizadora que sensacionalista, tanto en los textos como en los titulares, fotos y gráficos. Los periodistas destacados en el lugar del accidente estuvieron recibiendo de los ingenieros un material informativo que por sus excesivos tecnicismos resultaba prácticamente ininteligible para los representantes de los medios. A su vez, los ingenieros encontraban decepcionante lo que a sus ojos aparecía como una supina ignorancia de los periodistas.

A1 considerar con amplitud su contexto, puede afirmarse que el accidente de TMI constituye un ejemplo clásico del choque entre dos conceptos diametralmente opuestos, como son la tecnología y el periodismo. Y, sobre todo, un fiel exponente del trabajo mal hecho.

#### 15.5. INFORMANDO A PIE DE VOLCÁN

La experiencia enseña que la gente, en vez de huir de los volcanes, tiene una tendencia acusada a instalarse cerca de ellos. Hay que reconocer que los terrenos volcánicos llegan a ser muy fértiles y dan lugar a una abundante vegetación natural, que contribuye a la existencia de un ecosistema abundante.

Los parajes volcánicos actúan como factores de atracción del desarrollo humano. Son muchos, en efecto, los que se instalan en la zona de influencia de un volcán aparentemente pacífico. Eso hace que se expongan a peligros que de otra forma hubieran podido evitarse. Por eso, cualquiera que sea la amenaza de una catástrofe natural -terremotos, huracanes, inundaciones, incendios, etc.-, está absolutamente justificada, por muchas razones, la difusión de información del riesgo a que los ciudadanos se encuentran expuestos. Existe una información oficial destinada a hacer comprender al público la importancia de esa amenaza y también se desarrollan otros programas que proporcionan a la gente una serie de instrucciones estratégicas sobre la forma en que deberán actuar en los casos de emergencia. Se trata de reducir al mínimo las desgracias personales y los daños materiales. Con motivo de las erupciones del monte St. Helens, se realizó un estudio muy completo de la información recibida por los ciudadanos antes, durante y después de la crisis. Los medios de comunicación pueden concebirse al mismo tiempo como canales y como fuentes. Prensa, radio y televisión canalizan la información hacia sus audiencias. Cuando el director de la Oficina de Emergencias difunde un comunicado de alerta a través de los medios, éstos operan como canales.

Pero los medios actúan también en las mismas circunstancias, es decir, en las alarmas de emergencias o en la información de su desarrollo, como fuentes. -Porque ejercen entonces su función normal de captación de una información- que seleccionan, interpretan y difunden.

Han pasado a ser entonces creadores de mensajes. Para la transmisión de mensajes ha de utilizarse una combinación de canales y los medios tienen que formar parte, por sistema, de esa combinación.

#### 15.6. HURACANES: LA CONFIANZA EN LOS MEDIOS

Todos los años empieza, a partir de junio, la estación de los huracanes, también llamados ciclones en España. El huracán es un viento impetuoso que gira en espiral a velocidades tremendas de hasta 200 Km por hora. La zozobra que produce el temor a la llegada del huracán se prolonga hasta el mes de septiembre. Durante toda la temporada, los servicios meteorológicos, cada vez mejor dotados por la incorporación de nuevas tecnologías hacen un seguimiento concienzudo de las características principales. Por su parte, las autoridades alertan a los residentes de las zonas amenazadas a través de diversos canales –entre los que ocupan un lugar fundamental los medios de comunicación.

Los residentes de las zonas afectadas confían en los medios para enterarse de cómo están las cosas y saber qué hay de cierto en los rumores que circulan por la localidad. La credibilidad de los medios ejerce una influencia notable sobre la opinión pública, mientras que el exceso de advertencias y –mensajes de alarma insensibiliza a los residentes de las zonas amenazadas catástrofe, que terminan por no hacer caso de tanto aviso. Eso es precisamente lo que sucedió con la llegada de los huracanes Allen y Alicia.

Los medios de comunicación son la fuente principal de información en la etapa de alerta, y sigue siéndolo durante todo el tiempo que dura la emergencia.

Se demuestra también que los medios son decisivos en una población amenazada por un peligro inminente. Para muchos, el periódico, la radio o el televisor son como un amigo de toda confianza que les ayuda a tomar decisiones.

#### 15.7. OCHO MIL MUERTOS EN «ACCIDENTE NORMAL»

La catástrofe de Bophal, en la zona central de la India, se produjo el 3 de diciembre de 1984 en una factoría de pesticidas químicos de la empresa americana Union Carbide. Hubo un escape de gases letales que ocasionó un número aterrador de muertos que podía ser de 2.700 a 8.000, según fuera la fuente de información. Los afectados por las inhalaciones de gas que no llegaron a morir fueron más de 200.000. La tragedia de Bophal constituye la mayor catástrofe industrial de la historia. Y esta vez no fue provocada por un fenómeno de la naturaleza, sino por la mano del hombre.

Se ha estudiado la cobertura por los medios del desastre de Bophal. Partiendo de la base de que, tanto la prensa escrita como los medios audiovisuales ejercen en la información sobre desastres una función de prevención, hay que reconocer que en esta ocasión cumplieron de forma muy imperfecta su deber de alertar.

Es tendencialmente cierto que las informaciones de los medios tienden a poner el énfasis en lo dramático y lo excepcional. Los medios destacan normalmente lo llamativo de los hechos, pero ahondan con más dificultad en lo que hay detrás de la noticia. Y eso es lo que sucedió con la cobertura informativa del desastre de Bophal. Se informó de los hechos inmediatos, pero no de las circunstancias que los originaron. Porque las agencias de noticias se concentraron en los hechos visibles y no en sus efectos a largo plazo.

De todos los medios estudiados, sólo el New York Times hizo honor a su fama de ser un periódico documentado, con un importante énfasis en la información internacional. Se ocupó durante muchos días de la catástrofe de la factoría química e incluso investigó los hechos por su cuenta. El resultado fue la –frecuente publicación en su páginas de artículos sobre las circunstancias sociales, históricas y culturales que contribuyeron al desastre.

En Bophal se adivina un trasfondo político. El Gobierno indio necesitaba realizar una política de autosuficiencia. La factoría de Union Carbide ayudaba a conseguir ese objetivo, pero los químicos y los ingenieros sabían desde hacía mucho tiempo que este tipo de tecnología está sujeto a «accidentes normales».

#### 15.8. CHERNOBYL Y LA GUERRA FRÍA

En abril de 1986 los suecos descubrieron en la atmósfera un aumento notable de ciertos isótopos. Dada la dirección del viento, la fuente de la radiación tenía que estar en la Unión Soviética. En las 24 horas siguientes, el mundo occidental, a pesar del silencio de los rusos, se enteró de que en Chernobyl estaba teniendo lugar un accidente nuclear de magnitud sin precedentes. Los vientos que empujaban la lluvia radiactiva hacia el oeste obligaron a los soviéticos a descubrir el accidente, aunque sin dar apenas detalles del suceso.

Desde el principio, todos los medios informativos se volcaron sobre el tema de Chernobyl. Se politizó el asunto, y por lo tanto hubo --dos líneas de información. Los americanos aprovecharon el accidente para --fustigar la pretendida superioridad tecnológica de los rusos, mientras que para los soviéticos lo importante eran las mentiras que, a su juicio, difundían los medios de comunicación occidentales. Así pues, Chernobyl se convirtió en un foco de propaganda para los gobiernos.

Las informaciones de los medios sobre la catástrofe de Chernobyl se basaba en versiones que diferían en muchas ocasiones de los hechos reales. Las informaciones de la TV americana sobre Chernobyl utilizaban tres tópicos que los demás aceptaban con los ojos cerrados, a pesar de las falsedades que ences--rraban: el de la «mala tecnología», el del «imperio del mal» y el de la «sarta de mentiras». Y cuando los medios americanos se dieron cuenta de que los sovié--ticos tergiversaban los hechos, se sintieron en libertad para construir su propia verdad, casi siempre equivocada y siempre sesgada.

#### 15.9. PUNTO DE PARTIDA ÉTICO

El punto de partida para informar éticamente de las catástrofes podía ser éste: Como las empresas informativas y los profesionales de la información tienen el deber de informar, han de proporcionar a la comunidad una informa--ción verdadera y exacta de aquellos fenómenos naturales que puedan dar lugar a un desastre. También corresponde a los medios informativos una parte de la responsabilidad de preparar a los ciudadanos, hasta donde sea posible, para actuar correctamente antes, durante y después de una emergencia importante.

La investigación científica de las catástrofes ha alcanzado un alto grado de interés en épocas recientes. Las grandes calamidades naturales se producen con reiteración en deter--minadas zonas geográficas y en épocas desgraciadamente imprevisibles. La experiencia de siglos enseña que hay varios fenómenos naturales que a lo largo de la historia han constituido un terrible azote para la humanidad. Son los terremotos, los huracanes, las inundaciones y los incendios. Hay desastres de desarrollo lento, como el hambre de Etiopía, que existía desde mucho antes de que los medios informativos lo anunciaran de forma súbita y dramática al resto del mundo.

Algunos analistas explican este desarrollo irregular de la información apelando a una hipótesis, según la cual la atención que prestan los medios a las catástrofes fluctúa de acuerdo con las variaciones del propio mundo. Singer y Endrenyal definen el hecho al decir que los medios tienden con frecuencia a «señalar con

alarma» la «crisis de la semana», para abandonar el tema, sin resolverlo, al llegar el sábado. Pero también se peca a veces por exceso de información, hasta el aburrimiento de las audiencias.

#### 15.10. GANAR CREDIBILIDAD

Las encuestas realizadas sistemáticamente en Estados Unidos claramente de manifiesto la desconfianza del público hacia las informaciones de catástrofes. Los periodistas que cubren la información de catástrofes reciben duras críticas por parte de los que piensan que se preocupan más del impacto que quieren producir en los lectores que del rigor de lo que escriben. También es verdad que la mayoría de los sucesos de esta índole son difíciles de analizar en sus causas y efectos y requieren una información muy técnica.

Los medios disponen por lo general de muy poco tiempo y rara vez sus redactores tienen la especialización requerida en cada caso. Eso explica que muchas veces, la información sobre catástrofes naturales sea incompleta y poco exacta. Se olvida con frecuencia que es mejor reconocer que se carece de datos que dar informaciones erróneas.

Es interesante también considerar el uso, bueno o malo, que se hace de las fuentes. Hay que enfocar con claridad una serie de cuestiones íntimamente relacionadas con el rigor informativo: ¿Qué fuentes se han utilizado? ¿Qué pluralidad existe entre las fuentes consultadas? ¿En qué puntos coinciden las distintas fuentes? ¿Se le informa al público sobre la importancia de cada una de las fuentes consultadas?

#### 15.11. REVISAR ALGUNAS IDEAS

El papel que desempeñan los medios, su funcionamiento y su utilización en las emergencias de catástrofes, han sido objeto de numerosos estudios por parte de sociólogos, psicólogos y expertos en ciencias de la información y de comunicación.

Los desastres provocados por inundaciones, terremotos, huracanes y otras catástrofes naturales, han servido para estudiar las reacciones individuales y colectivas en confrontaciones directas con las calamidades y también para dilucidar hasta qué punto es eficaz la información en situaciones de emergencia.

La respuesta a todas estas incógnitas depende de una serie de factores que incluye la naturaleza de las fuentes, la credibilidad, el empleo que se haga de los medios, los efectos de otras experiencias anteriores, la disciplina del público y sus características étnicas.

Los análisis de las investigaciones realizadas en los últimos años sobre las reacciones del público ante una catástrofe han destruido muchos tópicos. Existe una discrepancia evidente entre lo que la gente cree y la realidad del comportamiento de los que sobreviven a una catástrofe. Según los investigadores, esta discrepancia se debe a diversos factores, entre los que destaca por su importancia la influencia de los medios.

Así, afirman los expertos que los medios de comunicación suelen describir erróneamente el comportamiento real de los elementos responsables, resaltando en la mayoría de los casos la parte negativa de los comportamientos individuales en lugar de destacar lo positivo de las actuaciones de las diversas organizaciones.

#### 15.12. LA INFORMACIÓN ANTES DE LA CATÁSTROFE

En una primera fase, los medios tienen la misión de informar, orientar y prevenir a la población sobre los problemas que pueden derivarse de una catástrofe.

Sucedee, por lo general, que la gente no considera la posibilidad de que en cualquier momento pueda producirse un desastre que les afecte directamente. No se encuentra por tanto preparada ni física ni psicológicamente para hacer frente a esa situación.

