

Un acercamiento a la autorregulación mexicana: conceptos básicos

Para hablar de *autorregulación periodística*, comprender a cabalidad sus razones e importancia en el contexto actual y ubicar su pertinencia en el escenario mexicano, resulta indispensable desmenuzar detalladamente cada uno de los conceptos que la sustentan y le dan sentido: periodismo y democracia, ética periodística, responsabilidad y deontología informativa.

Periodismo y democracia

Las tareas del periodismo y de las y los periodistas

La noción de *periodismo* nos remite en primera instancia a la difusión masiva de informaciones, comentarios y entretenimiento en determinados intervalos de tiempo. Desde la perspectiva de Gonzalo Martín Vivaldi (1986), esta actividad representa una necesidad existencial para el ser humano moderno, quien requiere saber lo que pasa en su entorno social. Y es que sin periodismo, los sucesos del mundo contemporáneo serían casi incomprensibles.

Entendido también como relato e interpretación de los hechos actuales, el periodismo pretende no sólo describir la realidad sino fundamentalmente interpretarla, explicarla y orientar sobre la misma (Flippi, 1998: 12).

Una concepción del periodismo un poco más explícita la ofrece Vladimir Hudec al definirlo como el conjunto de expresiones impresas, habladas, gráficas o combinadas “que se publican periódicamente y están destinadas a interpretar la realidad social de actualidad y de importancia universal, en forma documentada y que, mediante su difusión por distintos medios de comunicación, ejercen un impacto masivo sobre un público socialmente diferenciado” (Hudec: 27).

Para Eric Hodgins, periodismo es “llevar información de aquí y de allá, con precisión, perspicacia y rapidez, y en forma tal que se respete la verdad y lo justo de las cosas” (Fraser Bond, 1992).

En ese contexto, tres consideraciones son fundamentales para incorporar un contenido en los marcos del periodismo: *a)* que lo allí referido sea actual, real y cierto; *b)* que sea de interés común, y *c)* que se difunda a una gran número de personas a través de cualquier medio de comunicación.

Al tratar de sustentar una dimensión científica del periodismo, Enrique de Aguinaga (2001) resalta que éste es un sistema de clasificación de la realidad que procura ofrecernos una imagen del mundo mediante dos operaciones matrices: selección y valoración de los hechos actuales. A su entender, el periodismo vendría a ser un mosaico de informaciones y opiniones procesadas, ordenadas y ensambladas en los medios informativos. Es decir: al periodismo le corresponde la ordenación de los datos que la caótica realidad arroja, con el afán de poder digerirla y entenderla. El reto es transitar del dato a la información y de ésta al conocimiento para ubicarse en una parcela científica.

Dicho lo anterior, podemos proponer una acepción de manera sintética: el periodismo es una actividad humana de trascendencia sociopolítica y cultural, inscrita en el terreno de la comunicación social, que a través de los medios de difusión busca ofrecer informaciones, opiniones e interpretaciones sobre el acontecer público con el fin de brindarle a la gente elementos para comprensión de su mundo y poder tomar sus propias decisiones con conocimiento de causa.

Si bien los tradicionales propósitos del periodismo son informar, interpretar, guiar y divertir (Fraser Bond, 1992), consideramos que éstos tienden hoy en día a enriquecer sus perímetros o a delinearse con mayor especificidad. Así, entre los mayores afanes del periodismo tenemos el de contribuir al autoconocimiento de los miembros de una comunidad para definir sus destinos; el de concitar la expresión ciudadana para el progreso social; el de fiscalizar el ejercicio público para inhibir abusos, arbitrariedades e injusticias; el de coadyuvar a elevar el nivel educativo y cultural de las personas; el de hacer más comprensible nuestro país y el mundo para armonizar las relaciones humanas...¹

¹ Dichos asertos han sido contruidos a partir de las propuestas conceptuales de los siguientes autores: Fraser Bond, *Introducción al periodismo*, op. cit., pp. 21-23; y Emilio Flippi, *La profesión de periodista. Una visión ética*, Editorial Atena, Chile, 1991, p. 77. Asimismo, en *Esencia del periodismo* (Fundación Manuel Buendía y Gobierno del Estado de Puebla, primera reimpresión, México, 2003, pp. 26, 29, 30, 31 y 138) se recogen ideas de Jorge Zepeda, Víctor Roura, Ryszard Kapuscinski, Raymundo Riva Palacio y Manuel Buendía sobre los fines del periodismo. Tres ideas particularmente resultan muy ilustrativas: Francisco Zarco desde el siglo XIX decía: "Es grandiosa la misión de la prensa, porque pone las cuestiones políticas y administrativas al alcance del pueblo, porque aconseja las medidas más convenientes y corrige los abusos y las faltas de la autoridad". Ryszard Kapuscinski: "La dimensión humanística del periodismo radica en tratar de hacer el mundo más comprensible: porque si nos comprendemos somos menos enemigos; si nos conocemos estamos cerca el uno del otro". Manuel Buendía: "El periodismo debe reflejar el drama y la alegría de la vida; los problemas, las obras y los sueños de los hombres, tanto en lo individual como en lo colectivo".



El periodismo en su más amplia e idealista acepción engloba varias facetas: relato e interpretación de los hechos actuales; espejo para comprender y explicarse el mundo; mapa que puede orientar nuestros caminos y decisiones personales y colectivas; caleidoscopio de voces que ayudan a formarse criterios; arte, oficio y profesión que tiene como centro el bienestar humano; segmento de la comunicación social cuyo mayor propósito político sería servir de contrapeso a los poderes; e interlocutor entre gobierno y sociedad que por momentos asume la función de catalizador social (Schmuhl, 1985).

Tomando en cuenta el abanico de objetivos principales del periodismo, lo primero que destaca es la enorme carga ética que su realización conlleva si en verdad se ajusta a los parámetros referidos, y más aún si se considera que se trata de una actividad necesaria para la existencia humana cuyo mayor afán es el bien común y la mejoría de las personas en sociedad.

LAS Y LOS PERIODISTAS

Por lo que concierne al quehacer de las y los *periodistas*, no hay consenso en torno a una definición universal. De hecho, refiere Villanueva (2000 c), la legislación mexicana nunca ha definido tal palabra. Peor aún: en España, por ejemplo, tras interminables sesiones en el Congreso durante 1994, se determinó excluir una ley de secreto profesional periodístico habida cuenta de que a los legisladores les fue imposible hallar una definición redonda y unívoca (De Aguinaga, 2000).

En nuestro país se puede ser periodista en función de criterios subjetivos y nada objetivables. Mientras que en algunos países el quehacer periodístico depende de la expedición de una licencia otorgada por el gobierno, en otras naciones (como Bélgica, Dinamarca, Francia o Italia) tal permiso es proporcionado por comisiones o asociaciones de editores y periodistas. Pero en México, la capacidad para ejercer como periodista la concede la empresa mediática.

Conviene, pese a todo, aventurar una definición lo más cercana a la realidad que nos permita entender los linderos de su actuar: periodista es toda aquella persona que participa de manera regular en el acopio, análisis, procesamiento o redacción y difusión de informaciones o comentarios a través de los medios de comunicación y que percibe una remuneración por ello.²

² Véase Omar Raúl Martínez y Verónica Martínez, *Recuento de daños 2000: Un acercamiento al estado de las libertades de expresión e información en México*, Fundación Manuel Buendía, Cencos y Red Mexicana de Protección a Periodistas, México, mayo de 2000. En este trabajo se refiere que en el concepto de *periodista* puede englobarse el quehacer de los siguientes profesionales: columnista, caricaturista, comentarista de radio y/o televisión, conductor o locutor o productor, coordinador de sección, corresponsal, director, subdirector, editor, reportero gráfico, jefe de información, jefe de redacción, redactor, reportero, videoasta, y otros.

Otra acepción más puntual y concisa es la que refiere al periodista como la persona que hace de su profesión y forma de vida el ejercicio de las libertades de expresión e información.³

Una concepción más ambiciosa la aporta el reportero Rogelio Hernández López (1998: 69):

Periodista es el profesional más directamente responsable de la información noticiosa para la comunicación, en cualquiera de sus fases o instancias directas, que se dedica de tiempo completo a ello y que debe recibir remuneración justa y protección jurídica y social en las especialidades básicas de reportero, fotorreportero, video-reportero [*sic*], redactor, corrector de textos, cartonista, comentarista de noticias, editor o conductor de noticiarios en medios electrónicos.

Dicho de otra manera: para considerar a alguien como periodista es menester que haga del periodismo su principal actividad profesional. Y adoptar dicha tarea implica servir a las necesidades informativas de la sociedad, lo cual significa una garantía y un valor esencial para la vida democrática, porque la información es un recurso cognoscitivo vital que nutre las razones y los criterios de las y los ciudadanos para orientar pautas decisorias a nivel personal y en el ámbito de lo público.

Ser periodista es saber que la información veraz y de alcance social es su principal materia prima e incentivo para afrontar el día; es asumir que de su proceder profesional depende la autodefensa de la gente frente a los poderes; es arraigarse tres fidelidades: a la propia conciencia, al público y a la verdad; es reconocerse como testigo, intérprete o interlocutor sensible e inteligente para dirimir diferencias; es aceptar que su vulnerabilidad y sus fortalezas lo descubren como alguien capaz de develar y hacer entender realidades diversas; es abrazar como llama sagrada “la duda, la verificación de los datos, la interrogación constante”, como expresó Tomás Eloy Martínez (1997); y es ser, como diría Kapuscinski (1999), una persona abierta a otras, a visiones ideológicas y a otras culturas, tolerante y humanitario.

