

Periodismo, Ética y Autoregulación

María Teresa Quiroz Velazco*

“Los medios de comunicación sin duda son un cuarto poder en nuestra sociedad. Ellos ejercen el derecho a la información, el cual entra en conflicto con otros derechos. ¿Cómo se ponderan ambos? La autora desarrolla cómo los medios de comunicación se han ido autoregulando según el Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana”

1. El Público, los Medios y la Credibilidad

Los medios de comunicación cumplen una función de primera importancia en las sociedades contemporáneas, en los procesos democráticos y la gobernabilidad. A través del periodismo es ofrecida la información que los ciudadanos emplean no solamente para tomar decisiones en los procesos electorales, sino en su vida cotidiana, desarrollando su opinión e intervención en la vida social y política. Al convertirse el periodismo en un poder público, a través de su ejercicio se materializan derechos fundamentales como la libertad de expresión e información. No obstante, es indispensable enfatizar que dicha libertad alcanza no solamente a las empresas periodísticas, sino también a cada uno de los ciudadanos. Es decir, el público tiene el derecho a la información y ésta debe ser ejercida con responsabilidad, calidad y ética periodística. A la libertad de información se suman los derechos a la información plural, equitativa de la diversidad lingüística, social y cultural, así como respetuosa de la intimidad de todos y cada uno.

La información periodística es un componente significativo del ejercicio de la participación política. No hay política sin medios y no hay medios sin política. Por todo ello, a través de los medios tradicionales y los digitales circulan hoy en día las corrientes informativas sobre lo que ocurre en el país y fuera de él, los mensajes y sentidos que afectan la esfera pública y los vínculos entre el Estado y los ciudadanos, así como entre estos últimos y las organizaciones políticas, cómo entre los propios ciudadanos a través de relaciones cuya tendencia es a los vínculos en red. El actual proceso electoral en el país por la presidencia de la República y el Congreso (2011) permite apreciar el contexto en el cual actúan

los medios. La política se da cada vez más en el marco del espectáculo mediático, en el cual los gestos han pasado a depender de las cifras de popularidad y del marketing. Mario Vargas Llosa expresa su voz de alerta ante la violación de la privacidad, la calumnia y el falso testimonio propios del amarillismo periodístico:

En algún momento, en la segunda mitad del siglo veinte, el periodismo de las sociedades abiertas de Occidente empezó a relegar discretamente a un segundo plano las que habían sido sus funciones principales -informar, opinar y criticar- para privilegiar otra que hasta entonces había sido secundaria: divertir. Nadie lo planeó y ningún órgano de prensa imaginó que esta sutil alteración de las prioridades del periodismo entrañaría cambios tan profundos en todo el ámbito cultural y ético. Lo que ocurría en el mundo de la información era reflejo de un proceso que abarcaba casi todos los aspectos de la vida social. La civilización del espectáculo había nacido y estaba allí para quedarse y revolucionar hasta la médula instituciones y costumbres de las sociedades libres (Vargas Llosa: 2007).

La crisis de representatividad y de credibilidad de las organizaciones y de la política en su conjunto, la desaparición de los partidos, la distancia y las profundas brechas entre el Estado, los políticos y las grandes mayorías excluidas, le facilita un espacio social y político creciente a los medios de comunicación. Si bien de esta afirmación no es posible concluir que éstos fijen las agendas públicas, ciertamente contribuyen a priorizar determinados aspectos y a incidir en aquellos vinculados a sus propios intereses comerciales. Definitivamente la prensa, la radio y la televisión son parte de la historia política de nuestros países latinoamericanos. Así lo

* Socióloga por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Magister en Sociología por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Doctora en Ciencias Sociales en la especialidad de Sociología por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Ha sido Decana de Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima, presidenta de la Asociación Peruana de Facultades de Comunicación Social y coordinadora de la Asociación Civil Transparencia. Actualmente es profesora e investigadora de la facultad de Comunicación de la Universidad de Lima.

afirma el argentino Oscar Landi al comentar la relación entre política y televisión: “interesa la televisión como una situación de hecho, como una parte decisiva de la historia de la mirada y la percepción, hoy convertidas en el campo principal de la cultura y la política. Las imágenes a domicilio han alterado las coordenadas de espacio y tiempo de los hombres, han estimulado las narrativas orales y visuales, disuelto viejos cortes culturales, cambiando las formas de acción política” (Landi 1992: 34).