Los medios informativos tienen la tarea de captar noticias, comprobarlas y difundirlas. Y tienen también una misión de apoyo a la población y a las instituciones. Han de intentar siempre crear un estado de confianza entre la ciudadanía, reducir en lo posible la ansiedad de la población, alentar la solidaridad ciudadana e impedir la propagación de rumores. Es fundamental, por lo tanto, la organización de un sistema de información que permita la difusión de comunicados tan pronto se produzca una situación de emergencia.

Se comprende, pues, que la actuación de los medios de comunicación en la fase de alerta es decisiva para impedir las situaciones caóticas o de pánico que podrían producirse por falta de una información preventiva eficaz.

Las instrucciones que se difunden a la población amenazada de catástrofe, son muy parecidas en todos los casos. Así, se aconseja la adopción de una serie de medidas comunes a todas esas alarmas.

Algunas autoridades prefieren no alertar a los ciudadanos ante el peligro de alguna catástrofe, basando su actitud en que el mensaje de alarma podría ser interpretado como el anuncio de una situación caótica en la que podría reinar el pánico. Es un error. La alerta es esencial para disponer al público a la adopción de medidas urgentes ante la posibilidad de un suceso que puede acarrear graves consecuencias para la comunidad. En cuanto a los medios, debe recordarse que, tanto por exceso como por defecto, pueden causar perjuicios, aunque siempre hay más probabilidades de provocar una situación de pánico por falta de información que por difundir una alarma.

### 15.13. DURANTE LA CATÁSTROFE

Durante todo el tiempo que dure una emergencia, la información debe centralizarse en una Oficina de Emergencias o de Catástrofes creada por el organismo u organismos que se encuentren al frente de la situación y dirigida por un profesional de la información especializado, a ser posible, en el funcionamiento de las comunicaciones en períodos de emergencias. De él depende el portavoz principal y los demás portavoces, si es que hay más de uno, que harán llegar a los medios de comunicación, directamente o a través de los periodistas que cubren el suceso sobre el terreno, las informaciones y los comunicados oficiales destinados al público.

Es importante que la Oficina de Emergencias cuente en todo momento con la colaboración de los medios, que actúan en este caso como enlaces entre las autoridades y el público. A su vez, sus portavoces deberán mantener constantemente informados de la marcha de los acontecimientos a los representantes de los medios. De no hacerse así, sería difícil impedir la aparición de rumores, de noticias falsas y de informaciones tendenciosas que podrían dar lugar a situaciones conflictivas, caóticas y generadoras de pánico. Por eso es importante que, cuando las fuentes de noticias sean diversas, toda la información pase por el portavoz principal para evitar contradicciones y faltas de coherencia que pudieran confundir al público.

La afluencia, a veces muy numerosa, de enviados especiales y representantes de los medios, hace precisa la instalación de una Oficina de Información, dependiente de la de Catástrofes, dotada con todos

los servicios de co-municación necesarios para la transmisión de noticias al exterior y para el uso -de los informadores acreditados.



## TEMA 16: LAS TENTACIONES DEL FOTOPERIODISMO\*Texto sin revisar

Hay imágenes que producen reacciones muy negativas, de las que el redactor se libra por su capacidad de describir el mismo hecho de mil formas distintas. El fotógrafo no puede hacer lo mismo. Una foto presenta una realidad visual y por lo tanto es susceptible de despertar más emoción que un texto.

El auge que alcanza la información gráfica se debe a la creciente convicción profesional de que las fotos sirven para algo más que ilustrar textos. El hecho de que estamos asistiendo a una resurrección de la fotografía como elemento fundamental de la información y al renacimiento del periodismo gráfico.

La sensibilidad de la sociedad ante el fotoperiodismo y su ética obedecen a dos líneas de razonamiento:

- los abusos que se cometen y la aspiración social de eliminarlos,
- hay una prevención respecto a las cámaras y a la fotografía.

Por lo que respecta a la ética de la información gráfica hay que analizar tres conflictos principales:

- a) falsificación de fotografías
  - b) imágenes duras
  - c) ataques al honor, a la intimidad y a la vida privada a través de fotografías.
- a) Falsificación de fotografías:

No es noticia una historia inventada por un redactor. Tampoco es una noticia gráfica, la foto inventada por un periodista. La forma habitual de inventar una noticia gráfica es mediante la manipulación en toda o en parte de la fotografía hasta llegar a una imagen falsa.

1) Manipulación convencional: la fotografía de prensa es siempre objeto de cierta manipulación porque las fotografías se cortan, se amplían, se retocan...Este tipo de manipulación material o técnica no plantea problemas éticos. Muchas veces se han trucado fotografías para fines propagandísticos. En ocasiones el prestigio de algunos profesionales del periodismo gráfico se ve empañado por la sospecha de manipulación.

2) Manipulación por ordenador: los procedimientos digitales para el truco de fotos han agravado las formas de alteración de la realidad. El tratamiento digital de fotografías aumenta las posibilidades de falsificación irresponsable.

3) Criterios éticos: las implicaciones éticas que se derivan de la manipulación convencional son muy importantes: si la fotonoticia es una parte de la realidad alterarla por cualquier procedimiento es modificar la realidad. Será una fotonoticia falsa si se presenta al público sin advertir que no se adecua a la realidad, pero si se advierte que la foto ha sido retocada será una manifestación de irrealidad, así no podría ser presentada como una fotonoticia sino como una ilustración. La manipulación electrónica puede hacerse muy eficazmente sin dejar pruebas. Las fotos pueden hacerse más interesantes, más atractivas con una manipulación de fondo sin huellas. Es comprensible que la erosión de credibilidad que se puede producir al admitir fotonoticias o fotoilustraciones, haya llevado a mantener posiciones absolutamente contrarias a cualquier modificación del contenido. Si se acepta la manipulación de fotos se quebranta definitivamente la credibilidad del público.

b) Imágenes duras:

La violencia y las catástrofes son el alimento de la mayoría de los medios de comunicación de todo el mundo.

Las informaciones truculentas ilustradas con imágenes impresionantes se cotizan muy bien de cara al público.

Las audiencias de los medios encuentran un atractivo especial en el suceso sangriento...en la catástrofe con muchas víctimas. Ese tremendismo gráfico ha dado lugar en ocasiones a fotografías absolutamente inolvidables que han dado la vuelta al mundo.

Son fotografías con mucha carga emocional que han quedado grabadas para siempre en la mente de los fotógrafos y en las cámaras de la televisión y del cine. Sin embargo, es la imagen congelada en el instante la que permanece viva en la memoria.

1) ¿Sensacionalismo o información pura y dura?: la publicación o no de imágenes de violencia o de dolor extremo plantea en ocasiones problemas éticos, a veces muy graves, que afectan tanto a los directores como a los fotógrafos. La responsabilidad ética de publicar o no una imanges dura, dramática, corresponde a los periodistas visuales y a sus directores. Es natural que a la hora de tomar una decisión, haya que pensara ene. Tipo de público que constituye la audiencia del medio, pro no cabe transferir la responsabilidad ética al público. Las imágenes duras no son antiéticas pero si pueden serlo si carecen de valor informativo.

c) Ataques al honor, a la intimidad y a al vida privada:

Periódicos, revistas y emisoras de televisión consideran de interés humano la difusión de imágenes de tropezones o actitudes ridículas de personas del máximo relieve que llevan a al humillación con gran resignación.

Aumenta progresivamente la sensibilidad social de las colectividades o grupos que han sido hasta ahora marginados o desconocidos por la Información.

1) Imágenes honrosas, imágenes públicas: al honor también se le puede lesionar éticamente a través de la imagen. La imagen se coordina plenamente con el honor cuando la imagen es deshonrosa.

Hay dos niveles posibles en el honor: honor esencial (igual en todos los hombres, inalienable, que responde a la dignidad de toda persona por el hecho de serlo) y honor existencial (diferente en cada hombre, susceptible de aumento o disminución) En ambos casos el honor se ataca éticamente porque se desconoce la verdad esencial de todo hombre. La falsificación de una imagen puede lesionar tanto el honor esencial como el existencial de toda persona.

También la imagen tiene que ser pública, no sólo deshonrosa. Lo que equivale a volver a aplicar a la imagen las precisiones que ya se hicieron respecto a la existencia de un triple ámbito: el público, el privado y lo íntimo. Las imágenes tienen que referirse al ámbito público o al ámbito privado si tienen trascendencia pública.

Las reglas básicas que rigen la ética de la captación de imágenes pueden sintetizarse así:

- pueden tomarse fotografías e imágenes en lugares públicos pero con consentimiento para hacer esas fotos,

- es necesario el consentimiento del propietario para que los fotógrafos puedan actuar dentro de lugares privados,
- no es ético difundir imágenes de una persona en una situación que no corresponde con la realidad,
- un caso particular relacionado con lo anterior se produce al utilizar indiscriminadamente fotos y películas de archivo para acompañar noticias de actualidad,
- no se pueden usar imágenes de una persona más allá de este propósito. Sin autorización específica no se puede utilizar éticamente la imagen de las personas con fines lucrativos.

Las situaciones reales y los matices serán variadísimas y escapan siempre a una simple enumeración cerrada.

## TEMA 17: DILEMAS ÉTICOS DE LA COMUNICACIÓN LOCAL \*Texto sin revisar

Hay muchos periodismos y existen periodistas de todas condiciones. Y todos han de tener una ética idéntica al ejercer su actividad informativa, una ética sin la que la profesión no existe.

En la comunicación local, la clave del éxito de los periódicos locales es:

- Saber adaptar la información a las necesidades de sus clientes
- Publicar las opiniones de sus lectores
- Seleccionar cuidadosamente a su redacción

La comunicación local está cerquísima de la vida real, esto es, el mundo del que se informa está a la vista de las audiencias y, por ello, tiene una fuerte incidencia social. Aunque hay demasiadas personas que salen en los medios que perciben que las audiencias reciben una versión sesgada e imperfecta de sus ideas o palabras.

No hay en la información más que una ética. Pero las circunstancias de la información sí que son diferentes. La comunicación local tiene peculiares dificultades de credibilidad. Por eso, su ética ha de ser particularmente sensible, espontánea, medida.

Todas las sugerencias para mejorar sensiblemente los contenidos de las publicaciones arrancan de la idea de que los lectores han de estar al principio de los periódicos y revistas, y no al final, porque estos están para servir a las necesidades informativas de las audiencias y no a los intereses de sus editores y periodistas.

Hay que saber seleccionar bien la información, tratarla, enriquecerla, contrastarla, ponderarla. Pero también hay que saber dar un contenido ético a las relaciones clásicas que se suscitan entre el público y los medios, como son, por ejemplo, las Cartas de los lectores, una sección clave para fomentar esa relación, y que requiere tiempo y recursos para atenderlas adecuadamente.

Las recomendaciones ante los dilemas éticos que suscitan son las siguientes:

- Deben publicar las reglas que regulan este correo
- Todas las cartas al director deben contestarse, o publicarse
- La redacción ha de ser informada del contenido de las cartas que no se publican. Para ello, puede elaborarse un resumen de los principales argumentos y observaciones.
- El Director de la publicación 3 deberes éticos básicos:
  1. Publicar las cartas de más interés
  2. No manipular su contenido
  3. No ordenar la publicación de una carta que por su contenido sea delictiva, o contraria a la ética de la información.
- El autor de una carta es siempre éticamente responsable de su contenido. El Director que autoriza su publicación es éticamente responsable de la difusión pública de su contenido.

- Los autores de las cartas deben estar perfectamente identificados. Pero el autor real e identificado ante el medio informativo puede solicitar que se publique sólo con sus iniciales, o con un pseudónimo o con un apodo.

- Si una carta se publica sin su verdadera firma y, llegado el caso, se requiere judicialmente al Director para que desvele la identidad real del firmante, según sean los acuerdos que se hayan pactado en el trámite de publicación de la misma, elegirá entre dos alternativas:

- Mantener el secreto profesional de esa fuente, negándose a manifestarla
- Darla a conocer al juez competente

Cualquier género periodístico puede plantear cuestiones relacionadas con la justicia. El periodismo ejercido responsablemente es tarea difícil, en la que se cometen errores y se dan numerosos fallos humanos.

Existe el DERECHO A LA RÉPLICA porque es necesario disponer de un sistema rápido, barato y sencillo para corregir los errores que se producen y restaurar la justicia informativa quebrantada. Es una salida honrosa que sacude la pasividad del público, que evita, numerosas querellas criminales, frente a las cuales la capacidad de rectificación de un periódico se convierte en uno de los pilares de su credibilidad social.