En suma: compete al periodista servir al público con informaciones y comentarios veraces, equilibrados, plurales; por ende, es o debería ser un servidor

³ Esta definición la aporta Ernesto Villanueva en *Derecho comparado de la información*, p. 500. Allí su autor precisa que la *libertad de expresión* contempla el derecho ciudadano de ofrecer –a través de los medios de comunicación– toda serie de reflexiones o comentarios, juicios de valor o ideas generales sobre temas de interés general. La *libertad de información*, por su parte, cuida y fomenta el derecho de todo individuo a recibir, investigar y transmitir hechos dotados de trascendencia pública.



público que apela al interés común y cuyo aporte es significativo en la búsqueda de la justicia y el avance de la democracia. Ni más ni menos.

SU PERSPECTIVA ÉTICA

Ryszard Kapuscinski, considerado el mejor reportero del siglo xx, repara en que el mayor problema de las y los periodistas contemporáneos es ético, pues no alcanzan a comprender que su tarea debe acercar a las personas en su búsqueda de entendimiento y tolerancia, y no potenciar el odio y la hostilidad.

En tal sentido, Tomás Eloy Martínez (1997) subraya las motivaciones éticas que gravitan en el quehacer informativo:

Ningún periodista podría cumplir de veras con esta misión si cada vez, ante la pantalla en blanco de su computadora, no se repitiera: "Lo que escribo es lo que soy, y si no soy fiel a mí mismo no puedo ser fiel a quienes me lean". Sólo de esa fidelidad nace la verdad. Y de la verdad, como sabemos todos, nacen los riesgos de esta profesión, que es la más noble del mundo.

En la misma tesitura ética, Kapuscinski revira y enfatiza cuatro aspectos subyacentes en una o un periodista íntegro: *a)* la conciencia de que su conocimiento y razón de ser se da a partir de los otros: ellas y ellos son los actores del mundo que intenta describir y comprender; *b)* el convencimiento de que las malas personas no pueden ser buenas periodistas: sólo si es bueno, desde el punto de vista moral y técnico, podrá intentar comprender a los demás y convertirse en parte de su destino; *c)* la admisión de que el periodismo puede ser ejercido por espíritus escépticos, realistas o prudentes, pero nunca por alguien cínico o insensible, puesto que ello supone una actitud inhumana que se aleja del más caro anhelo del oficio, y *d)* la certeza de que el quehacer de la información es una lucha constante entre los sueños de la o el periodista, su voluntad de ser completamente independiente y las realidades que obligan a ser dependientes de los intereses, opiniones y expectativas de personas mediáticas y editoras (Kapuscinski, 2002: 37-50).

Como se observa, resulta casi imposible disociar las razones del trabajo periodístico de los valores humanos más preciados.

Un acercamiento a la democracia

De tan manoseado y repetido en la actualidad, el término *democracia* se torna una expresión que oscila entre la retórica y la vaguedad. Para evitar posibles confusiones, conviene recordar su raíz etimológica: el concepto proviene de las palabras

griegas *demos* (pueblo) y *cratos* (poder o gobierno), de modo que democracia significa poder del pueblo por el pueblo (Salazar y Woldenberg, 1995).

En pocas palabras, la democracia puede definirse como el sistema de organización política de una nación, que sujeta su ejercicio a la soberanía popular a través de elecciones libres, justas, regulares y competitivas (Lynn, 1991). Al respecto, Michelangelo Bovero (1993: 117-133) plantea un juicio insoslayable:

Si por democracia se entiende en un sentido mínimo y elemental, el poder legítimo (*cratos*) de tomar decisiones colectivas, obligatorias para todos, ejercido por el pueblo (*demos*) como totalidad o suma ciudadana, entonces el principio de legitimidad de ese poder y sus decisiones es el consenso de la mayoría.

Así pues, los principios de mayoría y de representación constituyen dos aspectos básicos de la democracia moderna en vista de que el pueblo elige a representantes o responsables directos para que éstos tomen la mayoría de las decisiones de interés colectivo. Y para dinamizar tales principios se precisa de organizaciones políticas llamadas partidos políticos cuya función es intermediar o establecer lazos con la sociedad civil organizada, instituciones del Estado, ciudadanos en general y todo tipo de entidades para aspirar a recoger sus demandas, planteamientos e intereses y velar por ellos al representarlos una vez que alcancen la victoria electoral (Salazar y Woldenberg, 1995; Dahl, 1992).

FUNDAMENTOS DE LA DEMOCRACIA

De acuerdo con José Woldenberg y Luis Salazar (1995), tres son los valores sustanciales de toda democracia representativa:

1. *El ejercicio pleno de libertades.* Éstas se institucionalizan en una serie de derechos (de pensamiento, expresión, asociación, tránsito, reunión, empleo, religión, etc.) que constituyen la base real de la ciudadanía y a la vez permiten a las personas participar en la elaboración y adopción de decisiones colectivas que les conciernen. Es decir: las personas son libres cuando pueden participar e incidir sin restricciones o discriminaciones en la formación de sus gobiernos y elección de sus autoridades.
2. *El respeto a la igualdad política.* Implica que las y los ciudadanos deben tener los mismos derechos y obligaciones frente a la ley; no significa cancelar diferencias económicas, sociales o culturales, sino que ninguna de ellas pueda legitimar el dominio o privilegio de un grupo sobre otro.
3. *La práctica de la fraternidad.* Sugiere que las diferencias, conflictos y contradicciones entre las personas que integran una sociedad no deben supe-



rarse mediante el aplastamiento, la exclusión o la aniquilación. Más bien se requiere de procedimientos pacíficos y legales para negociar soluciones colectivas legítimas y aceptables para todos. Este último valor condensa una serie de elementos que activan el juego democrático:

- a) *Diversidad y pluralidad*. Cuanto más grande es el cuerpo social y político, se multiplican los grupos en función de intereses específicos. “Es imposible una ciudadanía totalmente homogénea”, dice Robert Dahl (1992). Por ende, la diversidad en torno a creencias religiosas, posturas políticas e ideológicas, identidades colectivas, intereses culturales, aspiraciones económicas o estilos de vida, constituyen el germen de la participación plural en una sociedad democrática.
- b) *Conflicto*. Para Dahl es consecuencia inevitable y normal de la diversidad política, y asienta: “Si existiese una sociedad en que no hubiera conflictos por intereses, nadie tendría necesidad de derechos personales” (Dahl, 1992). Pero vale sostener que, para funcionar, la democracia requiere reglas claras con el afán de que los conflictos no excluyan la cooperación.
- c) *Intercambio crítico y debate*. Éste a su vez es un elemento que se desprende del natural conflicto democrático. La discusión y el enfrentamiento pacífico y racional permiten aprender y mejorar las propuestas de gobierno y de orientación política de una sociedad.⁴
- d) *Tolerancia*. Sin ella resulta improductivo el intercambio y el debate. Su ejercicio supone la aceptación de coexistir, aprender, discutir y negociar de voces distintas y diversas para enriquecer una visión plural de la sociedad democrática (Touraine, 2000).
- e) *Participación ciudadana*. No puede concebirse un entramado democrático si la gente no participa activamente en su construcción, sea mediante actividades partidistas o procesos sociales de toda índole. “La participación ciudadana es la pareja indispensable de la representación política. [...] Ambas se necesitan mutuamente para darle significado a la democracia”, asegura Mauricio Merino (1995).

⁴ Por su parte, Alain Touraine sostiene: “Lo que mide el carácter democrático de una sociedad [...] es la calidad de las diferencias que reconoce, que maneja, la intensidad y la profundidad del diálogo entre experiencias personales y culturas diferentes entre sí. [...] Todo lo que asocia la diferencia y la comunicación, todo lo que es discusión, comprensión y respeto por el otro contribuye a construir una cultura democrática”. Véase *¿Qué es la democracia?*, FCE, México, 2000, p. 282.

f) *Transparencia y visibilidad pública del ejercicio político*. Hoy en día, de acuerdo con José Fernández Santillán (1995), “uno de los criterios para calibrar a la democracia es la visibilidad del poder”. Y es que idealmente un régimen democrático ha de ser “el gobierno del poder público en público”. Tal condición permite evaluar el funcionamiento gubernamental con el fin de mejorarlo y depurar así las instituciones que aceitan el sistema democrático.

Los anteriores seis elementos son consustanciales a la democracia y su ejercicio se potencia a través de los medios de comunicación y particularmente mediante el periodismo que éstos desarrollan. Dicho de otra forma: la democracia representativa implica la expresión de la pluralidad y diversidad políticas, así como el debate e intercambio sobre asuntos de interés público, y la libre difusión de información e ideas para contribuir a la construcción de ese régimen. Y los vehículos para lograr tal propósito, en primera instancia, están representados por los medios de comunicación fundamentalmente a través de los espacios periodísticos.

INSTITUCIONES Y DEMOCRACIA

¿Cuáles son los requerimientos básicos para constituir una democracia? El politólogo Robert Dahl (1992) aporta luz suficiente al enumerar las siete instituciones de lo que él llama *poliarquía*⁵ para referirse a un moderno régimen democrático:

1. Funcionarias y funcionarios electos: para que la ciudadanía tenga control de las decisiones gubernamentales.
2. Elecciones libres e imparciales: de ellas son elegidos pacíficamente y sustituidos los funcionarios de gobierno.
3. Sufragio inclusivo: derecho de todos los adultos para decidir su rumbo colectivo.
4. Derecho a ocupar cargos públicos: libre prerrogativa de cualquier ciudadano.