Históricamente los medios de comunicación han construido relaciones estrechas con el poder, éste no es un asunto nuevo. La masificación de la audiencia en las últimas décadas del siglo XX contribuyó, por la creciente cobertura geográfica, a que los medios sean el espacio de difusión informativa más importante en los procesos de integración de los hogares urbanos especialmente. Hoy en día, las llamadas tecnologías de la información y de la comunicación, a través de la Internet y la telefonía celular se suman aceleradamente a este proceso, desarrollando nuevas relaciones propias de la sociedad red, y en las que los vínculos y la información ya no circulan de forma unidireccional, sino de “muchos a muchos”.

En los 90' los medios de comunicación y la televisión en particular se convirtieron en piezas claves del proyecto político autoritario y corrupto de Alberto Fujimori y Vladimiro Montesinos de permanecer en el poder. Nunca hasta ese momento los mecanismos de presión habían estado tan concentrados y el acceso a la información tan restringido. ¿Por qué el gobierno mostró tanto temor y buscó controlar los medios y en particular la televisión? El pánico del gobierno durante las elecciones del 2000 por impedir la lectura abierta de las imágenes lo condujo a controlar la televisión de señal abierta, evitando la difusión de aquellas que no fueran las del gobierno de turno. El medio se abrió a la gigantesca campaña publicitaria de los organismos asistenciales del Estado, convirtiéndolo en el principal anunciante. Los miembros de organizaciones populares de base –en especial los comedores populares– fueron sometidos a la vileza del juego clientelista. El trueque de un regalo contra la asistencia y la participación en el vitoreo de los mítines al ritmo del chino, chino, chino de la tecnocumbia neopopulista generó un ánimo corporativista fascistoide que inhibió el sentido de una ciudadanía libre.

Los dueños de los medios de comunicación en el Perú defendieron en ese momento el argumento de que los propietarios tienen todo el derecho a tener la línea informativa que quieren, y que eso es la libertad de expresión. Es decir, que el libre mercado permite elegir y que por lo tanto cada medio informa como mejor le parezca. Sin embargo, si bien la línea editorial es potestad de los dueños, otra cosa muy diferente es prestarse conscientemente a una sistemática manipulación informativa, ocultando deliberadamente ciertos hechos a la opinión pública y deformando otros, a cambio de ciertas ventajas.

En el proceso electoral del 2011, en su etapa final, se aprecia una intervención directa de los medios, y así lo señala el analista Steven Levitsky:

Esta semana, el establishment limeño cayó de nuevo en un estado de pánico: Ollanta Humala encabezaba las encuestas, y una segunda vuelta entre Humala y Keiko Fujimori –una pesadilla hasta hace poco improbable– se convirtió de pronto en un escenario cada vez más próximo. El pánico desató una reacción previsible: mientras El Comercio llenó sus páginas de política con ataques a Humala (una táctica que no funciona y desacredita una vez más al medio), Aldo Mariátegui alucinó una inminente invasión de Brasil. Mostrando un corazoncito profundamente antidemocrático, el director de Correo concluyó que el Perú solo avanza si los pobres no votan. El pánico se extendió rápidamente al exterior. Varios politólogos norteamericanos me preguntaron esta semana si el Perú iba a sufrir otro tsunami. ¿Será posible que, en medio de tanto éxito económico, los peruanos opten por otro salto al vacío? (Levitsky: 2011).

En los últimos años se han realizado varias investigaciones sobre la credibilidad que tienen los medios de comunicación entre los ciudadanos. Voy a mencionar algunas de las conclusiones de un estudio realizado por la PUCP (Instituto de Opinión Pública: 2009) en el cual se ofrece información sobre el peso que los medios tienen en la vida de los limeños. Allí se afirma que más del 60% aprecia que los medios son influyentes en la sociedad peruana, precisándose que es la televisión el medio identificado como el más influyente. Asimismo, los encuestados limeños piensan que los medios de comunicación no son ajenos al poder e influencia del gobierno.

“La crisis de representatividad y de credibilidad de las organizaciones y de la política en su conjunto, la desaparición de los partidos, la distancia y las profundas brechas entre el Estado, los políticos y las grandes mayorías excluidas, le facilita un espacio social y político creciente a los medios de comunicación”.

Sigue siendo la televisión el medio más importante y el que prefieren para informarse. No obstante su credibilidad es inferior a la de la radio e Internet. Anota el estudio que los limeños se informan a través de: primero la televisión (94%); segundo los periódicos (82%); tercero la radio (72%) y cuarto Internet (47%). En el caso de Internet hay que destacar que su acceso se ha extendido, pero sobre todo en los sectores AB, más entre los hombres que las mujeres y especialmente entre los jóvenes entre 18 a 29 años, decreciendo entre los que tienen 30 años a más.