En términos éticos, las sugerencias más importantes sobre el Derecho de Réplica son las siguientes:

- Deber de autorrectificación
- Deber de heterorrectificación
- El deber de rectificar se refiere directamente a los hechos, a hechos falsos, e indirectamente a los juicios u opiniones si estos arrancan de hechos falsos.
- Deber de mantener las informaciones publicadas si son procedentes.
- Estar en desacuerdo con las ideas o las opiniones de la publicación no legitima este derecho.
- Las publicaciones deben saber respetar las opiniones contrarias a las que mantienen en sus páginas. Esas opiniones adversas, contrarias o divergentes pueden tener su sitio en la sección de Cartas, o en la página de Tribuna Libre.

Antes, el problema básico del periodismo era trasladar la información desde unas fuentes escasas hasta el público. Actualmente, consiste en saber elaborar, refinar y dotar de valor añadido a las informaciones que fluyen de nuevas fuentes informativas. Porque el sistema de fuentes ha cambiado, así como también el modo de relacionarse con ellas, y tiene su base en el deber oficial de informar.

La abundancia de fuentes facilita el trabajo pero no asegura necesariamente el interés de la información suministrada, sino que termina por arruinar el arte de los periodistas de hacer información y se corre el riesgo de burocratizar buena parte del trabajo periodístico. Y así, para muchos periodistas el trabajo consiste en desfilar por sucesivas ruedas de prensa, siempre sin tiempo para estudiar el tema, plantear cuestiones interesantes, formar el criterio personal o redactar de modo responsable y original los contenidos de los comunicados que se entregan.

Dos son las sugerencias éticas que Soria formula sobre comunicados y ruedas de prensa:

1. Los periódicos y revistas locales tienen el honroso deber de servir de tablón de anuncios de la comunidad.

2. Nunca hay que entregarse ciegamente a las fuentes institucionales de información.

Son de agradecer las notas, comunicados, informaciones de las oficinas de prensa o de los gabinetes de RRPP. Pero todos estos materiales deben ser considerados como un punto de partida, no como un punto de llegada. Además, corresponde a la redacción juzgar si su contenido constituye un tema informativo o no, y si considera que si lo tiene, ha de trabajarlo, analizarlo, contrastarlo y redactarlo con plena autonomía. Hacer otra cosa es poco ético: aceptar que las fuentes oficiales o privadas dicten, controlen o manipulen suavemente la información.

No es fácil describir en qué consiste la competencia profesional de un periodista pero, según Klaidman, se pueden dar cinco orientaciones:

1. Tiene que ser capaz de saber dónde está la noticia

2. Tiene que utilizar el lenguaje adecuado

3. Tiene que saber organizar y dar forma a la información de modo que entre en el ámbito limitado de un medio impreso o audiovisual

4. Tiene que saber comprobar los hechos con rapidez y seguridad

5. Tiene que saber equilibrar los diversos elementos de la información para que se encuentren adecuadamente representados en el producto final.

El derecho humano a la información convive y se complementa con los demás derechos humanos: el derecho a la vida, el derecho al honor, el derecho a la intimidad y a la vida privada, el derecho a la propia imagen, del derecho a la protección de la adolescencia y la juventud. Pero para que aprenda a convivir con ellos, es decisivo delimitar las tres esferas en las que se desarrolla la actividad humana:

- La intimidad

- La vida privada

- La vida pública

Ni la intimidad ni la vida privada pueden ser objeto de información pública, si no media el consentimiento expreso de la persona afectada. En el caso de la intimidad esta regla es absoluta y en el de la vida privada, se puede informar de la vida de una persona, sin su consentimiento, si la información es verdadera, se ha obtenido éticamente y tiene trascendencia para la vida pública, la cual debe entenderse como el principal foco de atención de la actividad periodística.

La praxis ética más generalizada lleva a omitir los nombres de los menores de edad involucrados en actividades antisociales y delictivas, porque no tienen responsabilidad plena sobre sus actos, sólo son autores de los hechos delictivos en un sentido material. Pero sí se puede informar de los hechos, de la circunstancia de la minoría de edad.

La información policial y judicial está erizada de problemas éticos. Y aquí, la ética informativa señala un criterio general: mientras el juez competente no acuse formalmente a alguien de algo, se debe reservar la identidad del detenido o del interrogado, aún cuando la policía haya detenido in fraganti al presunto autor de un delito o se trate de presuntos terroristas. El ingreso en prisión o la libertad provisional ordenada por

el juez competente, marcan el momento de la identificación informativa. Del mismo modo, se va extendiendo también el criterio de no identificar tampoco a las víctimas de los delitos, especialmente en el caso de las víctimas de delitos sexuales, para no aumentar los efectos sociales o morales del delito sufrido, ni interferir en la intimidad o vida privada de las víctimas.

Por otra parte, desde un punto de vista jurídico, los muertos no tienen derechos ni deberes: su personalidad se extingue con la muerte. Pero detrás de ellos quedan familia y amigos, sobre los que se proyecta lo que la información diga sobre la persona fallecida.

Al dar noticia de la muerte de personas estrictamente privadas, sin trascendencia en la vida pública, no existe ninguna razón para dar cuenta de la causa o circunstancias de su muerte, porque son datos de su vida privada. Pero, con las personas que actúan en la esfera pública, los detalles de su salud, de su enfermedad o de su muerte pueden publicarse porque tienen trascendencia pública. Además, añade Soria, que la licitud ética de informar sobre la causa de la muerte de un hombre público también se da aunque esa causa tenga connotaciones peyorativas: suicidio, SIDA, drogadicción...

La información sobre suicidios exige también gran delicadeza. De un suicidio sin trascendencia pública, no hay que informar; pero si se produce en un ámbito público, pero el suicida no es una persona pública, se puede informar del hecho, pero no es preciso identificar informativamente al suicida. En cualquier caso, hay que cuidar especialmente el lenguaje informativo y ser prudentes al intentar establecer sus posibles causas: hay que ser rigurosos, pero también compasivos.

El periodismo no está llamado a ser permanentemente una especie de juicio universal. La aireación informativa de los antecedentes políticos, familiares, sociales, de una persona puede tener algún sentido si se dan cita tres circunstancias:

1. Los antecedentes son verdaderos
2. Se refieren a una persona que opera o quiere operar en la vida pública
3. Su publicación tiene una finalidad claramente justificada.

\*Pero en la difusión pública de antecedentes hay que huir del morbo.

En suma: la licitud de la aireación de los antecedentes de los hombres públicos está siempre atemperada por el sentido común y la buena fe de los buenos informadores.

La condición de toda confianza social en todos los tipos de periodismo que se practican es la INTEGRIDAD de los editores y periodistas. Y la corrupción da pie a plantearse si se pueden encontrar periodistas honrados en una época en la que más de uno sigue pensando que cada periodista tiene un precio. En cualquier caso, hay que reforzar la lucha ética por la credibilidad.

Toda información pierde su legitimidad si procede de editores o periodistas corrompidos. La información, que siempre ha de cumplir una clara función social, se hará pura disfunción. La credibilidad informativa supone también que el mensaje publicitario no sea un parásito de los mensajes no publicitarios de los periódicos y revistas locales. Se debe identificar con absoluta claridad qué es información y qué publicidad.

CREDIBILIDAD es:

- Lucha honradamente contra la autocensura, que siempre entraña un doble fraude a la información: a los lectores y a la propia conciencia profesional.

- Independencia editorial y redaccional. El pluriempleo es mucha veces una fuente inevitable de incompatibilidades y de conflictos de intereses que contaminan seriamente a la información.

El informador ha de garantizar socialmente la rectitud de la información. Mal se puede garantizar, si editores y periodistas no tienen la plena libertad de buscar, crear y difundir información, o no son capaces de resistir cualquier tipo de presión que intente manipular la información.



## **TEMA 18: LA INFORMACIÓN DE LA VIOLENCIA: MORBO, CATARSIS TERAPÉUTICA, CONTAGIO O APOLOGÍA\*** Texto sin revisar

La estructura del hombre es unitariamente dual. Coexisten en él un impulso de agresión, violencia, odia y muerte, al lado de otro de solidaridad, ternura, vida y paz. Esta realidad permite afirmar una doble conclusión:

1. La violencia no es el carácter dominante del hombre
2. Además, el sueño de un golpe violento que libere al hombre de toda violencia futura, es radicalmente falso.

Según Max Weber, la violencia no conduce nunca a la justicia, sino a una violencia y a una astucia mayores. Y sucede que la violencia es, tal vez, el principal problema ético que acosa a la información, porque interrumpe la relación uno-otro, corta la comunicación humana, elimina la posibilidad de alteridad, ciega la fuente de la justicia posible.

La información de la violencia:

- Puede tener una dimensión terapéutica; puede representar una ayuda ética en la curación de la propia violencia. La sociedad necesita una cierta dosis de información dura y pura sobre la violencia, para poder alcanzar, al menos, estos objetivos:

- Conocer la realidad social
- Mantenerse despiertos en la búsqueda de soluciones pacíficas a los problemas que subyacen en la violencia
- Inmunizar a los ciudadanos contra la tentación de ser violentos
- Hacer florecer en todos la estimación por la paz
- Promover la confianza en las instituciones públicas

En fin, transmitir a todos los ciudadanos la esperanza segura de que la violencia no ganará.

- Puede cumplir una cierta función catártica. La contemplación de la violencia ajena, su publicación, ayuda a drenar la propia violencia, alivia las pulsiones agresivas, y canaliza las difusas tensiones que siempre existen en la sociedad. Informar de la violencia sería rebajar la tensión, desencadenar una catarsis colectiva.

La teoría del “morbo” o la idea de la violencia como remedio barato del tedio social terminan siempre igual: traduciendo la violencia pura y simplemente en un entretenimiento informativo. La vida se convierte entonces en una película. La realidad social se hace un medio informativo. La cultura de la información pasa a ser cultura comercial. Se escarba y comercia con el dolor ajeno.

El alto coste social y ético que se paga al convertir la violencia en entretenimiento informativo es éste: maquillar los verdaderos problemas sociales, poner en riesgo vidas humanas, difuminar la importancia ética de la violencia, tomar en serio lo que no lo es y convertir en trivial lo que es importante, intensificar la violencia difundida para que no decaiga el espectáculo; desprestigiar a la información...

La violencia se resiste a una definición, a una simplificación. Es algo más que la jeroocracia, es decir, el empleo contundente e injusto de la fuerza física. Es VIOLENCIA toda fuerza injusta, toda libertad violentada, toda manipulación de la verdad, todo subyugamiento de la voluntad, el miedo, la vejación, la humillación, toda degradación del ser humano. En definitiva, todo lo que ofende a la persona es violencia, la cual está en conexión con:

- La vida humana
- El poder político, porque, como dice San Agustín, “donde se prescinde de la justicia, el Poder ya no se distingue de una banda de ladrones”. Del mismo modo, donde se prescinde de la ética o se margina la justicia, no es posible aclarar racionalmente qué es la violencia y qué la paz.

Para entender la PAZ se requiere una capacidad crítica de ruptura frente a dos puntos característicos del pensamiento contemporáneo:

☒ La corriente tecnocrática, que mantiene la indiferencia de los medios en relación con los fines. Según Gandhi “es cierto que de un mal puede surgir un bien”. Pero lo que el hombre debe saber es que el mal viene del mal, igual que el bien viene y se explica por el bien.

☒ La tradición luterana, que sostenía que la doctrina de la no-violencia no era aplicable a la política, dando así lugar a una doble moral, la moral pública y a la moral privada. Gandhi considera una blasfemia afirmar que la no-violencia sólo pueden practicarla los individuos y no las naciones.

La paz requiere, por tanto, la coherencia entre la actuación pública y la privada. Y requiere también dar a la política y a la información una base ética. Por eso, lo que siempre amenaza a la libertad y a la paz es:

- La política sin ética
- La información sin ética

Parte del fundamento ético de la paz es entender que no toda la fuerza es violencia. Hay también una fuerza justa y hasta una ira buena, que hace acto de presencia cuando hay que conquistar un bien que no se rinde.

Cotta distingue entre fuerza y violencia:

☒ Fuerza:

- tiene medida
- requiere siempre una legitimidad de origen y de ejercicio

☒ Violencia:

- es desmesurada
- apela a la legitimidad del resultado: el violento intenta legitimarse, cuando vence, porque ha vencido.

- Pero nunca se transforma en sonrisa

No cabe duda de que la violencia puede y debe ser objeto tanto de información como de comunicación de ficción. Las dudas comienzan al intentar fijar algunas reglas generales que orienten la actuación ética en su comunicación pública.

Igualmente claro es que resulta imposible científicamente demostrar que la violencia contemplada causa violencia, ni tampoco lo contrario. Aunque esta imposibilidad de demostrar inequívocamente la existencia de una relación causal entre información y violencia no justificada, en ningún caso, la inacción.