⁵ De acuerdo con Dahl, la poliarquía es un “régimen político que se distingue en el plano más general, por dos amplias características: la ciudadanía es extendida a una proporción comparativamente alta de adultos, y entre los derechos de la ciudadanía se incluye el de oponerse a los altos funcionarios de gobierno y hacerlos abandonar sus cargos mediante el voto”. Dahl, Robert, *op. cit.* (Dahl, 1992).



5. Autonomía asociativa: libertad ciudadana para agruparse en organizaciones políticas sin restricción alguna.
6. Libertad de expresión: derecho imprescindible para manifestarse sobre todo tipo de asuntos públicos sin sufrir presiones.
7. Variedad de fuentes de difusión: derecho a la información que necesariamente evite la monopolización y la uniformidad informativa, y que se garantice por ley (Dahl, 1992).

Tales instituciones son la columna vertebral para constituir un sistema democrático cuyos últimos dos segmentos (libertad de expresión y variedad de fuentes de difusión) tienden a ser prioritarios, pues sin ellos los restantes cinco podrían ver acotada, desfigurada, disminuida o manipulada su presencia y por ende su práctica. De ello se desprende que la importancia de la libertad de expresión y la variedad de fuentes de difusión se asocian con el –llamado por Dahl– criterio de la comprensión esclarecida, relativo a las alternativas periodísticas e informaciones apropiadas de las que el conjunto social debe disponer “para descubrir y convalidar la elección de los asuntos por ser debatidos que mejor sirvan a los intereses de las y los ciudadanos” (Dahl, 1992).

Si para Linz democracia significa gobierno transitorio, para Przeworski (1995) es un sistema “en el cual algunos partidos pierden las elecciones, y existe una competencia organizada mediante un conjunto de normas”. Es decir: un consolidado régimen democrático opera a partir de la incertidumbre ante los resultados electorales –muy distinta al caos o la anarquía–, que aporta la libertad en un sistema de instituciones que aseguran el acatamiento a la legalidad y así promueven la convivencia pacífica.

Cuando después de superar un régimen autoritario, las personas derrotadas admiten someterse al dictamen de tales instituciones y aceptan sujetarse a sus normas, podemos considerar que un país avanza de la transición a la consolidación democrática (Przeworski, 1995).

CULTURA DEMOCRÁTICA Y OPINIÓN PÚBLICA

La democracia no sólo puede circunscribirse a fases electorales o constreñirse a sesudas interpretaciones politológicas; sus linderos trascienden el mero ejercicio y distribución del poder. Es un asunto que se asocia a la participación social, se desarrolla con opiniones e información, se inserta en las relaciones humanas, se enraiza en los patrones culturales; y para su despliegue ha de generarse, estimularse y reproducirse en la vida cotidiana (Sánchez Ruiz, 1994: 5-9). Por ello, consideramos que la democracia de un país es proporcional al grado de desarrollo de la cultura política de su ciudadanía.

¿A qué nos referimos cuando se habla de cultura política y cultura democrática? El conjunto de valores, sentimientos, creencias, concepciones, actitudes y percepciones internalizadas que configuran la lectura e interpretación en torno al imaginario y los hechos vinculados al ejercicio del poder, lo podemos denominar como cultura política.⁶

La cultura política –asegura Jacqueline Peschard (1995)– es un componente básico del juego político porque filtra percepciones, determina actitudes e influye en las modalidades de la actuación y el comportamiento políticos.

En la actualidad no existe cultura política sin influencia de los medios de comunicación, pues éstos a su vez proyectan y a la postre reproducen las dinámicas y formas de entender y percibir el ejercicio del poder ciudadano y actores políticos (Merino, 1995). Y los mismos medios informativos, en tanto espejos y catalizadores del acontecer social y político, influyen y son inducidos por ese cúmulo de valores, percepciones, creencias, acciones y concepciones internalizadas, que al ser compartidas entre algunos segmentos de la colectividad pasan a convertirse en *opinión pública*.

Si democracia, como referimos antes, etimológicamente es el gobierno del pueblo y para el pueblo, ello es posible gracias a elecciones libres donde se computan votos en cuya tendencia subyace una opinión compartida. Por consecuencia, sostiene Dicey, “el verdadero fundamento de todo gobierno es la opinión de los gobernados”. En ese sentido, al reflexionar sobre la Revolución francesa, Jacobo Necker comenta:

Surgió una autoridad que no existía hace dos siglos y con la que hay que tratar invariablemente: la autoridad de la opinión pública, un poder invisible, el cual, sin tesoros, sin guardaespaldas, sin armas, nos da las leyes de la ciudad (Sartori, 2008).

Toda democracia, entonces, ha de apoyarse sobre la opinión pública habida cuenta de que ésta implica el sentir y el pensar de la gente sobre la cosa pública. De manera que, como apunta Sartori, la democracia es el gobierno de la opinión: un gobernar fundado en la opinión pública, que no es sino un “conjunto de estados mentales difundidos que interactúan con flujos de información”.

Y es que las fuentes generadoras de opinión pública –entendida como la adhesión explícita o implícita de una parte de la sociedad a un punto de vista sobre

⁶ Véase Jacqueline Peschard, *La cultura política democrática*, Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, núm. 2, Instituto Federal Electoral, México, 1995.



un asunto de interés público– son tanto los mensajes informativos vía medios de comunicación como las interacciones con círculos de referencia: la familia, la escuela, la Iglesia, que a su vez también suelen ser influidos por líderes de opinión.

Vistas así las cosas, el binomio opinión pública-democracia condensa la razón de ser del periodismo. En pocas palabras: la democracia de un país es proporcional al grado de desarrollo de la cultura política de sus ciudadanos. Y a su vez, el periodismo, como proyector y dinamizador de este conjunto de visiones y percepciones del poder, constituye un espejo de la evolución o involución democrática de un país. Al respecto, México representa el mejor ejemplo: no ha tenido ni vivido una auténtica democracia y, por ende, ello se ha reflejado en un segmento del periodismo –si así puede nombrarse– de cuestionable perfil ético por sus compromisos con el poder.

Periodismo y juego democrático

Un importante sector del periodismo mexicano vive hoy una crisis de identidad engendrada a partir de la misma transición a la democracia. Enraizados en un régimen autoritario que les redujo su potencial informativo y su tarea de articuladores sociales, los medios están frente a la disyuntiva de inaugurar o, por lo menos, reivindicar los propósitos esenciales del periodismo en una coyuntura de transición democrática. ¿Cuáles son tales afanes y en qué medida pueden contribuir a acelerar o enriquecer dicho proceso democrático?

Entre las tareas centrales que debiera tener el quehacer periodístico en un entorno democrático destacan: ofrecer un recuento equilibrado y veraz del diario acontecer; diseccionar, escrutar y evaluar el ejercicio de los poderes para inhibir o eliminar sus excesos, deficiencias, tumoraciones e inepticias; brindar un foro para el intercambio de opiniones, críticas y comentarios; promover el debate sobre asuntos públicos y contribuir a la toma de decisiones informadas; proporcionar espacios de expresión a los sectores diversos de la sociedad, en especial a los más débiles; dar la voz de alerta en beneficio social sobre temas de interés público; presentar, clarificar y analizar las metas de la sociedad y el Estado; y aportar significado y hacer comprender en torno a hechos de trascendencia política, social, económica y cultural.⁷

⁷ En este listado se retoman tres de los deberes de la prensa planteados en el libro *Una prensa libre y responsable*, que originalmente fue un reporte elaborado en 1947 por la Comisión sobre Libertad de Prensa de Estados Unidos. Ese documento es citado por Raymundo Riva Palacio en *Más allá de los límites. Ensayos para un nuevo periodismo*, Universidad Iberoamericana y Fundación Manuel Buendía, 2ª ed., México, 1998, p. 125.

Desde cualquier perspectiva en que desee mirarse, el periodismo como tal –no la propaganda periodística, enfocada a preservar un régimen– engarza sus mejores empeños con los elementos del juego democrático: diversidad y pluralidad, intercambio crítico y debate, tolerancia, participación ciudadana, así como transparencia y visibilidad pública del ejercicio político constituyen paralelamente los ejes consustanciales a la democracia y al periodismo (Flippi, 1999). Ambos sin esos elementos vitales no pueden concebirse en su esencialidad. Una y otro tienden a influirse cuando el espíritu democrático gravita en una nación, pero sin la primera –como expresa Miguel Ángel Bastenier, subdirector de *El País*– difícilmente puede existir el segundo.

Por lo anterior podemos afirmar que la democracia funda, jurídica y políticamente, las condiciones para el ejercicio del periodismo. Y éste a su vez puede convertirse en instrumento dinamizador de las pautas democráticas. A un régimen autoritario corresponderá en lo general un periodismo (si puede llamarse así) propagandístico de las capas dirigentes, cerrado a la participación social, ajeno al diálogo público, limitado en su proyección sociopolítica de la realidad... Y la apertura que supone un régimen democrático será casi siempre proporcional al respeto, práctica y desarrollo de las libertades informativas y de opinión, que habiliten a los individuos las herramientas para ejercer su noción de ciudadanía.⁸

Una democracia en su cabal sentido se somete al escrutinio público –labor que regularmente desempeñan los medios informativos– en razón de que una de sus reglas básicas es alumbrar los espacios de poder anteriormente cobijados por la oscuridad, la discrecionalidad y la impunidad (Santillán, 1995).