Sobre sus preferencias, los limeños prefieren a: 1. La televisión (55%). 2. La radio (21%). 3. Internet (11%) y 4.

Periódicos (9%). Esto cambia al momento de precisar su confianza en los contenidos informativos. En ese caso tienen más confianza en la radio (72%), luego en Internet (67%) y en la televisión (64%), y finalmente en los periódicos (50%). Es decir, si bien el acceso, el consumo y la preferencia le dan mayor peso a la televisión, ésta no recibe la credibilidad mayoritaria de los usuarios. En general los medios se desacreditaron en el período fujimorista hace una década y luego recuperaron lentamente una cierta confianza.

También resulta importante anotar que los ciudadanos limeños acceden a la televisión en más de un 50% para informarse y el 44% ve con mayor frecuencia noticieros por la televisión, mucho más que los otros programas. Es decir, tratándose de un medio en el cual la programación está organizada en función del entretenimiento principalmente y los informativos ocupan bloques matutinos y estelares, al final de la jornada, el peso que la información alcanza resulta muy significativo.

2. El Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana y las Posibilidades de la Autoregulación

El Tribunal de Ética fue creado por el Consejo de la Prensa Peruana el año 1998. Está integrado por personas invitadas que trabajan *ad-honorem* y que proceden de forma independiente y autónoma. Se reúne para revisar las solicitudes de rectificación o queja presentadas por los ciudadanos que consideran que alguno de los medios asociados al Consejo de la Prensa ha informado de forma imprecisa, equivocada, o ha transgredido la ética periodística. Cuando esto ocurre, los ciudadanos necesitan poder recurrir a organismos independientes que estudien su queja y promuevan rectificaciones y fallos. Esa es la función del Tribunal de Ética. También atiende las quejas a otros medios no asociados, siempre y cuando éstos acepten expresamente la competencia del Tribunal.

Se trata de un espacio que promueve la autorregulación, más allá de las instancias legales, porque el Tribunal no es un ente judicial que puede ejecutar coactivamente sus fallos. Opera, por lo tanto, en el ámbito de la ética y ofrece a los ciudadanos la posibilidad de proteger sus derechos, su honor, prestigio e imagen personal, contra cualquier exceso de los medios de comunicación escritos, radiales y televisivos. Las resoluciones del Tribunal de Ética son acatadas por los medios asociados al Consejo de la Prensa Peruana, quienes se comprometen a hacer públicos los acuerdos.

La prensa y los periodistas deben informar, ofreciendo además espacios de fiscalización y debate de los asuntos públicos, pero respetando el derecho a la privacidad personal. Ello demanda precisión, amplio manejo de fuentes, así como resguardar la independencia en la labor informativa. Está pendiente extender el alcance y las acciones del Tribunal de Ética a todo el país y mejorar los procedimientos con la finalidad de que las personas expresen sus críticas y demandas a este organismo independiente con la confianza de ser escuchados y atendidos de forma efectiva.

Uno de los temas que ha despertado debate en el país, y consultas al Tribunal de Ética es el de los límites entre la libertad de expresión y el derecho a la intimidad.

Al respecto, algunos alcances. En la Comisión de Justicia del Congreso fueron revisados dos proyectos sobre interceptación telefónica. El del congresista Walter Menchola de Alianza Nacional y el de Javier Bedoya de Unidad Nacional. Estos proyectos buscan modificar el artículo 162º del Código Penal y proponen nuevas penas para quienes son los autores de la interceptación, así como sanciones y multas para quienes difunden dichas informaciones ilegales. Hay que recordar que estas propuestas vuelven a poner en el debate nacional un proyecto de Ley presentado por el Poder Ejecutivo al Congreso a fines del 2008, en el que se propuso la modificación del mismo artículo, y que fuera retirado por la entonces Ministra de Justicia Rosario Fernández. ¿Se trata de un atentado o una amenaza contra la libertad de prensa? ¿Se puede prohibir a un medio la difusión de un video o un audio que revela y por lo tanto denuncia ante la opinión pública actos ilícitos o de corrupción? ¿En qué casos se justifica que los medios de comunicación los difundan por ser interés público?

El asunto en debate tiene referencias políticas a considerar. Una de ellas es el caso de los llamados "vladivideos", los cuales evidenciaron la extensa corrupción del régimen de Alberto Fujimori, precipitando su caída. Otro ejemplo es el de los "petroaudios", y la corrupción empresarial. El otro es el de los audios de Lourdes Flores difundidos por Jaime Bayly en las últimas elecciones municipales del 2010.