Se impone inicialmente una distinción entre la información de hechos violentos históricos y la información sobre la violencia de ficción.

Tanto el teatro como el cine se han vuelto cada vez más visualmente violentos. Por ello, se hace necesario plantearse en la violencia de ficción 3 preguntas radicales, que hacen referencia a la ética de los medios, a la ética de los procedimientos:

1. ¿Es esencial o no la acción violenta para la historia que intenta comunicarse?
2. Si la acción violenta es esencial, ¿cuántos detalles son rigurosamente necesarios para que la acción violenta se comprenda bien?
3. ¿Se incluyen acciones violentas que sólo sirven como factores de un sensacionalismo morboso?

La comunicación de la violencia de ficción tiene también que plantearse la ética de sus fines, que deben ser, a la vez, estéticos y éticos, porque hasta en la forma de narrar la violencia de ficción hay que tener pasión por la paz.

Por otra parte, al comunicar públicamente la violencia social en la obra de ficción, hay que intentar hacerlo respetando 3 criterios básicos:

- I. No hacer apología de la violencia, apología que puede producirse al informar mediante:
  - Empastelamiento: se produce cuando al mezclar diferentes realidades, el resultado carece de sentido; suele ser una de las consecuencias de tratar la violencia como entretenimiento.
  - Exaltación: se produce al acompañarla de juicios favorables de la violencia en sí misma o sobre sus motivaciones emocionales. Evitar la exaltación de la violencia es informar desde la perspectiva de las víctimas, no desde la de los violentos; y, también, de aquello que los violentos o el Gobierno no quieren que se sepa.
  - Encallecimiento: un exceso de informaciones violentas o la intensidad de la información sobre violencia pueden abotargar la sensibilidad de los ciudadanos. Y la insensibilización trivializa la violencia, vuelve indiferentes a las sociedades, inerva los mecanismos de respuesta ciudadana. Al final no horroriza nada y la violencia se considera, entonces, normal, inevitable, justificada y tan natural como el amanecer. Es la máxima apología de la violencia.
- II. Llamar a la violencia por su nombre: tiene que haber una ética del lenguaje, un uso moral de la palabra la imagen y el sonido.
  - Hay que llamar a las cosas por su nombre: homicidios, matanzas, torturas, a todas las formas de explotación del hombre.
  - Hay que dejar de emplear la jerga de los violentos, que siempre reenvía a una subcultura precisa: la subcultura de la muerte o la subcultura de la violencia.

III. Urgir desde la información a solución pacífica de los problemas reales que se ocultan o manifiestan en la violencia: hay un modo realista y comprometido de informar sobre la violencia, y este es interesarse

por los hechos violentos pero también por las ideas y alternativas en que pueda basarse la solución de los problemas sociales.

Unamuno llamó alterutalidad a la actitud que permite pensar por encima de intereses y fronteras físicas o mentales. El periodismo realista y comprometido tiene que ser también alterutal al informar de la violencia, detrás de la que siempre hay un problema real o, al menos, los flecos finales de un auténtico problema real. Por este motivo, la violencia, toda violencia, se asienta en un fondo de verdades a medias, cuando la información no puede ser indiferente ante ese fondo de verdad que subyace tal vez en toda violencia.

Dice Desantes que “cuando surgen los choques, los roces o los enfrentamientos. Cuando se conculca la justicia y se pone en peligro la paz. Cuando se desencadena la violencia física o moral, entonces es la hora de que el periodista oponga al espíritu de discordia su voluntad de concordia; ponga paz donde no haya paz; intente vencer a la violencia con la fuerza de una información clara, justa, recta”.

## TEMA 19: LA MINORÍA DE EDAD INFORMATIVA\**Texto sin revisar*

Los menores de edad carecen del criterio requerido para juzgar a uno mismo y a los demás. Esta carencia explica que no tengan la plenitud de ejercicio del derecho humanos a la información, a la vez que permite sostener que los mensajes informativos pueden ser especialmente beneficiosos o perjudiciales para el público infantil o juvenil.

La minoría de edad no implica, sin embargo, la inexistencia del Derecho a la Información en los menores de edad. Es únicamente su ejercicio lo que aparece protegido o delimitado en razón precisamente de esa minoría de edad.

Por otra parte, las limitaciones que los menores tienen en su capacidad de obrar informativo representan sólo una incapacidad parcial, circunstancial, siempre vinculadas al estado y maduración de su sensibilidad, de su libertad moral, de su inteligencia y de su voluntad. Así, a medida que empiezan a razonar, la regla general estará inspirada en el criterio de que serán capaces de actuar de acuerdo a sus intereses e incapaces de hacer algo que les perjudique. Pero no son los menores de edad los que determinan lo que es perjudicial o lo que necesitan, sino también los padres y profesores y, además, a medida que avanzan en edad, y amplían sus relaciones sociales, en el trato con los demás. Aunque, realmente, el esfuerzo por educar a las jóvenes generaciones compete a toda la sociedad, incluso a los medios.

Ha habido una tendencia a entender que satisfacer el derecho a la información de los menores de edad equivale a protegerles de las informaciones que puedan dañarles, un planteamiento presente en la Convención de Naciones Unidas sobre Derechos del Niño de 1989, en la que se insta a los Estados a “la elaboración de directrices apropiadas para proteger al niño contra toda información y material perjudicial para su bienestar”. Pero el Derecho a la Información de la Infancia no puede reducirse a este criterio, pero, efectivamente, la protección es fundamental.

Según Johnson-Smaradgi: “los niños son socializados para utilizar los medios. El hogar influye en los hábitos de consumo de los media”, porque, de hecho, uno de los factores de la adicción televisiva de los niños es la adicción previa de sus padres, pues la televisión no produce por sí misma una adicción aislante.

Los medios son responsables de todos aquellos mensaje informativos que tienen como objetivo al público infantil y juvenil. El resto de informaciones no dirigidas específicamente a este son responsabilidad de los padres, a quienes corresponde la decisión de que accedan o no a los mensajes para mayores de edad.

Respecto a los mensajes dirigidos a menores de edad, intenta proteger frente a aquellos que promueven una visión ahumana o inhumana, la desconexión entre afectividad y sexo o la apología o la incitación a la violencia.

Lo realmente complicado es elaborar un buen producto informativo capaz de entretener y educar, que no se limite simplemente a no dañar, porque los niños tienen derecho a una información específica que no debe reducirse sólo al derecho a no recibir mensajes perjudiciales. Esta formulación positiva se encuentra también recogida en la Convención de las Naciones Unidas sobre Derechos del Niño de 1989, en la que se reconocen los derechos a “la libertad de expresión incluidos los de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma

artística o por cualquier medio elegido por el niño”. Como es lógico, los padres podrán “guiar al niño en el ejercicio de su derecho de modo conforme a la evolución de sus facultades”.

Una crítica que se ha hecho a los medios es la de desperdiciar su potencialidad educativa; Aunque algunas empresas informativas empiezan a mostrar preocupación por ofrecer a los menores de edad la información a la que tienen derecho.

Quizá puedan avanzarse unos criterios generales para perfilar el objeto y contenido de este DERECHO A LA INFORMACIÓN DE LOS MENORES DE EDAD, como, por ejemplo, estos:

- Los menores de edad necesitan la educación en la fe; hay que ayudarles a profundizar en las exigencias de su fe, que supone reconocer a Dios como fundamento de todos los valores y convencerles de que es él quien da sentido a la existencia humana.
- Necesitan abrirse a los demás: la adolescencia y primera juventud son etapas de intenso crecimiento en el ejercicio de lo bueno, lo bello y lo verdadero, que les permite interiorizar el mundo visible y las relaciones con los demás.
- Necesitan, finalmente, descubrir el propio yo a través de la percepción más o menos nítida de las potencialidades, tendencias, virtudes y defectos de cada uno.

En síntesis: lo que tiene interés durante la minoría de edad es dotar inicialmente de sentido intelectual y moral la existencia de los menores de edad, lo que implica y reclama la autoeducación, es decir, el inicial desarrollo del sentido del discernimiento y de la formación de la conciencia personal.

En cuanto a los menores de edad como sujetos de la información. La degradación de un niño es siempre noticia y noticia triste cuando supone la corrupción de la conciencia.

Las informaciones sobre delitos que afectan de alguna manera a menores bordean dos graves peligros:

- ☒ El morbo
- ☒ El daño a su personalidad

Para evitarlos o reducirlos, pueden resultar útiles los siguientes puntos de vista:

- El respeto a los menores de edad, como autores o víctimas de un delito, refuerza la idea de mantenerles informativamente en el anonimato.
- El respeto a la dignidad de los menores y a la tutela de su personalidad, puede llevar, después de una ponderación de todas las circunstancias, a tratar con especial delicadeza hechos que, aunque no sean delictivos, pueden afectar al desarrollo futuro del menor.
- Si, precisamente en interés del menor de edad, los informadores consideran que es oportuno difundir los datos personales o la imagen que lo identifiquen, parece conveniente contar con el consentimiento de los padres o, en ocasiones, del juez.

## TEMA 20: DEBERES POSTERIORES A LOS ACTOS INFORMATIVOS: RESPONDER, TRASCENDER, MANTENER O RECTIFICAR LA INFORMACIÓN\*Texto sin revisar

La información genera unos deberes profesionales que deben cumplirse. Y la responsabilidad del periodista no termina en la elaboración de la información, sino que, según palabras de Desantes Guanter, “el deber de informar se prolonga más allá de la conclusión del acto informativo y de la difusión del mensaje creado o puesto en forma”. Esos deberes posteriores o “consecuenciales” se pueden concretar en dos:

☐ Deber de responder: se refiere a la información realizada, publicada o difundida y su ejercicio beneficia a la información, a la profesión, a los demás y, sobre todo, al informador, porque asumir la responsabilidad personal y rectificar supone un aumento de credibilidad. Una figura que trata de satisfacer este deber de responder es el Ombudsman o Defensor de las audiencias, existente en algunos medios informativos.

☐ El deber ético y jurídico de responder: el informador tiene una responsabilidad ética, jurídica y social en el ejercicio de su función de informar. Pero la ética es más amplia que la jurídica, pues moviliza todas las virtudes mientras que el Derecho se organiza básicamente en torno a la justicia. Además tiene un carácter fundante, porque toda responsabilidad jurídica ha de tener un fundamento ético, si no pierde su racionalidad y se convierte en instrumento de poder, al servicio de intereses voluntaristas. Pero la responsabilidad ética tiene, por otro lado, mayor dificultad e ineficacia, al tener que ofrecer más enfoques de ponderación y porque ha de exigirse desde la propia conciencia. Sin embargo, la profesión informativa confía y aprecia el papel insustituible que la responsabilidad ética tiene en el proceso y en todos los actos informativos, así como ha probado que puede articularse en niveles suficientemente operativos sin perder su carácter: derecho de réplica, de rectificación...

☐ Algunas respuestas al deber de responder:

- El concepto de RESPONSABILIDAD, que constituye el núcleo del deber de responder, sólo tiene sentido unido a la libertad, porque la responsabilidad requiere esencialmente que las acciones u omisiones concretas sometidas a la responsabilidad sean humanas, es decir, libres.

- Hay 2 formas de entender la RESPONSABILIDAD:

- Como la consecuencia directa e inmediata de las acciones libres de un hombre, de los actos informativos de un informador. Este planteamiento tiene el riesgo de sugerir que la responsabilidad es un modo de limitar la libertad.

- Como una cualidad o propiedad unida inseparablemente a los actos libres.

- Un exceso de sentido de responsabilidad del informador es tan inconveniente como su defecto. Ni el sentido de responsabilidad éticamente bien asumido evitará tener que actuar en ocasiones con niveles razonables de riesgo. El miedo al riesgo informativo no debe inducir a la autocensura o a la propia prudencia.

- Constituye una caricatura del deber de responder mantener que el cumplimiento de los deberes previos o coetáneos a la información carece de importancia, porque en el peor de los casos cabe siempre la

rectificación de los errores cometidos. Por el contrario, siempre será mucho más importante cumplir con ellos que responder de su incumplimiento.

- El deber de responder, en el campo informativo, tiene numerosas manifestaciones:
  - No transferir la propia responsabilidad a otras instancias
  - Subsanan la información incorrecta
  - Mantener siempre la información verdadera y correcta.
  - Ampliar la responsabilidad personal por actos informativos ajenos, como ocurre en el SECRETO PROFESIONAL.