En esa tesitura, Alexis de Tocqueville aseguraba que el ejercicio libre de la prensa es siempre un ojo vigilante que “pone sin cesar al descubierto los secretos resortes de la política, y obliga a las personas públicas a comparecer alternativamente ante el tribunal de la opinión” (Crespo, 2001). Y, por su parte, otro importante politólogo, Norberto Bobbio (1996), ha advertido con lucidez:

La obligación de publicar los actos de gobierno es importante no sólo, como se suele decir, para permitir al ciudadano el conocimiento de los actos de quien detenta el poder y por tanto de controlarlos, sino también porque la publicidad es en sí misma una forma de control: es un expediente que permite distinguir lo que es lícito de lo que no lo es.

⁸ Porque recordemos que, de acuerdo con Fernando Savater, *ciudadano* es “el miembro consciente y activo de una sociedad democrática; aquel que conoce sus derechos individuales y sus deberes políticos, por lo que no renuncia a su intervención en la gestión política”. Véase Rodolfo Prada Penagos *et al.*, *Periodismo y ciudadanía*, Fundación Konrad Adenauer, Buenos Aires, 2000, p. 73; *El Universal*, 23 de agosto de 2001, p. 4-A (Penagos, 2000).



El periodismo en un ámbito democrático ha de superar el falaz apelativo de cuarto poder para cobrar el perfil de un contrapeso del poder que vigile y exponga, que eche luz e inhiba secretos, que promueva el diálogo y evite el monólogo.

No obstante aquí emerge un conflicto. Si, como dice Karl Popper, la democracia consiste en poner bajo control el poder político y si los medios informativos –particularmente la televisión– parecen estarse convirtiendo en un poder o contrapoder colosal, entonces ¿quién vigila a los periodistas? ¿No se puede cuestionar a la prensa sobre sus abusos, deberes y responsabilidades? ¿Quién o quiénes le piden cuentas a los medios informativos? (Silva-Herzog, 1999).

En no pocos sectores de la comunicación, incluso, permea una especie de silenciamiento al respecto. Sistemáticamente se cuestionan actuares, pareceres y pensares de ciertos personajes de la vida pública; se critican con dureza determinadas decisiones gubernamentales; se exige claridad de miras y planteamientos concretos y plausibles de ciertos grupos de la sociedad. Muy bien: ésas constituyen algunas de las tareas del periodismo. Sin embargo, son pocas las personas dedicadas al periodismo, quienes asumen la misma pasión inquisitiva, cuestionadora y crítica hacia su propio quehacer: la autocomplacencia, la desidia y quizás un dejo de invulnerabilidad y prepotencia acaban por imponérselos.

Así, la democracia también plantea dilemas y retos al periodismo y a los medios. No puede permanecer una democracia sin controles a todos los actores políticos y, quiérase o no, el periodismo es un protagonista en el entramado del poder que no puede sustraerse de la observancia de reglas que garanticen la responsabilidad social y jurídica de sus hacedores, así como del derecho a la información del público. Y éste es precisamente el desafío que se impone el periodismo en un proceso de transición a la democracia: el mirarse desde dentro para advertir sus trastornos, fortalezas y posibilidades desde el punto de vista ético-profesional, y de esa suerte redefinir su función como catalizador social, como espejo del acontecer, como vehículo del entendimiento, como disparador de cambios colectivos y búsquedas personales [...].

En breves trazos: si la democracia tiende a encauzar las condiciones para el ejercicio del periodismo, sólo de éste depende el que quiera y pueda convertirse en un auténtico instrumento dinamizador de las pautas democráticas.

Ética periodística

Raíces, alcances y dimensión de la ética periodística

Etimológicamente, *ética* proviene del griego *ethos* que significa costumbre, carácter, modo de ser a través de los hábitos; y del sufijo *ica* que significa “per-

teneciente a". De esa suerte, en su acepción original y rigurosa, la ética sería la teoría de las costumbres del hombre.⁹

En la actualidad, sin embargo, el término *ética* se concibe como la rama de la filosofía que estudia la bondad, la maldad, la validez, la razón y el juicio de las acciones de los seres humanos. O dicho en palabras de Fagothey: ética es "el estudio de lo que está bien y lo que está mal, de lo bueno y lo malo en la conducta humana" (Fagothey, 1994; Gutiérrez, 2001). Otra perspectiva menos maniquea es la que ubica a la ética como una teoría normativa del comportamiento moral de los hombres en sociedad cuyo afán es ayudar a resolver problemas acerca de lo que es justo o debería hacerse (Frankena, 1965; Sánchez Vázquez, 1989).

No pocos autores entienden a la ética como una ciencia. Raúl Gutiérrez Sáenz (2001), por ejemplo, sostiene que su carácter científico reside en que, al igual que todas las ciencias, a la ética le corresponde presentar un paradigma de la conducta valiosa que el ser humano debe realizar. En esa línea, la ética podría entenderse entonces como una guía de criterios valorativos con fortaleza racional para orientar nuestras acciones hacia virtuosos destinos. Es decir: busca establecer una plataforma valoral que trascienda lo arbitrario del comportamiento humano bajo una luz de raciocinio y en busca de armonía (Pérez, 2002). Ser ético, por tanto, implica buscar en todo momento la excelencia personal y profesional (Restrepo, 2011: 87).

Restrepo y Herrán (1992), por su parte, conciben a la ética como una ciencia práctica, habida cuenta de que tiene como eje los actos libres, racionales y voluntarios de las personas. Ambos autores, pues, conciben a la ética como "la ciencia de los valores morales y de su realización por obra de los hombres".

La ética cobra sustento en los hechos cotidianos sobre los cuales forjamos juicios que a su vez tienen su origen en la trama de nuestro propio trayecto personal y profesional. La ética, por ende, es "un saber para la práctica, que nace de la práctica misma" (Restrepo y Herrán, 1992).

Resumiendo: desde la perspectiva tradicional, la ética es una ciencia normativa y práctica, pero a la vez una rama filosófica que se nutre de la acción y la reflexión sobre la conducta de las personas para elegir, de entre un abanico de opciones, las decisiones correctas.

Considerando todo lo anterior, y si la ética es un paradigma de la conducta valiosa que la persona debe realizar, o una guía de criterios valorativos con fortaleza racional para orientar nuestras acciones hacia virtuosos destinos, o un

⁹ Vale resaltar que en el mundo griego, el término *ethos* connotaba un sentido de obligatoriedad o normatividad para implicar así *el deber ser*. Véase Raúl Gutiérrez González, *Introducción a la ética*, p. 14; Yeri Correa, *Ideas éticas de la prensa escrita...*, p. 16; y Ernesto Villanueva, *Deontología informativa*, p. 17.



control interior que el ser humano impone sobre sí mismo con el fin de armonizar su relación con los otros, entonces podemos sostener que la ética periodística es el conjunto de valores o principios de actuación deseables que hace suyos un informador para encarnar los objetivos que a su entender debiera cumplir el periodismo que él valora y respalda.

La ética periodística, pues, no guarda distancia alguna de la ética sin adjetivos: sólo hay que aplicarla al ejercicio del periodismo.

Hablar de ética supone entonces referir móviles internos llamados valores que a su vez se manifiestan en ciertas pautas de comportamiento, o en determinadas creencias, actitudes, decisiones o preferencias personales. Y en el caso del periodismo, existen ciertos valores rectores insoslayables como el apego a la veracidad, la búsqueda de independencia, la asunción de responsabilidad, el compromiso de integridad profesional y el afán de servicio a la comunidad.¹⁰

Para evitar posibles confusiones es preciso puntualizar lo siguiente:

- a) La ética periodística no es lo mismo que un catálogo de deberes en el que hacer informativo; es más bien una voluntaria disposición actitudinal por actuar adhiriéndose a valores superiores encaminados al fiel registro y comprensión de la realidad social.
- b) La ética profesional de ninguna manera representa un estatus superior de conciencia profesional con el fin de criticar, escrutar o echar en cara las carencias o sombras ajenas para beneplácito público, sino una intransferible licencia cuyo propósito sea reconocer las propias fallas o debilidades al igual que las potencialidades o virtudes para el enriquecimiento de cada quien y, a la postre e indirectamente, de los otros.
- c) La ética en todo caso ha de implicar la oportunidad de revisarse profundamente a sí mismo en relación con los demás. Ciertamente tal disposición personal puede trascenderse si los periodistas y medios informativos asumen la iniciativa de trabajar en conjunto, lo cual supondría un salto hacia la autorregulación informativa que requiere de mecanismos indispensables para funcionar y entre los cuales destaca la deontología; es decir, los códigos de ética periodística.

Poner en perspectiva tales factores resulta imprescindible para poder clarificar valores y aspiraciones en el ámbito periodístico. No obstante, ello representa sólo

¹⁰ Esta propuesta de tipología de valores periodísticos –sobre la cual abundaremos más adelante– es resultado del análisis de los planteamientos expuestos sobre el tema por parte de María Teresa Herrán y Javier Restrepo (*Ética para periodistas*), así como de Ernesto Villanueva (*Códigos europeos de ética periodística*).

uno de los tantos pasos indispensables hacia la construcción de una conciencia ética en cuyo camino, refiere Robert Fischer, se tornan básicas tres vertientes: a) el ejemplo: modelos o prototipos de valores en acción; b) el debate: exploración y discusión compartidas de temas y problemas comunes; c) el estímulo: apoyo, aliento y respaldo a pensar, discutir y actuar de acuerdo con lo que se plantea (Fischer, 2006).