El 28 de enero del 2009, los medios asociados al Consejo de la Prensa Peruana se pronunciaron públicamente señalando lo siguiente: "... nuestra institución no se opone a que el Poder Judicial sancione a quienes infringen la ley y vulneran el derecho constitucional a la intimidad mediante la interceptación ilegal de las comunicaciones (...) Sin embargo, rechazamos que se incluya como responsables del delito a quienes divulguen materiales obtenidos inconsultamente; máxime cuando en el pasado, revelaciones de esta naturaleza han contribuido a develar actos de corrupción en torno a temas de interés público, que de otra manera hubieran quedado impunes".

Los temas de fondo que están en debate atañen a los derechos a la intimidad, a la libertad de expresión, y a la responsabilidad de los medios de comunicación y sus periodistas, así como a los derechos de los ciudadanos a estar debidamente informados. Por ese motivo surge la siguiente pregunta: ¿quién protege los derechos a la libertad de expresión, a la intimidad y a la inviolabilidad del secreto de comunicación? Resulta necesario señalar que el derecho a la libertad de expresión se refiere a emitir, recibir información de otros, solicitar información y difundirla. El derecho a la intimidad de las personas está relacionado con preservar la información sobre la vida familiar y privada y sobre la salud, todo lo cual no debe revelarse a terceros, salvo que medie un consentimiento expreso. Indudablemente aquellos ciudadanos elegidos o con cargos públicos tienen que ofrecer información sobre su vida de forma transparente. La inviolabilidad de las comunicaciones significa que éstas no pueden ser abiertas, intervenidas, incautadas, sin un mandato judicial. Hasta el momento están sometidos al Código Penal aquellos que observan, registran o captan comunicaciones de los otros, obteniendo información

ilegalmente. Los medios se encuentran en la orilla de quienes pueden revelar dicha información. En muchas ocasiones se plantea un conflicto de derechos entre la libertad de expresión y el derecho a la intimidad. Es interesante anotar que la Corte Interamericana prioriza la libertad de expresión, siempre que se refiera a asuntos de interés general y a la cual denomina "libertad preferida". Se funda en la doctrina, discutible para algunos, de que si hay un interés general de por medio, prima la libertad de expresión. Resulta por lo tanto complejo y sumamente importante definir qué es un tema de interés público, tal es el caso por ejemplo de la información referida al uso o destino de fondos públicos.

El Tribunal de Ética se pronunció el 18 de setiembre de este año sobre este tema a propósito del proceso electoral municipal y regional en marcha y señaló:

En el contexto del actual proceso electoral, ante la posibilidad de que un manejo poco riguroso de la información a difundir por los diferentes medios de comunicación pueda afectar injustificadamente los derechos de las personas involucradas, el Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana considera oportuno recordar que, conforme a lo expresado con anterioridad, en reiteradas resoluciones de este colegiado: los medios de comunicación deben ejercer su actividad respetando en todo momento los derechos fundamentales de las personas, particularmente aquellos relacionados con el honor, la buena reputación o la intimidad de las mismas. Este deber ético, exige que la información materia de difusión, haya sido sometida a verificación con el máximo rigor, y recogiendo al efecto los diferentes puntos de vista existentes. Sólo de esta manera, el periodismo estará en condiciones de cumplir a cabalidad su misión de contribuir a elevar el nivel cultural de sus destinatarios y aportar a la formación de la opinión pública ciudadana.

“Se trata de un espacio que promueve la autorregulación, más allá de las instancias legales, porque el Tribunal no es un ente judicial que puede ejecutar coactivamente sus fallos. Opera, por lo tanto, en el ámbito de la ética y ofrece a los ciudadanos la posibilidad de proteger sus derechos, su honor, prestigio e imagen personal, contra cualquier exceso de los medios de comunicación escritos, radiales y televisivos”.

Vale decir que hay una responsabilidad de los propios medios, y se apuesta por la autoregulación, ajustada

a principios éticos y de respeto a los intereses de información de los ciudadanos, sin vulnerar los propios a la intimidad.

El Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana al resolver las diferentes quejas presentadas ha venido tratando diferentes problemas, algunos de los cuales vale la pena comentar. Así por ejemplo:

- A. **Sobre la Opinión:** el Tribunal de Ética carece de competencia para resolver conflictos derivados del ejercicio de la opinión, incluso tratándose de caricaturas pues expresan la opinión de sus autores, inhibiéndose de manifestarse sobre las columnas editoriales, los artículos de opinión o los comentarios radiales o televisivos de periodistas cuando ejercen su opinión. No obstante, el Tribunal ha absuelto casos en los cuales en un texto de opinión se proporcionaba información no ajustada a la realidad o no verdadera, bajo el principio de que los espacios de opinión deben acogerse a las exigencias tanto éticas como profesionales de veracidad. En ese sentido el Tribunal de Ética considera que tiene competencia para resolver una solicitud de rectificación sobre la información falsa, así haya sido divulgada bajo el membrete de opinión. Al respecto también se ha recomendado a los medios asociados diferenciar claramente los espacios de la opinión y los de la información.
- B. **Sobre las Notas Informativas:** la finalidad de una nota informativa es que los lectores, televidentes, radioescuchas conozcan el qué, quién, cuándo, cómo, dónde e incluso el por qué de un determinado hecho. Por ello el balance informativo resulta indispensable para evitar la difusión de un solo punto de vista que conduzca a una lectura parcializada o interesada. La información debiera limitarse a los hechos, evitando comentarios particulares y opiniones directas de quién escribe.
- C. **Sobre las Fuentes de Información:** resulta fundamental conocer y evaluar los antecedentes y la información respecto a las personas que son consultadas como referentes de opinión para cuidar la idoneidad de las mismas en la información.
- D. **Sobre las Noticias sin Confirmar o los Trascendidos:** el medio de comunicación al difundir dicha sección debe comunicar al público expresamente que se trata de información no confirmada.
- E. **Utilización de Imágenes en un Contexto Diferente a la Noticia Publicada:** si las imágenes que acompañan un artículo sirven para ilustrarlo, deben referirse al hecho descrito. Si se opta por emplear fotos de archivo, debe precisarse la referencia y fecha de la foto empleada. Por ese motivo los medios de comunicación deben asumir el compromiso de no usar imágenes (fotográficas o en video) que no guarden relación con la noticia publicada, salvo que la utilicen explicitando que se trata de imágenes de archivo, lo que aclara que fueron registradas en un contexto y fecha diferentes.

- F. **Versiones Digitales:** también en estas versiones deben aplicarse las reglas que evitan afirmaciones injuriosas.
- G. **Sobre los Menores de Edad:** es necesario tomar las medidas necesarias para evitar la difusión de noticias o imágenes que afecten los derechos de niños y adolescentes al ofrecer datos que identifiquen a menores de edad como responsables de infracciones penales, víctimas de delitos o accidentes. Todo ello vulnera sus derechos fundamentales, estigmatizándolos e impidiendo el normal desarrollo de su personalidad.
- H. **Lugar y Forma en la que se Publican las Cartas de Rectificación:** los medios de comunicación deben cumplir con publicarlas en la misma ubicación donde se publicó la noticia que la originó o, en su defecto, en un lugar destacado de la misma sección.

3. Reflexiones Finales

El tema es vasto y pasa no solamente por la enumeración de principios éticos, sino, en gran medida, por el análisis de los casos que permitan ilustrar situaciones para actuar correctamente. Resulta fundamental garantizar que los medios de comunicación ofrezcan a la población todos los puntos de vista sobre los hechos, acudiendo a los diferentes actores para recoger las versiones y así evitar atribuir conductas sin el respaldo del caso. Requieren publicar la verdad al recoger la información y al realizar

los reportes, así como garantizar la no discriminación que se da en el origen, procedencia, religión, sexo, clase social, profesión, discapacidad y otras características personales. Ser capaces de autocriticarse cuando cometen errores.

Un aspecto que resulta de la mayor importancia es el respeto a las fuentes de información, es decir a los derechos de autor, citando siempre la procedencia de la información. A ello se suma la independencia y la transparencia de los periodistas para evitar los conflictos de interés tan comunes en el quehacer informativo.

Nuestra experiencia al tratar los casos de los ciudadanos que recurren al Tribunal con quejas o rectificaciones es que los medios y los periodistas no aquilatan siempre las consecuencias que puede tener una información falsa sobre la vida de una persona. Por ello, "es necesario que los periodistas dignifiquen su profesión y practiquen un periodismo más apegado a los hechos y menos a la estridencia de las descalificaciones, el sensacionalismo o la espectacularización de la noticia. Independientemente de la plataforma a través de la cual se dé a conocer la información, la búsqueda de lo novedoso, el rigor, la precisión al informar, la indagación, el contexto que ubique el acontecimiento y los más elementales parámetros éticos, siguen siendo características definitorias de un periodismo serio y profesional"(AMEDI: 2011) 📄