El SECRETO PROFESIONAL es un derecho y deber de los informadores, una ampliación de su responsabilidad. Existe una clara conciencia en el campo profesional de la información de que, en determinadas circunstancias, constituye un auténtico deber moral la ocultación de las fuentes de información. Sus características y elementos son:

- Se refiere únicamente a las fuentes
- Implica el silencio sobre la identidad del autor de una información
- Se extiende a las fuentes de información posibles: desde documentos, fotografías, películas...obtenidos o utilizados a lo largo de la información así como los elementos circunstanciales ( personas, lugares, tiempos y procedimientos ) que concurrieron en su elaboración.
- Supone, entonces, la prohibición general de secuestrar documentación documentos y materiales redaccionales y protege la reserva sobre las condiciones en que las fuentes han proporcionado sus informaciones. En otras palabras, los periodistas rechazan la obligación de revelar las fuentes de sus informaciones, o de facilitar los documentos y elementos de la información obtenidos en el transcurso de la investigación.

El SECRETO PROFESIONAL tiene una doble dimensión: no es sólo un derecho irrenunciable sino también un deber, que no existe en beneficio de los informadores ni constituye nunca un privilegio. Sus exigencias pueden entrar en conflicto con otros intereses de personas e instituciones sociales, aunque en estos casos prevalece sobre sus exigencias y demandas de conocimiento. El conflicto se plantea en relación con la función judicial y, especialmente, en el ámbito penal: puede entrar en conflicto con la obligación de todo ciudadano de cooperar con la justicia y declarar verazmente todo lo que conozca, en beneficio del esclarecimiento de delitos y de responsabilidades delictivas. Puede suceder, cuando el juez hace comparecer al informador sobre las informaciones que forman parte del secreto profesional, que:

- Si no se reconoce y acepta el secreto profesional, la incomparecencia judicial podría ser calificada como denegación de auxilio a la justicia.
- Si el informador comparece, pero se niega a declarar, incurre en desobediencia.
- Si accede a declarar, pero no lo hace verazmente, caerá en el falso testimonio.
- Una comprensión defectuosa del secreto profesional lleva a considerarlo como un modo de eludir la posible responsabilidad penal en que podría incurrir por sus acciones informativas.



El periodista está llamado a responder penalmente de las informaciones difundidas de las que sea autor o de los procedimientos empleados para conseguirlas, en el caso de que estén tipificados como delitos. Ahora bien, si las informaciones presuntamente delictivas proceden de fuentes cuya identificación el periodista no reveló ni en la información ni en el proceso judicial, el informador asume plenamente la responsabilidad de lo difundido, sin trasladar esa responsabilidad a la fuente que se lo ha desvelado.

Algunas razones para el secreto profesional son estas:

- La más elemental dignidad intelectual y moral obliga a los informadores a mantener en todo momento la promesa que hicieron a sus fuentes de no revelar su identidad.
- Permite reunir datos y difundir informaciones que, sin secreto, en muchas ocasiones no se hubiesen llegado a conocer.

Es, pues, una condición de la libertad necesaria para el ejercicio del Derecho a la Información. Se convierte en un instrumento importante para la labor informativa, ya que hace posible la confianza entre informantes e informadores, esencial para la obtención de información.

La omisión de la identidad de las fuentes no debe afectar a la calidad de la información, porque el conocimiento de la fuente por parte del público permite entender mejor la orientación de las noticias, el valor de los juicios y opiniones y, en general, el grado de credibilidad de la propia información. Entonces, el secreto elimina un elemento muchas veces relevante en la información. La cuestión se traslada así al informador o al medio y, según sea la credibilidad de uno o de otro, o de ambos a la vez, así será la credibilidad que el público dé a esa información sin fuentes expresas.

Pero el secreto profesional tiene excepciones éticas y sus criterios éticos fundamentales son:

- a) El compromiso de no revelar las fuentes genera un deber ético de fidelidad con la fuente.
- b) El informador tiene, en principio, el deber de mantener el compromiso que le obliga a respetar el carácter confidencial de sus fuentes
- c) El deber del secreto profesional se atenúa cuando la información suministrada por la fuente supone ya en sí el “injusto quebrantamiento” de un deber de secreto, reserva o confidencia.
- d) Aun en el caso de que las informaciones recibidas no supongan previamente ningún acto ilícito, el deber del secreto profesional admite excepciones, que podrían resumirse en que “puede incumplirse el deber de secreto profesional de los informadores si su mantenimiento puede ocasionar a otras personas un daño grave injusto”.

☐ Deber de trascender: está orientado al futuro y dice Desantes que viene a ser la coronación del acto informativo y que “se lleva a cabo para el propio provecho, sino que se da en beneficio inmediato de los colegas de profesión o de los que están en periodo formativo y mediatamente a favor de todo futuro destinatario de la información”. Se fundamenta en el sentido de solidaridad profesional, consciente de:

- La deuda que el informador tiene con los que le han precedido en la vida y trabajo profesional.
- La responsabilidad que todo informador tiene con los demás informadores que conviven con él o le sucederán en el futuro.

El trabajo informativo, la experiencia profesional, va más allá del tiempo histórico en que se produce; no sólo tiene valor aquí y ahora, sino que trasciende en el tiempo y el espacio para hacerse presente en la vida

profesional del futuro, si se comunica de mil modos distintos a la comunidad informativa. El informador debe transmitir a esta sus conocimientos y experiencias, porque no tienen que acabarse en él. Es la única forma de avanzar, porque los avances se producen porque hay personas y profesionales conscientes del deber de transmitir.

Según Desantes, este deber “ha de surgir del convencimiento acerca de la trascendencia de la información y de la aportación que el trabajo bien cumplido, la experiencia bien ponderada o el conocimiento causal bien afianzado supone para el futuro de la información”.

**ÉTICA:**  
**CUESTIONES FUNDAMENTALES**  
**Robert Spaemann**

## PREFACIO

Lo evidente se puede solamente mostrar, pero, propiamente, no se puede hablar de ello. Por eso dice Wittgenstein: “Es claro que la ética no se puede explicar”.

Si, no obstante, hay que hablar siempre de lo evidente, se debe tan sólo a que es objeto de continua discusión. Ninguna ética real, con validez en una sociedad, es ética a secas, ya que acarrea consigo ciertos rasgos de ignorancia.

La instrucción puede tener lugar a diversos niveles. En el nivel más elemental se puede intentar reducir a una raíz común lo que conocemos como obligaciones, virtudes, normas o valores morales y ponerlos en una relación sistemática al derivarlos de esa raíz; he aquí el tradicional quehacer de la ética filosófica. Pero la ética no es tan interesante como para que valga la pena ocuparse de ella, si no se deja de fórmulas vacías y educa para la acción.

## I. ÉTICA FILOSÓFICA O ¿SON RELATIVOS EL BIEN Y EL MAL?

La pregunta por la significación de los términos bien y mal, bueno y malo, pertenece a las cuestiones más antiguas de la filosofía.

Cuando un médico o un economista nos dicen que algo es “bueno” para nosotros, cuando nos dan un consejo, el significado de esta palabra es “bueno para alguien en un determinado sentido”, resultando que esa misma cosa pueda resultar, bajo diversos aspectos, buena o mala para la misma persona. Ej.: Hacer horas extras es bueno para el nivel de vida, pero también malo para la salud.

Pero también usamos la palabra “bueno” en un sentido absoluto; es decir, sin añadir “para” o “en determinado sentido”, derivando de ello preguntas como ¿qué cosa es realmente y de verdad buena para mí? ¿Qué bien o qué interés debe prevalecer? Decimos que La reflexión sobre estas cuestiones es de carácter filosófico.

Siempre nos encontramos con la misma afirmación de que los problemas éticos no tienen sentido porque no se les puede dar respuesta, ya que las afirmaciones se hacen relativas, dependientes del ámbito cultural, de la época, del estrato social y del carácter de los que usan estas palabras.

Que los sistemas normativos son en gran medida dependientes de la cultura, es una eterna objeción frente a la posible exigencia de una ética filosófica, es decir, una objeción a la discusión racional sobre el significado absoluto de la palabra “bueno”. Pero esta objeción desconoce que la ética filosófica no descansa en la ignorancia de esos hechos; la búsqueda de una medida, universalmente válida, de una vida buena o mala, del buen o mal comportamiento, brota de la diversidad de los sistemas morales. Las coincidencias en las ideas morales de las distintas épocas son mayores de lo que comúnmente se cree; las diferencias nos llaman más la atención porque las coincidencias son evidentes.

Frente a la pregunta “¿existe esa medida?” encontramos dos variantes de Relativismo moral:

- “Cada uno debe vivir de acuerdo con la moral dominante en la sociedad en la que vive”. Esta máxima incurre en tres contradicciones: la primera, cuando quien plantea la máxima quiere fijar *al menos* una norma universalmente válida; la segunda, es que no existe esa moral dominante; y la tercera, es que hay sociedades en las que el proceder de una persona que no se acomoda a la moral de su tiempo tiene carácter de modelo.

- “Cada uno debe seguir su propio capricho y hacer lo que le venga en gana”. Según esto, pertenece al código penal y a la policía hacer que las acciones contra el bien común sean tan perjudiciales para quien las realiza que las omita por su propio interés. No existe otro sentido de bueno o malo que el de “bueno para mí en un determinado sentido”. Esta tesis resulta algo trivial. Quien diga que cada uno debe hacer lo que quiera se mueve en un círculo vicioso, ignora el hecho de que el hombre no es un ser acuñado por los instintos, sino alguien que debe buscar y encontrar la norma de su comportamiento; ni siquiera poseemos por naturaleza el lenguaje, debemos aprenderlo. Esta tesis presupone que uno sabe lo que quiere.

Vivir rectamente, vivir bien, significa ante todo establecer una jerarquía en las preferencias. Los antiguos filósofos pensaron que podían ofrecer un criterio para una adecuada jerarquía; es correcta aquella ordenación de acuerdo con la cual el hombre vive feliz y en paz consigo mismo. En la actualidad, esto no puede ocurrir, de manera que el consejo “haz lo que te guste” no basta para responder a “¿qué es lo que debe gustarme?”. Pero tampoco es suficiente partir de otra base. No existen sólo mis gustos, existen también los de los demás.

La tolerancia se debe tener, pero exigirla no es suficiente para resolver los conflictos entre los deseos propios y ajenos, pues muchos de esos deseos son sencillamente irreconciliables.

La disputa sobre el mal y el bien demuestra que la ética es campo de litigios, demuestra que determinados comportamientos son mejores que otros, mejores en absoluto, no mejores para alguien o en relación con determinadas normas culturales. El sentido de la ética filosófica es arrojar más luz sobre este conocimiento y defenderlo frente a las objeciones de los sofistas.

## **II. EDUCACIÓN O EL PRINCIPIO DEL PLACER Y LA REALIDAD**

La diferencia entre lo bueno y lo malo tiene un valor general, a pesar de todas las diferencias históricas y culturales que se dan en el individuo.

Cuando, hace 2.500 años, comenzó la reflexión filosófica sobre la ética, no se inició con la pregunta sobre lo que debemos hacer, sino sobre lo que propiamente y en el fondo queremos, pues la mayor parte de lo que queremos no lo queremos propiamente en sí ni por sí mismo, sino que gracias a eso pretendemos lograr una cosa distinta. Lo que verdaderamente y en el fondo queremos, causa de cualquier otro deseo y acción, lo denominaron los griegos “el Bien” o “bien supremo”.

Los sistemas normativos pueden ser antinaturales de dos maneras: por entregar al hombre en manos de otro, o por hacerlo al propio capricho.

Lo que nosotros queremos de verdad, y aquello por lo que queremos todo lo demás, es lograr el placer y evitar el dolor, o dicho de otro modo más simple: sentirnos a gusto. Esta concepción se denomina “hedonismo”, relacionado con “antes de tener el deber de hacer algo, debemos desearlo”.

Pero el hedonismo interpreta falsamente esta premisa. El grado de la sensación de felicidad que se experimenta depende del horizonte de la esperanza: quien se ha acostumbrado a la satisfacción de múltiples y variadas necesidades, no logra a la larga más placer que el que tiene unas necesidades más modestas.

Incluso si partimos de que el hombre desea ante todo el placer, muy pronto otro impulso sustituye a aquel: la autoconservación. Freud describió que la naturaleza no se acomoda a nosotros; somos nosotros los que tenemos que acomodarnos a ella. Debemos, por tanto, renunciar a una parte de nuestros deseos para que se puedan realizar otros. Visto así, el hombre es un hedonista frustrado. Ahí reside la causa de todas las neurosis, pero también la de las más altas realizaciones culturales.

Freud descubrió fenómenos ocultos hasta entonces; pero, ¿los interpretó correctamente? Nunca aceptaríamos la felicidad si esta implicara estar atado a una cama y conectado a una máquina. Lo que de verdad y en el fondo no es el placer, lo que deseamos es algo real.