En tal contexto a continuación se aportan referentes conceptuales con el objetivo de coadyuvar a la reflexión y la discusión y, por supuesto promover o incentivar miradas y actúes que perfilen un periodismo auténticamente profesional, íntegro y responsable.

Principios medulares y valores de la ética periodística

¿Quién define los valores de la ética periodística? Desde luego éstos emergen a partir del trabajo y aspiraciones de las y los reporteros y editores, de los dilemas y contrariedades de las y los dueños y directivos de las empresas periodísticas, de las búsquedas de las asociaciones gremiales, y de las reflexiones y análisis de las y los académicos e investigadores.

La importancia de los valores éticos radica en que despiertan cualidades que le imprimen a la vida y a la profesión un carácter más digno, además de que sin ellos se cae en la mentira –que es una manifestación del odio–, en la negación del otro y en la corrupción (Restrepo, 2004).

Al enfocarnos al estudio de la ética periodística, advertimos que existe un abanico múltiple de valores que la sustentan. Por ello, tras una exhaustiva revisión y análisis tanto de diversos códigos deontológicos mexicanos como de las aportaciones en la materia de Javier Darío Restrepo (Restrepo, 2004; Restrepo y Herrán, 1992; Martínez, O. R., 2001), Hugo Aznar (1999) y Ernesto Villanueva (2002), se considera necesario distinguir cinco valores rectores a partir de los cuales se desprenden ciertos valores específicos.

Los susodichos principios centrales que a continuación se exponen son: 1) el apego a la veracidad; 2) la búsqueda de independencia; 3) la asunción de responsabilidad; 4) el compromiso de integridad profesional, y 5) el afán de servicio a la comunidad.¹¹

¹¹ Esta propuesta tipológica se rescata a partir de lo publicado originalmente en el libro *Códigos de ética periodística en México*. Asimismo, el desarrollo conceptual de los valores que se desprenden de la tipología referida, y que más adelante son expuestos, se retoman de *Semillas de periodismo*.

APEGO A LA VERACIDAD

Este valor central supone la piedra angular del periodista. Apegarse a la veracidad (más que presentar la verdad misma) significa ajustarse profesionalmente y en todo momento a la fidelidad de los hechos con exactitud, equilibrio e imparcialidad, apoyándose en la corroboración y la contextualización de las informaciones.

Para asegurar la veracidad, resulta conveniente que el periodista tome en cuenta los siguientes valores:

- a) *Honestidad*. Utilizar solamente recursos justos, rectos y lícitos para obtener información o material de interés periodístico. Implica además no falsificar ni suprimir informaciones relevantes (Terrones, 1998).
- b) *Equilibrio*. El manejo equitativo o ponderado en la selección de las fuentes de información involucradas en cada cobertura. También supone el manejo ecuánime y sensato de la información al momento de procesarla y difundirla (Riva Palacio, 1995).
- c) *Exactitud*. Adherirse fiel y puntualmente a los hechos, los datos y los dichos. Se hace exigible la precisión y certidumbre en la consignación de los acontecimientos. La “disposición de un hombre a transmitir a los demás la impresión exacta de lo que experimenta” es lo que Jeremías Bentham entiende por veracidad.¹²
- d) *Imparcialidad*. Su significado esencial apela a la justicia en el ejercicio de las funciones periodísticas, con el fin de que no interfieran filiaciones ideológicas o preferencias personales –para favorecer o perjudicar a ciertas personas, grupos o entidades– al momento de seleccionar, procesar y divulgar noticias.

Para el International Center for Journalists de Estados Unidos (1998), los valores de exactitud e imparcialidad “definen la intersección donde la ética periodística se encuentra con los estándares profesionales que guían el trabajo diario de una o un reportero”. Por ende, las y los periodistas deben:

- Probar la veracidad de la información por todas las fuentes y ser cuidadosos para evitar errores inadvertibles.
- Buscar diligentemente personajes involucrados en las noticias para darles oportunidad de contestar a cualquier alegato de injuria.

¹² Citado por Eudoro Terrones Negrete, *Periodismo ético...*, op. cit., p. 105.

- Identificar las fuentes cuando sea esto factible.
- Averiguar siempre los motivos de las fuentes, antes de prometer el anonimato.

El compromiso con la veracidad pasa no sólo por la adhesión a la realidad sino también por la confirmación del contenido informativo y el aporte de la mayor contextualización posible. Ser veraz, a fin de cuentas, se traduce en reconocimiento y credibilidad hacia el medio y el informador. Por todo ello, honestidad, equilibrio, exactitud e imparcialidad son los valores que configuran y definen los estándares mínimos exigibles para lograr el apego a la veracidad, imprescindible en el quehacer informativo.

BÚSQUEDA DE INDEPENDENCIA

Ésta es una aspiración deseable para describir, analizar y comentar los sucesos con veracidad y responsabilidad, evitando la intromisión o interferencia de actores políticos, intereses partidistas, empresas comerciales y organizaciones de cualquier otra índole en el proceso informativo.

Lo cierto es que se trata de una búsqueda interminable pues nunca faltan personajes e intereses de todo tipo propensos a omitir, distorsionar o mutilar información que les pueda ser adversa y, en función de ello, ponen diques, lanzan amenazas o condicionan apoyos; aunque también resulta innegable que suelen presentarse posibles restricciones autoimpuestas por la misma empresa mediática como estrategia para ganar o mantener inserciones o pautas publicitarias (Herrán y Restrepo, 1992).

El mayor número de casos de dilemas éticos en América Latina, asegura Javier Darío Restrepo, se vinculan con la independencia.

Para construir una auténtica libertad informativa es indispensable fomentar un ejercicio independiente. Porque la independencia es al periodista lo que la vista y el pulso al cirujano. Sin independencia es imposible la verdad en los medios (Martínez, O. R., 2001).

Las presiones para afectar la independencia, nos recuerda el mismo Restrepo, son de dos tipos: *a)* externas: la persecución o intimidación vía las leyes; el arrinconamiento o debilitamiento económico mediante la publicidad o a través del cohecho; y las amenazas a la integridad física e incluso el asesinato, y *b)* internas: la arrogancia y la egolatría de los periodistas, las cuales suelen servir a políticos y empresarios para inhibir la crítica o la abierta suspicacia, o para despertar gestos de gratitud o aplauso (Martínez, O. R., 2001).



No obstante, aun frente a los escenarios adversos, en la búsqueda de independencia informativa han de tenerse presentes los siguientes valores:

- a) *Libertad*. Facultad de la o el periodista para ejercer su quehacer profesional sin restricciones y con sentido de responsabilidad, considerando en todo momento las leyes y los valores éticos. Se atiende al ejercicio de las garantías de expresión avaladas por la Declaración Universal de los Derechos Humanos en su artículo 19.
- b) *Coraje intelectual*. Se refiere a la fortaleza y valor racional por defender sus creencias, acciones y decisiones destinadas a proteger los valores implícitos en la veracidad informativa. Walter Cronkite, otrora uno de los periodistas con mayor credibilidad en Norteamérica, observa la independencia periodística como una forma de coraje intelectual:

Necesitamos coraje para rechazar una suerte de conformidad, de camaradería existente entre nuestros colegas. Si creemos que percibimos la verdad mientras otros a nuestro alrededor parecen ciegos a ella, necesitamos el valor de tener nuestras convicciones. Necesitamos coraje para rechazar la tibieza confortable de nuestros vecinos y para enfrentar el ostracismo social de la búsqueda de la verdad (Herrán y Restrepo, 1992).

- c) *Dignidad profesional*. Actitud de seriedad y decoro frente a circunstancias adversas relativas a la pertinencia de un periodismo responsable y crítico.
- d) *Autonomía de criterio*. Procurar la imparcialidad en la observación, el registro y el análisis de los hechos noticiosos, manteniendo la distancia respecto de los intereses involucrados en la información y favoreciendo en todo caso las más altas convicciones de integridad periodística.

ASUNCIÓN DE RESPONSABILIDAD

Este valor rector hace referencia a la capacidad de respuesta racional ante las implicaciones, decisiones o consecuencias de las tareas informativas, anteponiendo el beneficio social, la defensa y promoción de los principios democráticos.

La responsabilidad de la o el periodista trasciende la mera observancia de las leyes. Es decir: supone una consideración ética respecto del tratamiento de los asuntos públicos abordados en las informaciones. Asimismo, conlleva no sólo el compromiso periodístico de responder en torno a sus propios actos frente a la ciudadanía, frente a su medio informativo, frente a sus fuentes noticiosas y frente a sí mismo y su conciencia ética; también incluye la voluntad de aceptar las consecuencias de sus decisiones o conductas y, ante todo, la indeclinable

voluntad de llevar a cabo su tarea profesional con la mayor calidad y entrega posibles (Bennett, 2001). Considerando tales señalamientos, es deseable que el periodista se apropie de los siguientes valores:

- a) *Respeto*. Consideración a la dignidad humana a que tiene derecho toda persona, así como acatamiento a las normas establecidas que guarda el periodista frente al sistema jurídico o la institucionalidad democrática e incluso ante los valores nacionales, universales y la diversidad de las culturas (Terrones, 1998). Niceto Blázquez (2002) amplía el espectro del *respeto* de la actividad informativa a múltiples valores éticos y sociales: el respeto incondicional a toda vida humana; el respeto a la verdad pública como ideal específico; el respeto a la libertad de expresión pública responsable, y el respeto a todos los derechos humanos naturales.
- b) *Sensibilidad*. Facultad del informador para soltar su percepción al sentido de humanidad, la compasión, la piedad y la ternura frente a los asuntos de interés público, lo cual tenderá a influir en la captación, el procesamiento y la divulgación informativa sin afectar el apego a la veracidad. A ese respecto algunos periodistas y estudiosos del tema plantean que “la empatía es la mejor aliada de la responsabilidad” (Herrán y Restrepo, 1992), y por consiguiente sugieren nunca olvidar a las y los niños ni a la familia de los actores principales de la información.
- c) *Tolerancia*. Virtud que posibilita disentir de los juicios, ideologías, decisiones o actos de las personas sin alterarse ni impacientarse al grado de que ello se manifieste en el tratamiento informativo. Tolerar, desde la mira de la ética periodística, supone no sólo aceptar las diferencias implícitas en los actores de los hechos noticiosos sino también capacidad para comprenderlas y describirlas o explicarlas en su justa dimensión.
- d) *Principio de humanidad*. Valor humano que apela, según Edmund Lambeth, al deber natural de proporcionar ayuda al prójimo en caso de necesidad, así como de no dañar en forma directa y deliberada a los demás (Lambeth, 1992). Todo tipo de comunicación genera un efecto y el periodismo pretende servir por antonomasia, sin dañar el cuerpo social. “Ser responsable –asienta Restrepo– implica ser consciente del poder del instrumento que se usa.” En esta dimensión, el reportero ha de tener en cuenta que la información puede afectar vidas humanas y que “el daño causado no puede jamás ser totalmente reparado”.¹³

¹³ Este principio lo señala la Asociación Interamericana de Prensa que citan María Teresa Herrán y Javier Darío Restrepo, *Ética para...*, *op. cit.*, p. 239.



- e) *Ecuanimidad*. Cualidad que presupone pleno dominio de la razón y las emociones para observar, registrar, analizar y escribir con serenidad y equilibrio el contenido informativo. Aquí entraría un criterio insoslayable: el examen cuidadoso de las consecuencias previsibles a partir de la difusión o no del hecho noticioso.
- f) *Espíritu de justicia*. Virtud deseable del informador que lo inclina en su cotidiano quehacer a “dar a cada uno lo que corresponde o pertenece”, de acuerdo con la acepción de justicia contenida en el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua. Ello puede entenderse como la entera disposición periodística a la búsqueda de lo veraz, lo correcto, lo bueno y lo justo al momento de reflejar la realidad social (Terrones, 1998).

COMPROMISO DE INTEGRIDAD PROFESIONAL

Suma de valores tales como la rectitud, la honradez, el profesionalismo y la probidad, entre otros, que una persona hace suyos para responder de manera asertiva y ética a la realidad que lo circunda; este conglomerado valórico cobra cuerpo en la medida que la o el periodista rechaza posturas fragmentarias, parciales o interesadas en la cobertura informativa que pudieran comprometer su independencia o poner en riesgo la veracidad informativa.

Para lograr tales afanes, no pueden perderse de vista los siguientes valores:

- a) *Profesionalismo*. Involucra la permanente voluntad por fomentar el cultivo, la mejora y el desarrollo de las condiciones de orden técnico, ético y académico o intelectual que debieran tener las y los periodistas en el ejercicio de sus responsabilidades profesionales. Porque ser profesional quiere decir comprometerse a una construcción personal interminable y apelar a un intachable sentido de responsabilidad de manera que siempre se procure la más alta calidad y sustento en los materiales periodísticos.
- b) *Congruencia*. Correspondencia entre los conceptos, sentires, juicios o valores asumidos públicamente por la o el periodista y su conducta profesional en relación con los públicos, las fuentes informativas y sus colegas.
- c) *Rectitud*. Atributo del informador para enfocar su capacidad y conocimientos en los fines primigenios del periodismo y en función de los más preciados valores éticos, sin desviarse frente a posibles conflictos de interés, todo lo cual le permite obrar de manera justa, honesta y razonable.
- d) *Amor propio*. Autorreconocimiento de la valía propia como persona y como profesional del periodismo que se merece el respeto de los otros. Igualmente admite entenderse como autoestima personal que estimula al informador no sólo a aceptarse a sí mismo, sino especialmente a la formación

y el perfeccionamiento continuo, tratando de hacer valer y defender los principios y aspiraciones que se ha autoimpuesto.

- e) *Humildad*. Aptitud para advertir y reconocer tanto las debilidades en la formación técnica o de cualquier otra índole como los equívocos en el quehacer profesional, al grado de aceptar y tolerar la crítica o la propuesta, y actuar de forma responsable frente a ello. Por desgracia no es infrecuente la queja de que las y los periodistas, quizá por arrogancia, rara vez aceptan reconocer o rectificar públicamente sus errores en el manejo de la información. El hacerlo sin ambages señalaría una franca muestra no sólo de responsabilidad sino de humildad que lo encauzaría a ganar credibilidad.
- f) *Credibilidad*. Ansiada cualidad que presupone confianza en los mensajes mediáticos por parte del público, y ratifica el compromiso de veracidad informativa asumido por el periodista en su quehacer cotidiano. Para no pocos especialistas se trata del principio más codiciado e importante, pues el que la gente “crea” lo publicado es un aval a la veracidad y profesionalismo del informador y del medio: “Toda la técnica de la profesión está dirigida a eso” (Riva Palacio, 1995; Herrán y Restrepo, 1992).

De acuerdo con Eudoro Terrones Negrete (1998), la integridad profesional de la o el periodista contempla una serie de derechos, tales como:

1. Abstenerse de trabajar en contra de sus convicciones.
2. Negarse a revelar sus fuentes de información.
3. Participar en la toma de decisiones en los medios de comunicación donde labora.
4. La prohibición a percibir remuneración ilícita e injusta, en forma directa o indirecta.
5. Abstenerse de promover intereses privados que estén en contra del bien común.
6. Respeto a la propiedad intelectual ajena, recusando el plagio.
7. El manejo desapasionado y sin prejuicios de los temas polémicos.
8. Obligación de comunicar las noticias sin tener en cuenta intereses subalternos.
9. No dar tratamiento noticioso preferencial a sus anunciantes ni a grupos especiales de interés.
10. No distorsionar ni falsear los hechos noticiosos.
11. Respetar sus compromisos contraídos.
12. No aceptar ventajas, privilegios u otros incentivos que influyan en el desarrollo de sus deberes profesionales.



13. Negarse a aceptar invitaciones que puedan poner en riesgo su reputación como periodista libre e independiente.
14. Repudiar el soborno, el cohecho, la extorsión o el chantaje.
15. No usar su profesión para ejercer presión en provecho suyo o el de otros.
16. No explotar o negociar para beneficio personal o de terceras personas noticias no publicadas.

AFÁN DE SERVICIO

En este valor subyace la voluntad por ofrecer a la gente información, reflexiones y comentarios útiles sobre el acontecer público para que ésta pueda conocer y comprender su entorno, así como tomar decisiones con conocimiento de causa encaminadas a elevar su calidad de vida. Adicionalmente, el afán de servicio implica brindar contenidos periodísticos a las personas sobre sus derechos y obligaciones, con el objetivo de que tengan elementos para ejercerlos en beneficio de sí mismos y de su comunidad.

El referido principio rector ha de cobrar su razón de ser si el periodista perfila los siguientes valores en su conducta profesional:

- a) *Bienestar común*. Es quizás una de las más relevantes prioridades a las que se debe el ejercicio periodístico. Si este valor no figura como guía medular carecerían de sentido la actividad informativa y la misma libertad de expresión. El mayor mérito del periodismo radica en la utilidad que pueden redituar sus contenidos para el beneficio colectivo. El bien común, pues, se asocia a las condiciones y realidades sociales, institucionales, económicas, políticas, entre muchas otras, sobre las cuales necesitamos conocer para desarrollarnos como ciudadanos, para comprender nuestro entorno y para tomar fundadas decisiones personales y colectivas que nos posibiliten calidad de vida; es decir, bienestar en nuestro mundo (Herrán y Restrepo, 1992). La lealtad al bien común es la única ruta que se traza el auténtico periodismo y ella siempre estará vinculada a los intereses, inquietudes, necesidades y preocupaciones de la gente:

¿A quién debe el periodista su lealtad? En una democracia –asegura John Virtue–, el periodista juega el papel de vigilante. Vela por los intereses del público. Le debe lealtad al público, no al gremio periodístico, no al gobierno, no a un partido político. Cuando un periodista enfrenta un dilema ético, debe preguntarse: ¿a quién le estoy dando mi lealtad si escojo la opción A en lugar de la B? Si la respuesta no son los lectores, oyentes o televidentes, el periodista debe volver a considerar su decisión (Virtue, 1998).