En la realidad, el dolor y el placer aparecen mezclados. El dolor, si no es excesivo, tiene importantes funciones, como mostrarnos los peligros de la vida.

La inmortalidad es una catástrofe, algo que nos llevaría a la indiferencia. Todo lo que ahora hacemos, podríamos hacerlo igualmente mañana; pero el momento presente tiene justamente valor porque nunca volverá, en una vida sin fin nada sería valioso.

En definitiva, ni la conservación ni el placer los queremos a cualquier precio; uno puede sacrificar su vida por otro, y puede “tener más miedo a su mala vida que a la muerte”.

En las morales de autoconservación no encontramos el significado pleno de la palabra “bueno”.

La sociedad que elabora los derechos de la libertad y la ilimitada satisfacción subjetiva de los ciudadanos, sin considerar las condiciones de su conservación y seguridad, probablemente dará pronto al traste con la libertad y el bienestar; y al revés: allí donde la seguridad de un sistema de libertades se perfecciona tanto que todo se subordina a la conservación, se sacrifica lo que debe ser mantenido y lo que el sistema hace digno de conservarse.

En estas morales se da una dialéctica entre conservación y realización; que uno se incline más por una u otra es una cuestión de carácter, ya que a ambas posturas las caracteriza el miedo a desaprovechar algo y a perderlo.

Sólo tendrá la realidad como enemiga quien considere al hombre como alguien a quién se trata sólo de proporcionar un máximo de placer subjetivo. Quien comprenda que lo que deseamos es esa realidad, de modo que en la experiencia de la realidad y en la activa contraposición a ella alcanzamos a ser nosotros mismos, verá las cosas de otro modo; comprenderá que el bien tiene que ver con la experiencia de la realidad, con el hacer justicia a la realidad.

En el comienzo de toda ética, de todo consciente preguntarse por la vida recta, se sitúa el proceso en que el niño, desde la parcialidad de su subjetivo mundo de sentimientos, es introducido cuidadosa y resueltamente en la realidad; realidad que es como es, independientemente de nosotros.

Matthias Claudius escribe a su hijo: “la verdad, querido hijo, no se acomoda a nosotros, sino que somos nosotros los que debemos acomodarnos a ella”.

### **III. FORMACIÓN O EL PROPIO INTERÉS Y EL SENTIDO DE LOS VALORES**

El principio del placer encuentra su límite en la realidad, como afirma Freud; pero hemos visto que tampoco da en el blanco lo que enseña Freud sobre el hombre como un hedonista frustrado que debe

amoldarse, lo quiera o no, a la realidad, si quiere sobrevivir. Lo que deseamos es justamente realidad, y salvo que estemos enfermos o seamos toxicómanos, no deseamos ninguna euforia ilusoria, sino una felicidad que se apoye en la realidad.

¿Qué diferencia las más altas especies de placer de las más bajas? Ya el lenguaje las diferencia; así, hablamos generalmente de alegría y no de placer. Las sensaciones placenteras las causa algo; la alegría tiene, en cambio, un objeto, un contenido; y así, escícticamente, existen tantos tipos de alegría como contenidos que de esa alegría se den.

Llamamos valores a los objetos o contenido de los sentimientos apuntados. El contenido valioso de la realidad se nos patentiza en los actos de alegría y tristeza, amor y odio,... La paradoja reside en que, quien convierte el placer y el bienestar subjetivo en el tema de su vida y el fin de su actividad, no experimentará en absoluto aquel bienestar más absoluto que llamamos gozo.

Tales contenidos valiosos no nos resultan todos accesibles a la vez y desde el principio. Se manifiestan paulatinamente y a medida que uno aprende a objetivar sus intereses. Hay que aprender a escuchar y entender la buena música para poder gozar con ella.

Llamamos formación al proceso de sacar al hombre de su encierro en sí mismo, a la objetivación y diferenciación de sus intereses y, con ello, al aumento de su capacidad de dolor y de gozo. La formación, la creación de intereses objetivos, el conocimiento de los valores de la realidad, es un elemento esencial para una vida lograda.

Especial importancia tiene esa jerarquía cuando se trata de valores de distinta clase. Nadie puede apreciar de algún modo el valor que encierra el perseverar en algo justo, y encontrar como igualmente valioso el valor que supone la capacidad de placer. La formación del sentido de los valores, del sentido de su jerarquía y de la capacidad para distinguir lo más importante es una condición para el éxito de la vida individual y para la comunicación con los demás.

Ser feliz significa armonía y amistad consigo mismo; y esto supone que debo continuamente poder querer. Yo debo poder comenzar hoy algo sabiendo que mañana lo proseguiré, y debe resultarme plausible hoy lo que ayer encontraba bueno. Cuando nuestros estados y comportamientos son sólo función de estímulos casuales falta la base para conseguir la unidad y el acuerdo con nosotros mismos. Cuando los intereses subjetivos se establecen de manera egoísta, entonces no pueden producir la armonía de los demás.

Día a día, tienen lugar en la realidad innumerables acuerdos gracias a que los interlocutores disponen de ciertos conocimientos o ideas comunes sobre el rango y peso de los intereses que están en discusión. Este conocimiento de los valores no se alcanza por la enseñanza o el discurso, sino por la experiencia y la práctica.

El carácter apremiante de los valores está casi siempre en relación inversa a su altura, porque precisamente los más altos, los que producen más gozo, requieren una cierta disciplina para ser captados.

Hay dos propiedades o características que son obstáculos para los valores: la apatía y la ceguera de la pasión. Ni el apático ni el cegado por la pasión captan en su verdad la jerarquía de valores.

La pasión nos descubre valores, pero no su jerarquía. Esa es la razón que aconseja no obrar a impulsos de ira. La pasión viene y va, pero permanecen las cualidades de los valores que se nos revelan gracias al sentimiento. Quien sólo puede actuar por pasión no hará justicia a la realidad. La ira desaparece, pero quizá

es necesario pelear durante años contra una injusticia; los medios de comunicación nos abruman con imágenes de la miseria que pueden provocar la atrofia de la capacidad de compasión, pero la necesidad de ayudar a los demás debe sobrevivir al impacto pasional de la compasión.

La pasión nos pone tan sólo en una primera relación con el valor, pero no por eso crea ya la adecuada respuesta a ese valor.

#### **IV. JUSTICIA O YO Y LOS OTROS**

Tres son las objeciones que se hacen a la fundamental importancia que el sentido de los valores tiene para el éxito de una vida.

- La primera dice así: “Invocar la evidencia de los valores no contribuye ni a superar los conflictos ni a lograr un acuerdo; quien aduce unos valores de los que no puede en modo alguno hacer partícipe a los demás, está promoviendo más bien un conflicto”. La respuesta es que juzgar una ética sólo o preferentemente desde el punto de vista de la superación de los conflictos que no parece que se haya dado. Los valores pueden crear conflictos, pero constituyen un presupuesto necesario para la superación de los mismos.
- La segunda, “hablar de los valores tiene algo de dogmático, de apodíctico, Un discurso responsable y científico debe limitarse a ser hipotético. También nuestras valoraciones debemos entenderlas como hipótesis que estamos dispuestos a revisar en cualquier momento, contrastándolas con la experiencia”; pero, ¿qué significa aprender de la experiencia? Significa que una determinada manera de actuar es más apropiada que otra para alcanzar el fin. Pero, ¿y si se trata de valorar el fin? Entonces significa que se puede aprender que una cosa es más útil que otra para lograr la autoconservación, para obtener placer, para comunicarse,... pero siempre se presupone la valoración del fin. Quien no quiere algo, aquél a quien no se le ha revelado la importancia que algo tiene, el valor, ése no se puede aprender.
- Tercera objeción: “En realidad se trata de una cuestión de lenguaje o de análisis de lenguaje: tenemos un vocabulario para los valores y estamos ligados a él”. No hay ninguna objeción, ya que sólo podemos hacer análisis de significado en las palabras que aceptamos dotadas de un significado. El lenguaje nos da acceso a las cualidades. Tendríamos dificultades para diferenciar las distintas cualidades del gusto si no tuviéramos determinadas palabras. Ahora bien, la experiencia de las cualidades es algo distinto del uso adecuado de la expresión pertinente. Sócrates enseñaba en este sentido que uno no sabe lo que la palabra “bueno” significa, si ese saber no tiene consecuencias para él.

La realidad a la que debemos hacer justicia es, ante todo, los demás hombres. No hay ser humano sin los demás. La riqueza de la realidad sólo se desvela mediante el lenguaje que nos une con los demás. Nadie puede vivir sin dar a su actuación, a su comportamiento, un sentido que sea comprensible hasta cierto punto por los demás, en el sentido de que es susceptible de aprobación y de justificación frente a los que son afectados por las consecuencias de nuestras acciones. Denominamos justicia a la disposición de someter la propia actuación a esa medida o norma justificativa.

La justicia es una virtud, una actitud del hombre. La justicia puede ser exigida a todos, en todo momento y respecto de toda persona, ya que la exigencia de la justicia no requiere más que la relativización de las



propias simpatías, deseos, preferencias e intereses. Llamamos justo a aquel que, en los conflictos de intereses, examina de qué intereses se trata y está dispuesto a pasar por alto de quién son los intereses que están en liza. Pertenece a la justicia la disposición de someterse, en caso de duda, a una instancia imparcial.

El fenómeno en que se apoya toda la justicia es el de la distribución o necesidad de bienes que son escasos. La distribución de bienes abundantes no requiere criterio de justicia. La peculiar visión de futuro de Marx es que no se trata de hacer justicia, sino de crear un estado que no la necesite; en el comunismo vale el principio “a cada uno según sus necesidades”.

Justicia es el reconocimiento de una simetría fundamental en relación con los hombres, justamente allí donde se trata de repartir bienes escasos; simetría que no consiste en la simple igualdad de todos, sino en que las asimetrías deben ser justificadas. Y la justificación debe ser tal que cualquiera que esté dispuesto a pensar justamente esté de acuerdo con esa asimetría. Por eso una cinta cubre los ojos de la justicia; justicia significa imparcialidad.

Ahora bien, no siempre y en todo momento debemos ser imparciales, ya que no todas nuestras acciones están sometidas a la justicia. Aristóteles conocía dos clases de acciones interhumanas sometidas a la justicia: el intercambio de bienes y el reparto de cargas y beneficios hecho por la autoridad.

La justicia de los intercambios debe atenderse siempre, pensaba Aristóteles, a la igualdad en el valor de los objetos del intercambio, al precio justo. Ahora bien, ese valor depende considerablemente de la apreciación de los interesados y de la escasez del bien; el precio en un mercado que funcione, se rige por la ley de la oferta y la demanda. La injusticia consiste en aprovecharse de una necesidad, de una posición de dominio en el mercado, o de la ignorancia del comprador o vendedor. Por eso la justicia exige a los estados que contrarresten esa simetría.

La justicia es precisamente la virtud de los que disponen poder: la virtud del más fuerte. El débil no necesita la virtud para estar interesado por la simetría.

La justicia es, ante todo, un punto de vista en la distribución de bienes escasos, en el ámbito de relaciones ya institucionalizadas; pero la justicia no crea esas relaciones. Cada hombre tiene unos deberes fundamentales de justicia para con los demás por el simple hecho de pertenecer al género humano.

Aun cuando siempre se den diferencias de poder y sea por eso siempre exigible la justicia, pertenece a esta virtud colaborar para hacerse a sí misma superflua; va contra la exigencia fundamental de la simetría que unos hombres estén absolutamente a merced de otros y dependan de que éstos sean hombres justos. Por eso, pertenece a la justicia el control de la fuerza y la división de poderes.

En la justicia distributiva, ¿cuáles son los criterios distributivos más relevantes? Hay dos respuestas extremas:

- No hay más que un criterio relevante: el de la fuerza que se impone. Aún así, el fuerte no puede comer más que hasta saciarse. En la sociedad humana es inevitable que los más fuertes tengan el poder; si no fueran los más fuertes, los más favorecidos por la suerte, los más hábiles, inteligentes,... ¿cómo lo hubieran alcanzado? Hablar del derecho del más fuerte es una trivialidad. La cuestión está en qué hace con el poder que ha conseguido.
- La distribución puede hacerse con criterios a gusto de cada uno. La justicia sólo exige imparcialidad en el uso de la norma correspondiente.

No obstante, en una civilización ilustrada existe la posibilidad de distinguir los criterios relevantes de los no relevantes; aunque, con frecuencia, los criterios chocan entre sí y es difícil establecer una jerarquía.

Esta colisión llamó la atención a los filósofos antiguos. Ellos hablaron de dos tipos de igualdad:

- Igualdad aritmética: Cada uno recibe lo mismo; no el mismo salario por el mismo trabajo, sino el mismo salario para todos, y para todos, las mismas oportunidades de desempeñar un oficio sin atender a su cualificación. Es obvio que esto resultaría injusto.
- Igualdad proporcional: Marx la expresa con la fórmula “a cada uno según su capacidad y su trabajo”. Es, en cierto modo, más justo que el anterior, pero tampoco satisface la cuestión de cómo valorar el trabajo. Persiste el hecho de que incluso la cualificación para las tareas más valiosas es parcialmente fruto de la suerte (talento, impedimentos físicos,...). La pura sociedad de trabajo también es injusta.

Pero además de la igualdad aritmética y de la proporcional, existe otra proporcionalidad que corresponde a una sociedad justa: la que está en relación con las necesidades de una persona. Fue debido al cristianismo que este principio entró por primera vez en el mundo: “quién no puede ayudarse a sí mismo debe hacerlo por los demás en la medida de sus necesidades”.

## **V. CONVICCIÓN Y RESPONSABILIDAD O ¿EL FIN JUSTIFICA LOS MEDIOS?**

¿Qué significa hacer justicia al hombre? Justicia significa reconocer que todo hombre merece respeto por sí mismo, pero no basta la justicia para hacer justicia al hombre.

Hacer justicia al hombre y a la realidad va más allá de la justicia. Exige dos cosas distintas: conocimiento y amor. Sin saber qué es el hombre ni qué le hace bien, actuaremos en falso.

Si alguien quiere hacer daño, entonces el saber es ciertamente malo, ya que cuanto más se sepa, más daño se puede hacer. Amor significa aquí tanto como benevolencia, querer dar al otro lo que es bueno para él.

¿Qué exige esa disposición general de hacer justicia a la realidad, particularmente a la realidad de los demás hombres? ¿Qué medida, más allá de la justicia, hemos de satisfacer para ser buenos? Hay aquí, desde hace tiempo, una controversia filosófica. El gran sociólogo Max Weber ha caracterizado las dos posiciones:

- Ética de convicción: Según esta ética actúa el pacifista que no está dispuesto a matar en ninguna circunstancia, tampoco si la extensión de su idea aumenta el peligro de la guerra. Max Weber piensa que se trata de posiciones extremas y que su posición no puede dirimirse con argumentos.
- Ética de responsabilidad: Es la actitud de una persona que, en sus acciones, considera el conjunto de las previsible consecuencias, y se pregunta cuáles son las consecuencias mejores en conjunto, y entonces actúa en consecuencia; y eso aunque tenga que realizar lo que, aisladamente considerado, deberíamos considerar como malo.

En la ética actual se debate a menudo el problema bajo el lema de la oposición entre moral deontológica (la que llama buenos o malos ciertos comportamientos en general sin tener en cuenta las

consecuencias) y teológica o utilitarista (deduce el valor de las acciones del que revista el conjunto de las presuntas consecuencias).

No hay ética alguna que prescinda absolutamente de las consecuencias de los actos, ya que es absolutamente imposible definir un acto sin considerar sus efectos. Actuar significa producir efectos.

Se trata de determinar de qué consecuencias se trata y hasta qué consecuencias se extiende la responsabilidad de una acción; se trata de saber si determinadas consecuencias nunca pueden ser causadas o si está permitido cualquier acto con tal de que a la larga quede justificado por el conjunto de las consecuencias positivas. Se trata, al fin y al cabo, de si el fin justifica los medios cuando es un fin bueno que compensa el mal producido por los medios empleados.

Para nosotros, la responsabilidad del médico termina con el objetivo final de hacer lo mejor para la salud del paciente. La relación médico-paciente descansa en el contrato tácito de que ningún bien superior o consecuencias más amplias jueguen un papel más importante que la restitución de la salud al paciente.

El utilitarismo choca en primer lugar con la complejidad y el carácter imprevisible de las consecuencias; si debiéramos atender al conjunto de todas las consecuencias, nunca actuaríamos antes de un sincero cálculo. Una ética radical de responsabilidad no es en realidad otra cosa que la ética radical de la convicción; según ésta, no se puede juzgar un acto por sí mismo, sino que hay que tratar de comprender cuál es la convicción, la intención del agente, la manera y el fin de la historia, y tenerlo todo en cuenta.

El utilitarismo entrega el juicio moral del hombre corriente en manos de la inteligencia técnica de los expertos; las normas morales se hacen técnicas ya que, según el utilitarismo, no se puede ver la cualidad moral de la acción en sí misma.

El utilitarismo pone la conciencia bajo la tutela de ideólogos y tecnócratas. De todo esto se deriva que orientar nuestros actos según el conjunto de sus consecuencias los deja sin dirección, los entrega a cualquier experiencia y manipulación.

No es sólo que los expertos puedan engañar fácilmente al utilitarista; es que resulta que el criminal puede también chantajearle con facilidad, creciendo así el peligro de extorsión.

Según el utilitarismo, por ejemplo, la actividad del político debe seguir el punto de vista de la ética de la responsabilidad; si se le chantajea, tiene que evaluar todas las consecuencias de sus actos. El problema moral se plantea en toda su crudeza cuando el chantajista exige actuaciones criminales como, por ejemplo, la muerte de un inocente bajo la amenaza de un mal mayor. Quién, por el contrario, participa de la idea de que la muerte de un inocente es siempre un crimen, no se someterá a esa lógica. Si se sabe que la persona está firmemente ligada a esa idea, el extorsionador ni lo intentará. De esta manera, el utilitarismo es, en algunas circunstancias, contraproducente.

Nuestra responsabilidad moral es concreta, determinada y no es manipulable a voluntad. Sólo bajo este presupuesto se puede definir el concepto de omisión. La omisión culpable es la omisión de algo que se tendría que haber hecho.

Determinar hasta dónde se extiende la responsabilidad de los actos sería muy largo.

Según Kant, existe una exigencia que se dirige a toda persona: en ningún acto podemos usarnos o usar a los demás como puros medios. Es decir, podemos usar a los demás como medios, pero sólo parcialmente; nos aprovechamos de ciertas capacidades de los demás, pero no se puede desconocer que los otros son un

fin en sí mismos y que, en todo caso, tienen el derecho de exigir los servicios de los demás. No se les niega como personas. Se niega que sean un fin en sí mismos cuando, por ejemplo, se les esclaviza o tortura.

No hay modos de proceder que sean siempre y en cualquier lugar buenos. Que una acción sea buena depende siempre de un conjunto de circunstancias. Se dan, por el contrario, modos de proceder que son siempre y en todas partes malos, porque con ellos se niega inmediatamente al hombre su carácter de persona y de fin en sí mismo.

La responsabilidad por la omisión de una acción que no nos es lícito realizar nos afecta lo mismo que la responsabilidad por aquello que no podemos realizar físicamente. Un buen hombre sería aquel cuya conciencia de que “no me es lícito hacer esto” se transforma en un “no puedo (físicamente) hacerlo”.

## **VI. EL INDIVIDUO O ¿HAY QUE SEGUIR SIEMPRE LA CONCIENCIA?**

¿Qué es la conciencia? La conciencia es aquello que le dice a cada uno lo que debe hacer; es algo sagrado que existe en todo hombre y que debe respetarse incondicionalmente, algo que es definido también por la constitución. Hablar de ella es hablar de la dignidad del hombre. No es un caso particular de algo general, sino que cada individuo como tal es ya una totalidad, es ya lo universal.

Los hombres pueden saber la razón de lo que hacen. Actúan expresamente y en libertad con respecto al sentido de su acción. Si tengo ganas de hacer algo cuyas consecuencias dañan a un tercero, entonces puedo plantearme esas consecuencias y preguntarme si es justo obrar así. Podemos ser independientes de nuestros momentáneos y objetivos intereses y tener presente la jerarquía objetiva de valores relevantes para nuestros actos. Y no sólo teóricamente. Lo que ocurre es que la conciencia, lo universal, la jerarquía objetiva de los bienes y la exigencia de tenerlos en cuenta vale como nuestra propia voluntad. La conciencia es una exigencia de nosotros a nosotros mismos.

No hay bien, ni sentido, ni justificación para el hombre, si lo objetivamente bueno y recto no se le muestra como tal en la conciencia.

La conciencia debe ser descrita como un doble movimiento espiritual:

- 1º movimiento, lleva al hombre por encima de sí: este movimiento hace que el hombre pueda relativizar sus intereses y deseos, permitiéndole preguntarse por lo bueno y recto en términos absolutos. Para estar seguro de sí mismo y de sus decisiones, el hombre recurrirá a un diálogo con los demás sobre lo que ellos consideran bueno y justo. Esta necesidad de recurrir a otras personas nace de que no hay conciencia sino hay disposición a formarla e informarla (quien no esté dispuesto a escuchar segundas opiniones, no está actuando a conciencia; un médico que no está al tanto de los avances médicos, actuará sin conciencia).
- 2º movimiento, el individuo vuelve de nuevo a sí mismo: si el individuo es “lo universal”, entonces no puede abdicar en otros su responsabilidad de decisión. Tras dialogar con los demás el hombre puede reafirmarse en su opinión o sumarse a la opinión dominante (es falso reconocerle conciencia sólo a quien se aparta del sentir mayoritario). Pero después de ver los pros y los contras, las razones y contrarrazones, el individuo debe decidir cuando acaba el sopesar y cuando empieza el actuar.

La convicción con la que termina nuestro discurso la denominamos conciencia. La conciencia no siempre implica la certeza de haber hecho objetivamente lo mejor, pero lo que sí implica es que esa es la mejor solución posible en ese momento y de acuerdo con los conocimientos que se tienen; y esto basta para tener una buena conciencia.

Poseemos interiorizadas las normas que nos enseñaron en la niñez y que tuvimos que obedecer, y que ahora se han trocado en órdenes que nos damos a nosotros mismos.

En relación con esto, FREUD habla del “super ego”, que junto al “ello” y al “yo” forman la estructura de nuestra personalidad. Es falso equiparar la conciencia con el “super yo” y tenerla por un puro producto de la educación.

Si la conciencia no es sin más un producto de la educación ni se identifica con el “super yo”, ¿es entonces algo innato? Tampoco es éste el caso, puesto que un instinto se sigue instintivamente. El “yo-no-puedo-actuar-de-otro-modo” del que actúa en conciencia es, por el contrario, una expresión de libertad.

Entonces, ¿de dónde viene la conciencia? El hombre es un ser que necesita de la ayuda de otros para llegar a ser lo que propiamente es; esto vale también para la conciencia. En todo hombre hay como un germen de conciencia. Es decir, tiene un origen mixto, es en parte innata y en parte aprendida.

La conciencia delicada y sensible es característica de un hombre interiormente libre y sincero. Ahora bien, hay personas que tienen por enfermedad la mala conciencia. Pero en realidad lo que es una enfermedad es no poder tener mala conciencia (sentimiento de culpabilidad) cuando realmente se tiene una culpa.

La revisión de esa actitud la denominamos arrepentimiento. El arrepentimiento no consiste en revolvase sin sentido en el pasado, cuando lo más adecuado sería tratar de hacerlo mejor en el futuro, sino que consiste en mirar este pasado para variar conscientemente una actitud. No se trata de algo puramente racional, también tiene una parte emocional, ya que esperamos que el cambio de actitud implique una especie de dolor por haber actuado injustamente (no confiaremos en un hombre que, tras torturar a un niño, diga riéndose que a los demás los tratará bien; necesitamos verle compungido, arrepentido).

¿Lleva siempre razón la conciencia? No siempre. La conciencia es en el hombre el órgano del bien y del mal, pero no es un oráculo. Necesita de un conocimiento real, de una jerarquía de valores que no esté deformada por la ideología.

Se da la conciencia errónea. Hay gente que, actuando en conciencia, causa claramente a otros una grave injusticia. Estas personas también deben seguir su conciencia, aunque sea errónea, porque la dignidad del hombre descansa precisamente en que lo bueno, para que sea bueno, tiene que ser considerado por él como bueno; ya que para el hombre no existe nada que sea tan sólo “objetivamente bueno”. Si no lo reconoce como bueno, entonces justamente no es bueno para él.

¿No hay ningún criterio que nos permita distinguir una conciencia verdadera de una errónea? Si lo hubiera, nadie se equivocaría.