- b) *Solidaridad*. Concebida como el acompañamiento, respaldo o adhesión voluntaria y circunstancial a la causa de los demás, ya sea hacia ciudadanos desconocidos o hacia colegas periodistas.
- c) *Cooperación*. Contribuir a la satisfacción de las necesidades de los miembros que integran un organismo, empresa, gremio o grupo social, con el propósito de procurar su preservación o progreso. Constituye un ingrediente central encaminado al bienestar común (Terrones, 1998).
- d) *Perseverancia*. Compostura personal enfocada a mantener la constancia y la firmeza en el actuar para la consecución de un fin, que en el caso que nos ocupa significa ofrecer a toda costa el mayor apego a la realidad, la comprensión del acontecer público y el bienestar de la gente.
- e) *Amor*. Sentimiento primordial en que se fundan las relaciones humanas y que idealmente debería representar un acicate preponderante de la actividad informativa en la medida de que ésta aspira al entendimiento y a la comprensión de los fenómenos de interés público para contribuir a la armonía social. Si el amor es un sentimiento humano que propende al encuentro con los otros, al interés por su bienestar, al reconocimiento por su integridad, a su estimación como seres humanos con quienes nos interesa compartir y comunicarnos, entonces el periodismo admite ser llamado un oficio o profesión cuyo incentivo y motor mayor es el amor a los otros, en este caso al público lector, oyente, televidente y cibernauta (Bennett, 2001).

La ética, con sus valores subyacentes como los aquí expuestos, está íntimamente ligada a la voluntad humana que se propone el bienestar anímico y material tanto de la persona como del conjunto social. En ese orden de ideas, si el mismo objetivo tiene precisamente el periodismo, entonces ambos se hermanan de manera natural. Periodismo sin ética podrá ser propaganda, mercadotecnia, imagen pública, relaciones políticas o publicidad, pero nunca periodismo como tal. En otras palabras: sin ética es imposible hacer auténtico periodismo.

Responsabilidad

Responsabilidad ética y moral: implicaciones

¿A qué nos referimos cuando hablamos de responsabilidades del periodismo? ¿Cuáles son las obligaciones éticas y legales de los medios informativos? ¿Qué referentes o documentos valdría la pena retomar para avanzar en el debate y el análisis sobre los compromisos del ejercicio periodístico actual?



Para ubicar el tema, conviene referirnos a la palabra clave: responsabilidad. El término responsabilidad, adoptado en el siglo XIX por la Real Academia de la Lengua Española, etimológicamente proviene de *respondeo*, que significa responder, o responsio igual a respuesta. Más allá del tamiz culposo o inculpatorio de antaño, la palabra nos remite hoy a la necesidad de responder que una persona ha de asumir por sus actos realizados en conciencia (Fernández Ch., 2002).

Aunque no la nombraban como tal, Rousseau y Kant referían la prevalencia de una voz interna que nos dice qué se debe hacer y cuyo aval es el raciocinio. Pero es Emmanuel Kant quien aterriza tal idea en el concepto de responsabilidad individual, bajo el cual concibe la capacidad humana de elegir y actuar en un sentido o en otro, partiendo del hecho de que el hombre es un agente moral con obligaciones.

Max Weber, por su parte, describió el sentido de responsabilidad como uno de los requisitos importantes del político y lo definió como la estrella que orienta la acción hacia una causa impulsada por la pasión. Ética de la responsabilidad en la política denominó Weber a la vital obligación de considerar las consecuencias previsibles de la acción personal (Fernández Ch., 2002).

El teórico Hans Jonas profundiza en el tema y señala tres condiciones necesarias para la imputación de responsabilidad: *a)* conciencia de que el actuar genera un impacto entre los hombres; *b)* facultad del individuo para tener control de la acción, y *c)* capacidad para prever, en la medida de lo posible, las consecuencias del acto.

Jonas introduce una importante distinción de la responsabilidad: la legal y la moral. La primera juzga los resultados de las acciones del hombre a partir de normas coercitivas. La responsabilidad moral no juzga las consecuencias de los actos sino el acto mismo o su calidad moral. Para este pensador, el punto decisivo es la cualidad, aun más que la causalidad, es decir: el ámbito de lo ético y la moral (Fernández Ch., 2002; Herrán y Restrepo, 1992).

Ciertamente, la responsabilidad ética y moral tiene un espectro más amplio porque se anticipa a la ley, al implicar mayor exigencia personal sin la necesidad de circunscribirse únicamente a sancionar los daños a otros como ocurre con la responsabilidad legal.

Desde una parcela más filosófica, Norbert Elias postula que se precisa de una doble vertiente para avanzar en la comprensión y efectividad de la responsabilidad social: el equilibrio entre la conciencia del nosotros y la conciencia del yo (Fernández Ch., 2002). Así, la ética cobra sentido al interiorizar valores que luego se comparten y entran en contacto con los otros para encauzar la búsqueda de armonía y equilibrio. Sólo así puede asumirse la plena conciencia para responder de nuestros actos frente al mundo. El ser responsable, por tanto, presupone asumir la paternidad de las acciones propias y sus consecuencias,

y tener la capacidad de ofrecer las razones o argumentos que orientaron dicho actuar (Savater, 1993).

Pero no puede entenderse el sentido de la responsabilidad sin el ejercicio de la libertad. Por ello han de tomarse en cuenta dos condiciones aristotélicas en el ser responsable: *a)* que el individuo obre por voluntad y no bajo ninguna presión externa, y *b)* que su acto no sea producto de la ignorancia provocada por algo ajeno a sus propias decisiones previas. Sin ir más lejos, podemos afirmar que libertad y responsabilidad conforman un binomio indisoluble enraizado en la ética (Frankena, 1965).

En síntesis, desde nuestro punto de vista, la responsabilidad implica:

- a)* Ser las y los dueños de nuestras decisiones: elegir en conciencia y en libertad.
- b)* Tener conciencia del principio causa-efecto: prever las consecuencias y los posibles daños.
- c)* Mirarse en la otra persona al actuar: tratar de comprender –no justificar– su realidad, sus motivaciones, sus decisiones, sus acciones...
- d)* Enmendar y aprender: reconocer los errores e incorporarlos como experiencia y conocimiento para ser mejor persona.
- e)* Capacidad de respuesta racional: responder a los otros asumiendo costos y beneficios.

Responsabilidad informativa: primeros pasos y desarrollo

Los orígenes legales de las responsabilidades informativas en el mundo datan de hace más de dos siglos. Primero, en 1766, cuando la ley sueca plasmó por vez primera la necesidad de la libertad de prensa, y luego hicieron lo propio la Constitución del estado norteamericano de Virginia en 1776 y la Declaración de los Derechos del Hombre de la Revolución francesa en 1789. Tales documentos asumían una perspectiva liberal de la información, pues concebían a la libertad de expresión como un derecho del ciudadano frente al Estado.

El tema habría de ser debatido y analizado con mayor proyección internacional a partir de 1948, cuando la Organización de las Naciones Unidas (ONU) lanzó la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que avanza en la idea de preservar y ampliar garantías fundamentales. Su artículo 19 señala:

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; ese derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión (Schmuhl, 1985).



La importancia de tal Declaración radicaría en el impacto e influencia mundial que tendría en numerosas legislaciones para afianzar así la responsabilidad del Estado en materia de lo que después se llamaría derecho a la información (Fernández Ch., 2002).

El despertar y avance internacional en el terreno de la responsabilidad ética del periodismo, sin embargo, ha sido más reciente.

Joseph Pulitzer propuso en 1902 fundar la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia en Nueva York con el propósito de contribuir a elevar la calidad periodística y establecer parámetros de comportamiento orientados a dignificar tanto el quehacer informativo como sus relaciones con la sociedad. Si la profesión se enriquecía de conocimiento e introyectaba un honesto sentido de responsabilidad moral –argüía Pulitzer– sólo de esa suerte podría evitar su plena subordinación a los intereses comerciales (Campbell, 2002; Fernández Ch., 2002). Tales preocupaciones estuvieron latentes a lo largo de todo el siglo xx, dieron cauce a la creación de otras escuelas y abrieron la brecha de la inquietud y la reflexión sobre asuntos éticos y profesionales en materia informativa.

Pero el hecho que empezó a estimular una profunda e interesante discusión inició en 1942 cuando al entonces rector de la Universidad de Chicago, Robert Hutchins, le fue solicitado un estudio sobre el estado y las perspectivas de la libertad de prensa. Meses después se constituyó un equipo de 13 miembros, la mayoría académicos y algunos representantes de la sociedad civil, encabezados por el propio Hutchins; y en marzo de 1947 presentaron los resultados de sus trabajos.

El informe se tituló *Una prensa libre y responsable (A free and responsible press)* y de inmediato suscitó la controversia y un gran interés por las dimensiones éticas y morales del quehacer periodístico. Aunque en un principio fue denunciado por varios directivos mediáticos como un documento que promovía la regulación gubernamental de la prensa,¹⁴ lo cierto es que la Comisión Hutchins –como fue bautizado públicamente el equipo comandado por el rector de la Universidad de Chicago– no propugnaba eso sino una necesaria autocrítica de la prensa para corregir algunos de sus defectos.

El informe contenía quejas sobre el trabajo de los medios y proponía métodos para alcanzar una mayor responsabilidad periodística.

Entre las prácticas contrarias a los principios liberales se destacaba que la prensa: a) aprovecha su amplio poder para sus propios fines, particularmente

¹⁴ El coronel Robert McCormick del *Chicago Tribune*, por ejemplo, declaró que no perdería el tiempo en leer “las emanaciones de una pandilla de orates”. Hutchins y sus colaboradores fueron criticados, entre otras cosas, por no haber invitado e involucrado más íntimamente a periodistas en sus discusiones. Véase Robert Schmuhl, *Las responsabilidades del periodismo*, Editorial Mitre, Barcelona, 1985, pp. 55-63.

los de sus dueños; *b*) se ha subordinado a los intereses comerciales de las grandes empresas; se ha resistido al cambio social; *c*) con frecuencia da mayor relieve a lo superficial y sensacionalista en detrimento de lo realmente significativo a nivel social; *d*) ha puesto en peligro la moral pública; invade la intimidad de las personas, y *e*) es controlada por una clase económica pudiente que dificulta el acceso de nuevas visiones u opciones periodísticas.¹⁵

La Comisión Hutchins propuso una nueva agenda para los medios informativos al definir sus cinco deberes principales:

- a*) Suministrar un relato veraz, completo e inteligente de los acontecimientos del día en un contexto que aporte significado.
- b*) Servir como foro para el intercambio de comentarios y críticas.
- c*) Presentar un cuadro representativo de los grupos diversos de la sociedad.
- d*) Presentar y clarificar las metas y los valores de la sociedad.
- e*) Facilitar el acceso pleno a la información del día (Lambeth, 1992; Riva Palacio, 1995; Schmuhl, 1985).

Aparte de este marco general, el documento también resaltó algunas obligaciones específicas de la prensa: *a*) servir al sistema político generando información y promoviendo el debate sobre los asuntos públicos; *b*) instruir al público y así favorecer la toma de decisiones que involucran a la comunidad; *c*) salvaguardar los derechos de los individuos y vigilar cualquier abuso del poder; *d*) servir al desarrollo económico promoviendo el intercambio comercial mediante los anuncios publicitarios; *e*) proveer entretenimiento, y *f*) alcanzar autonomía económica con el fin de enfrentar las presiones de grupos de poder (Siebert, 1963).

Pese a la oposición y crítica iniciales, los postulados y propuestas de la Comisión Hutchins constituyeron la principal fuente que estimuló el debate y la reflexión sobre la responsabilidad ética del periodismo durante la segunda mitad del siglo xx.

La teoría de la responsabilidad social de la prensa manifiesta en el reporte de la Comisión Hutchins entonces reencauzó las discusiones y las pautas sobre las responsabilidades del periodismo, que en 1980 volvieron a la palestra mundial. En tal año, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) presentó el informe de la Comisión Internacional sobre

¹⁵ Tales señalamiento ya habían sido expresados antes de 1947 en varios sectores por carecer los medios de "responsabilidad social". Theodore Peterson fue uno de los que refirió defectos periodísticos como los citados. *Ibidem*. También véase Ernesto Villanueva, *Autorregulación de la prensa: una aproximación ético-jurídica a la experiencia comparada*, Universidad Iberoamericana y Miguel Ángel Porrúa Grupo Editorial, México, 2002, pp. 13-22.



Comunicación, en el cual se hace referencia a los deberes de los profesionales de la información.

En ese documento, bautizado como Informe McBride, se anotan cuatro compromisos éticos de los medios de comunicación:

- 1) Responsabilidad contractual para con los órganos de la información y en función de su estructura interna.
- 2) Responsabilidad social, que entraña obligaciones para con la opinión pública y la sociedad en su conjunto.
- 3) Responsabilidad derivada del respeto debido a la ley.
- 4) Responsabilidad para con la comunidad internacional con relación al respeto debido a los valores universales (Blázquez, 2002).

Luego enumera cinco recomendaciones dirigidas a los periodistas de todo el mundo:

- a) Elevar sus normas de conducta y de calidad para que la actividad sea reconocida como auténtica profesión.
- b) Reforzar y ampliar su formación profesional para tener ese reconocimiento social.
- c) Fomentar, entre los órganos informativos y organizaciones periodísticas, un nivel de conciencia profesional que se vincule al sentido de responsabilidad.
- d) Crear mecanismos que contribuyan a materializar la responsabilidad mediática, tales como los consejos de prensa y de comunicación social.
- e) Adoptar códigos de ética profesional a nivel estatal, regional o nacional, sin injerencias gubernamentales (Fernández Ch., 2002).

El Informe McBride tuvo, pues, la virtud de enfatizar, promover y realzar la importancia de los códigos deontológicos y de los dispositivos de autorregulación informativa como vías para acendrar el ejercicio de la responsabilidad comunicacional. Como una forma de refrendar esta actitud, en 1983 la UNESCO ofreció al mundo su código internacional de ética periodística (Uribe, 1984).

Coincidentes en la necesidad de que los medios informativos revisen y evalúen su conducta profesional, y definan normas deontológicas específicas para cumplir con su responsabilidad social, los informes Hutchins y McBride perfilaron y asentaron los deberes éticos y profesionales del periodismo en una democracia hacia el siglo XXI.

Si bien tales propuestas deontológicas y profesionalistas irradiaron el ámbito internacional, lo cierto es que en México quedan todavía demasiados pasos por recorrer.

Deontología informativa

El papel de la deontología profesional en el periodismo

Desde la mirada etimológica, el término *deontología* deriva de los vocablos griegos *to deón* o *deontos*, cuyo significado refiere lo que es conveniente de acuerdo con el deber o la obligación; y *logia*, que tiene que ver con el conocimiento o el estudio.¹⁶

Hoy en día dicho concepto es manejado para referirse a la moral profesional o la ética profesional de una determinada actividad pública o gremio, que suele traducirse o aterrizar en la conformación de manuales, tratados o códigos de comportamiento para guiar sus deberes en busca de bienestar (Bettetini y Fumagalli, 2001). La deontología supone la necesidad de plasmar los deberes profesionales en documentos normativos llamados *códigos deontológicos*.

En otras palabras, y siguiendo a Fairchild (1999), un código deontológico es “la ordenación sistemática de principios, normas y reglas establecidas por un grupo profesional o cuasiprofesional, para su propia vida, con el fin de regular y dirigir la conducta de sus miembros o sus relaciones mutuas”.

La deontología periodística implica entonces la definición pública de un conjunto de principios éticos o normas de conducta acordados por los integrantes de uno o más medios de comunicación, con la idea de promover la integridad, el profesionalismo y la responsabilidad social de su quehacer.

De acuerdo con Ernesto Villanueva (2000b), la deontología cumple un papel fundamental, pues aporta parámetros para elevar la calidad mediática, contribuye a optimizar el derecho a la información, difunde y promueve el buen ejercicio periodístico, coadyuva al seguimiento crítico de grupos sociales en torno a los contenidos, estimula la independencia del periodismo al sancionar la injerencia del poder, y protege los derechos de las y los ciudadanos.

Los códigos deontológicos o códigos de ética periodística reúnen los principios éticos, reglas de conducta o prácticas deseables que han de inspirar el comportamiento responsable de las y los informadores y de los medios de comunicación, no sólo para garantizar calidad y prestigio profesionales y, a la postre, mantener o acrecentar su credibilidad; fundamentalmente representan un

¹⁶ La palabra *deontología* fue acuñada por Jeremy Bentham (1748-1832), autor de *Deontology of Science of Morality*. Al analizar dicho concepto, Brajnovic sostiene que éste es sinónimo de ética profesional: “En resumen: la moralidad, el honor, la honestidad, el deber, la responsabilidad y la obligación de conciencia referidos al ejercicio de una profesión, se denomina *deontología* o *ética profesional*”. Tomado de Hernán Uribe, *Ética periodística en América Latina*, UNAM, México, 1984, p. 21.

compromiso público de su actuación frente a la sociedad, frente a los gobiernos, frente a todo tipo de instituciones u organismos, y frente a sus pares (Blázquez, 2002).

Si la ética es una serie de valores o principios de actuación que nos imponemos personalmente –con el fin de discernir lo que se considera correcto y justo– y que rigen nuestro desempeño profesional, la deontología supone la definición pública de normas de conducta acordadas por un grupo de individuos, con el propósito de estimular la integridad profesional y la responsabilidad social. La deontología se materializa en los códigos de ética donde se plantean los deberes profesionales aceptados por los miembros de uno o más medios de comunicación y entre los cuales destacan, por ejemplo, los siguientes criterios referidos con antelación:

1. *Apego a la veracidad.* Supone ajustarse a la fidelidad de los acontecimientos tomando en cuenta el escrupuloso y exacto registro de la realidad, la búsqueda de equilibrio e imparcialidad, y la corroboración o contrastación de lo expresado por las fuentes.
2. *Compromiso con la independencia.* Aspiración por publicar al margen de condicionamientos, presiones o complicidades frente a los poderes, lo cual implica tanto coraje intelectual como dignidad e integridad profesionales.
3. *Asunción de responsabilidad.* Ejercer profesionalmente con la conciencia de que servir al público a través de los medios de comunicación exige manejarse bajo consideraciones tales como el espíritu de justicia, el principio de humanidad, la capacidad para dar respuesta de nuestros actos, y la necesidad de arraigar el sentido de sensibilidad y tolerancia frente a los otros.
4. *Integridad profesional.* Conglomerado de valores (entre ellos, la rectitud, la honradez, el profesionalismo y la probidad) que una o un periodista internaliza para responder de manera asertiva y ética a la realidad que lo circunda.
5. *Servicio a la sociedad.* Significa el motor y alma del periodismo ya que éste ha de velar por las inquietudes, expectativas, preocupaciones e intereses de la gente; pero si excluye el bien común, sencillamente no puede ser llamado *periodismo*.

Los códigos deontológicos suelen congregar las diversas percepciones y aspiraciones unipersonales en torno a la ética periodística. Pero éstas difícilmente lograrán fructificar, en principio, si se carece del convencimiento, la voluntad y la convicción a título personal (ética) y desde el terreno colectivo (autorregulación-deontología).