¿Hay que respetar siempre la conciencia de los demás? Esto depende de lo que entendamos por respetar. EN ningún caso se puede decir que uno debe poder hacer lo que le permita su conciencia, ya que entonces también el hombre sin conciencia podría hacerlo todo. Todo hombre tiene ante sí mismo el deber de seguir su conciencia; pero si con ella lesiona los derechos de otros, entonces estos tienen el derecho de impedirselo.

La obediencia a las leyes de un estado de derecho no puede limitarse en todo caso a la de aquellas personas cuya conciencia no les prohíbe, por ejemplo, pagar los impuestos.

Sólo en el caso del servicio de guerra, tiene el legislador que encontrar la regulación que asegure que nadie pueda ser obligado al servicio de armas en contra del dictado de su conciencia. En el fondo, lo que hace el legislador es algo trivial, ya que si la conciencia le prohíbe a uno luchar, no luchará.

No hay más que un indicio para comprobar la autenticidad de la decisión de conciencia, y es la disposición del encartado a atenerse a una desagradable alternativa. Cuando a uno se le obliga a actuar en contra de su conciencia se trata de una lesión de la dignidad del hombre.

Pero, ¿es eso de verdad posible? Ni siquiera la amenaza de muerte obliga a uno a actuar contra su conciencia, como documenta la historia de los mártires de cualquier tiempo. Existe, no obstante, un modo de forzar la actuación de nuestra conciencia: la tortura, que convierte a un hombre en instrumento sin voluntad de otro. De ahí que la tortura pertenezca a los pocos modos de obrar que, siempre y en toda circunstancia, son malos.

## **VII. LO ABSOLUTO O ¿QUÉ CONVIERTE UNA ACCIÓN EN BUENA?**

Según Kant sólo existe algo en el mundo que puede entenderse sin limitación como bueno, y eso es una buena voluntad.

La buena intención se podría convertir fácilmente en justificación para todo tipo de injusticias y maldades. Todo el que actúa tiene, en cierto modo, una buena intención. Nadie quiere el mal como tal. Todo el mundo desea algo positivo, algún valor.

El mal consiste en que, al perseguir ese bien de una manera que no se puede justificar, se cause o se acepte a cambio de un mal. No queremos el mal por el mal, sino que lo queremos como medio y lo aceptamos como precio para conseguir un fin que no es malo en sí mismo.

La conciencia nos recuerda el conjunto de los aspectos de nuestra acción, es una llamada de atención. Sólo se puede llamar buena la voluntad que se deja obligar por la conciencia y considera la realidad total de su proceder; la que no se engaña a sí misma refugiándose en la susodicha buena intención. Quien actúa mal, se podría decir, no sabe lo que hace. Lo que ocurre es que, simplemente, no quiere saberlo. Y, precisamente ahí, y no en una intención expresamente mala, está el mal.

La bondad de un acto tiene que ver con la atención, con una mirada limpia a la realidad, que puede verse enturbiada por la fuerza del sentimiento momentáneo, la sensibilidad, la ambición o los ideales.

La acción buena es la que hace justicia a la realidad. Señala el sentido de los valores que ha desarrollado en nosotros el proceso educativo y los conocimientos que hemos adquirido.

El mayor obstáculo cuando se trata de juzgar objetivamente lo que tenemos que hacer reside en la falta de disposición para dejar a un lado nuestros propios intereses. Por eso, la regla moral quizá más antigua y extendida dice: “no hagas a otro lo que no quieres que te hagan a ti”. Lo que las reglas universales prueban es sencillamente la imparcialidad de juicio en algunas cosas.

Para que una actividad sea buena es decisivo que, en relación con las cosas, los animales, las plantas y los hombres, e incluso con nosotros mismos, se comporte uno de acuerdo con su valor propio; es decir, que hagamos justicia a la realidad.

Por eso decía Kant que el hombre no tiene valor sino dignidad, ya que cualquier valor es conmensurable y puede entrar en un cálculo comparativo. Llamamos dignidad a aquella propiedad debido a la cual un ser es excluido de cualquier cálculo, por ser él mismo medida del cálculo.

La mera propiedad no es una justificación. La propiedad sustrae unas cosas al uso de los demás y deja en manos del propietario la decisión sobre su uso, pero eso no significa que su uso no pueda ser moral o inmoral.

¿Qué es lo que hace buena una acción? Que tenga en cuenta la realidad. Este tipo de respuestas tiene, siempre, algo de insatisfactorio. No significan casi nada y no son operacionales, No nos permiten saber lo que tenemos que hacer; pero tampoco es necesario porque la mayoría de las veces sabemos de antemano lo que debemos hacer. Las reflexiones de este tipo sirven ante todo como justificación de lo que ya sabemos. Lo que hemos de hacer se deduce en la mayoría de los casos de la “naturaleza de las cosas”. Por ejemplo, a la naturaleza de una promesa pertenece el deber de mantenerla, de la naturaleza de los niños pequeños se deriva que sus padres deben proporcionarles lo que necesitan.

Pero se dan casos conflictivos, conflictos de deberes. Hay ocasiones en que es correcto no mantener la palabra dada porque lo justifica algo más urgente o más importante. La mayoría de las situaciones en las que nos encontramos son complejas: las diferentes exigencias se superponen, lo mismo que las diversas responsabilidades que uno tiene.

No se puede fijar definitivamente el límite superior de lo que hace buena una acción, porque casi siempre es posible hacer algo mejor de lo que uno hace. Pero seguramente se puede dar un límite inferior. Y es que hay acciones que lesionan la dignidad del hombre, que afectan a su carácter de fin, y que no pueden ser justificadas por deberes más altos, o responsabilidades más altas.

De ahí deriva, en concreto, que son siempre malos la muerte directa e intencionada de un hombre, la tortura, la violación, o el uso de la sexualidad como medio para determinados fines. Tampoco puede justificar su acción quien engaña a un hombre que confía razonablemente en él. Se rompe el contacto con la realidad y se hace imposible hacerla justicia.

Las fronteras inferiores de lo permitido no definen el proceder bueno. No todo el que dice la verdad actúa ya por eso bien. Puede decirla con amor, con benevolencia, o utilizarla como un arma, con una intención infame. La buena intención no vale para hacer buena una acción, aunque esta no es posible si no hay una buena intención.

Según la máxima de los filósofos antiguos, “el obrar sigue al ser”. A fin de cuentas, lo que hay son hombres buenos y no buenas acciones. Lo que hace bueno al hombre es el amor, pues de él brota una universal benevolencia que ya no nos pone en el centro del mundo. Para poder vivir bien, es necesario habérselas con uno mismo.

Hay quienes, sin que nadie les obligue a ello, deben tomar la responsabilidad de otros, por la única razón de que ellos ven lo que los demás no alcanzan a ver.

Nadie puede trazar con claridad la línea entre lo que es culpable e inocente, porque la inadvertencia que fundamenta el mal descansa precisamente sobre la no consideración de algunos aspectos de nuestra acción.

No sólo existe la justicia, existen también la reconciliación y el perdón. Pero sólo puede exigirlo quien, sin cerrar los ojos a la injusticia, está dispuesto a perdonar sin reservas. Indulgencia, perdón y reconciliación son algo más alto que la justicia.

## VIII. SERENIDAD O ACTITUD ANTE LO QUE NO PODEMOS CAMBIAR

El tema que ahora tratamos aparece raramente en la ética moderna. Pensadores de todos los tiempos han tenido por cosa muy importante que el hombre mantenga una correcta relación con aquello que, sin su intervención, es como es. Según Hegel “el principio de la ciencia moral es el respeto que debemos tener al destino”.

Es el mismo individuo quien tiene que responder de su comportamiento en un sentido absoluto. Incluso si actúa a manera de prueba, experimentalmente, o no quiere prever las consecuencias de su acción, lo que aquí y ahora ha hecho o dejado de hacer es algo irrevocable y forma ya parte de su vida para siempre. Como tal, tiene que responder de ello.

Pero ¿cómo podemos responder de ello si sabemos a la vez que todos nuestros actos no son más que momentos parciales de un más amplio acontecer que no está en nuestras manos? El que actúa no tiene la posibilidad de elegir entre relacionarse o no con la realidad. Lo hace el actuar. Al comenzar a actuar ha aceptado el destino, tanto el pasado como el futuro. Puesto que para el hombre no existe acción alguna que no tenga presupuestos, que venga de la nada y conduzca a la nada, eso significa ya haber aceptado unas condiciones dadas.

Sólo en el transcurso de nuestra vida descubrimos las fronteras que nuestra naturaleza nos traza de antemano. Y si es cierto que cada una de nuestras acciones ejerce un influjo indirecto sobre nosotros mismos, configurándonos, eso significa también que nuestra actividad anterior reviste para nosotros el carácter del destino. Es importante reflexionar sobre esto, porque pertenece a una vida justa tener la clara conciencia de que todo lo que hacemos nos modela de manera irrevocable.

No podemos controlar las consecuencias a largo plazo de nuestra actividad. No sabemos lo que a la larga se sigue de nuestras acciones. Podemos esperar que los que vienen detrás de nosotros acepten y prosigan de alguna manera nuestras intenciones. Nosotros mismos somos para ellos destino, lo mismo que ellos para nosotros. Y no tenemos en la mano de ese destino. Por eso, actuar significa siempre desasirse de sí, despreocuparse de sí y de las propias intenciones.

¿En qué relación podemos situarnos con lo que sucede? Caben tres posibilidades:

1. Fanatismo: es fanático aquel que está afincado en la idea de que no existe más sentido que el que nosotros damos y ponemos. Si conoce el hecho de que quien actúa se enfrenta a la hegemonía del destino, entonces se niega a aceptarlo. Quiere variar las condiciones ambientales o irse a pique.
2. Cinismo: es el contrario al fanatismo, pero en la práctica, se confunden debido a su parecido. El cínico no adopta el partido del sentido contra la realidad, sino el de la realidad contra el sentido; renuncia al sentido. Considera la acción bajo el aspecto del acontecer mecánico. Cree en el derecho



del más fuerte. Es una enfermedad que priva al hombre del sentido de la vida. A menudo, después de algún tiempo, el fanático se convierte en cínico, justamente cuando ha experimentado el poder de la realidad que combate. En el fondo, ambos están de acuerdo en que la realidad que rodea nuestras acciones no tiene sentido.

3. Serenidad: es la actitud razonable del hombre frente al destino, tal y como ha señalado la filosofía de todos los tiempos. Es la actitud de aquel que acepta voluntariamente, como un límite lleno de sentido, lo que no puede cambiar; es la actitud de quien acepta los límites. Lo que no podemos cambiar sucede de todos modos, lo aceptemos o no. Y precisamente por eso debemos estar a buenas con ello, pues de otra manera no podemos estar bien con nosotros mismos. Quien no acepta el destino, no puede aceptarse a sí mismo. Y sin amistad consigo mismo, no puede darse una vida recta.

Al buen comportamiento pertenece la confianza en que el bien lleva al bien, al menos en general y a largo plazo. Solamente entonces tiene sentido la acción buena. Pero sólo podemos creer esto si creemos a la vez que el mal no consigue imponerse; que es el bien el que se impone, ya que de otro modo quedaría frustrada toda buena intención.

La persona serena actúa con firmeza, pero ha aceptado la marcha de las cosas, que posibilita a la vez su actividad y su posible fracaso, ya que sabe que no es por él y por su actividad por lo que el sentido penetra en el mundo.

Serenidad no significa pasividad, renuncia a cambiar el mundo, sino afirmación de una realidad que merece se le ayude modificándola.

La serena aceptación de la realidad es la condición para que el hombre pueda vivir amistosamente con sus semejantes y consigo mismo; la condición, por tanto, de una vida feliz, y la condición para que el sentido subjetivo de la vida no sea desmentido por la realidad. Aceptamos el mundo tal como nos lo entregaron los mayores, y hemos mostrado ya cómo los jóvenes reciben de alguna manera la herencia que se les entrega. La amistad entre las generaciones es condición para que el destino, que rodea nuestra actividad, no se muestre como algo enemigo. Los mayores tienen la tarea de introducir a los jóvenes en su mundo de valores hasta que puedan comprenderlo, así como dejar a los que vengan después un mundo tal que ellos puedan comenzar con esa herencia, de modo que no se enfrenten a él como a una poderosa infraestructura a la que no se pueden acomodar, y de manera que no tengan que recibir una herencia diezmada y expoliada.

No existe sustitutivo alguno para la serenidad, nunca y bajo ninguna circunstancia, sobre todo bajo las malas; pero existen muchas circunstancias que dificultan vivirla. Y pertenece a las fundamentales obligaciones del hombre para con sus iguales, el facilitarles la serena aceptación del destino. La persona feliz tiene la necesidad natural de comunicar su felicidad. Y la alegría participada es doble felicidad.