



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 4^o – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](http://www.unilaguna.es) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

[marzo de 2001]

El tema de la justicia desde los medios periodísticos: ¿democracia o barbarie de la libre información?

Lic. Antonio Rodríguez Santa Ana ©

Mérida (México)

En pleno año 2000, los ciudadanos mexicanos presenciamos una realidad cultural que en mucho se define desde los medios de información, con la creación de un montaje en el que a los hechos se les convierte en mercancía.

Esta realidad no es en sí reflejo de un desarrollo mass-mediático por generación espontánea, sino prueba de los alcances de las estructuras de poder que están detrás de los medios de comunicación y el vistoso crecimiento de su influencia.

Tal situación de "no retorno" ya existe en prácticamente todas las regiones del mundo, bajo condiciones geopolíticas de naturaleza unipolar, que impulsan a las fuerzas del capitalismo con la liberalización de los mercados.

Este antecedente estructural, que nos invita a dimensionar el contexto en que operan los medios de comunicación a través de su ejercicio periodístico-informativo, explica porqué en la última década, la información (concretamente los géneros de nota informativa y reportaje) perdió algo de su carácter socializador, quizá también de reflujo cultural, para convertirse en un producto más.

La mercantilización de la noticia es una realidad manifiesta, desplegada con poco disimulo por los medios de comunicación.

La justicia, tema de moda

Bajo esa lógica de mercado, es en el contenido y enfoque editorial de sus espacios periodísticos donde los medios masivos buscan legitimar su papel. Entonces convierten en algo natural y necesaria la premisa de que la producción y programación de contenidos estén determinadas por estrictas reglas de oferta y demanda.

Es a través de la noticia y la opinión periodísticas cómo el hoy agigantado poder de los medios busca incidir en la sociedad, enarbolando supuestos principios de "libertad informativa" y "veracidad" que, por lo menos en México, insisten en un ejercicio de la información sin cortapisas y en la crítica como método de "independencia" y "liberación" ante el aparato de estado, del que por razones legales depende en realidad la operación formal de los medios.

En mitad de este "alud" de afanes "liberalizadores", los medios periodístico-informativos mexicanos han puesto de moda el tema de la justicia.

Particularmente en los medios electrónicos (radio y televisión), se ha construido un escenario de sensacionalismo, amarillismo y manipulación que magnifica la nota roja, con antecedentes recordados en revistas como Alarma y Alerta.

Varios acontecimientos protagonizados por los medios de comunicación mexicanos en los últimos cinco años han dado muestra de que el tema de la justicia no es abordado con un enfoque integral que dé paso a la reflexión y movilización de la sociedad a fin de perfeccionar leyes, procedimientos e instancias que propicien un mejor ejercicio jurídico, combate a la impunidad y respeto a los derechos humanos, aspectos en los que se finca el fortalecimiento de las sociedades democráticas.

Medios convertidos en fiscales y jueces

Lejos de favorecer un debate amplio, propositivo e incluyente que retome casos judiciales concretos en aras de construir condiciones de evolución social (bienestar de los ciudadanos), casi todos los medios periodísticos optan por resaltar el lado superficial de casos judiciales "llamativos", acrecientan o minimizan la importancia de determinados casos en función de intereses personales y/o grupales, traducen su afán mercadológico en manoseo amarillista e, incluso, han llegado a eso que el presidente de la república calificó como "apología de la violencia", un extremo preocupante que favorece ambientes inestables, de incertidumbre, incitación intolerante e inquisitoria cacería de "los malos".

Notoria evidencia de lo anterior fue la reacción de las dos principales cadenas de televisión mexicanas ante el asesinato del cómico Paco Stanley, ocurrido el 7 de junio de 1999 por un presunto ajuste de cuentas del narcotráfico.

La televisión mexicana, particularmente TV Azteca, difusora del programa "Pácatelas" que producía Stanley, jamás había reaccionado como lo hizo en horas posteriores a la ejecución, cuando utilizó el argumento de la inseguridad en las calles de la ciudad de México, para señalar como responsable del crimen a la administración perredista del D.F., exigiendo incluso la renuncia de su entonces titular, Cuauhtémoc Cárdenas.

Con un "¡ya basta!", repetido con inusitado coraje, decenas de conductores, artistas y directivos de la televisora del Ajusco convirtieron en tema nacional un lamentable homicidio, que de no ser por esa postura televisiva fiscalizadora, sólo sería atendido, tal como sucedió, como un caso judicial del fuero común.

Beatriz Solís Leree, investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, en una ponencia que presentó en el seminario internacional "Antiguos y nuevos desafíos del derecho de la comunicación", efectuado en Santa Fe de Bogotá, Colombia en julio del año pasado, citó el ejemplo del caso Stanley como una lección para que los ciudadanos y los medios logren, autorregulándose, condiciones de una obligación ética en el manejo de la información.

Recordó Beatriz Solís:

"El dueño de TV Azteca, en un mensaje a la nación (como primer mandatario) descalifica a la autoridad, cuestiona la legalidad de las instituciones y la inutilidad de la existencia de los poderes del estado, en un discurso propio de los clásicos militares golpistas.

"Los medios convertidos en fiscales y jueces en un procedimiento televisado y desde la comodidad del micrófono y sin responsabilidad alguna acusaban al jefe de gobierno como responsable de una ejecución en plena calle y a la luz del día con los más obvios métodos de los grupos gangsteriles". (1)

La televisión ha sido el medio en el que se perfila mejor la "venta" de los temas de justicia como si fuesen productos. El llamado raiting (medición de audiencia) es la razón supuesta con que se pretende dinamizar al amarillismo como algo "normal" dentro del mercado mediático.

Cadenas televisivas nacionales y transnacionales han dado ejemplo de este ímpetu amarillista, que surge no únicamente como el deseo mercantilista de obtener mayores puntos de raiting (o en el caso de la prensa, de ejemplares y publicidad vendidos), sino que son también la respuesta de las fuerzas del mercado por pulverizar todo tipo de controles legales y políticos, a los que se ve como un obstáculo para la extensión de los territorios de influencia de gigantes multimedios vendedores de imágenes y "show", dentro de los cuales la televisión es sólo uno de sus pilares.

Programas de corte sensacionalista como "Ocurrió así" (Telemundo) o los ya cancelados "Ciudad desnuda" (TV Azteca) o "A través del vídeo" (Televisa), amén de un sinnúmero de programas radiofónicos dedicados a información policiaca, así como de revistas y periódicos que resaltan el efectismo por encima de la coherencia y confiabilidad en su información, dan cuenta de la existencia de un problema que preocupa a estudiosos, analistas e investigadores de la comunicación.

La prensa no escapa a este fenómeno de magnificencia amarillista, toda vez que fue desde los medios impresos donde surgió esta forma de canalización del morbo y manipulación colectiva, denominado como género de "nota roja".

Acosada en esta época por el predominio de los medios de información audiovisuales, la prensa en México, si bien ha ganado un amplio espacio como plataforma de credibilidad y perfeccionamiento mediante más y mejor información (algo que beneficia a los ciudadanos), aún padece la escasa lectura, un reflejo estructural de las condiciones socio-económicas y culturales que impiden comparar los tirajes sumados de la prensa mexicana, con los volúmenes gigantescos de un solo periódico de países altamente industrializados.

Yucatán y Durango son dos casos comparativos que demuestran la baja lectura de la prensa. De acuerdo al Directorio Publicitario MPM, edición 1998 (México, Grupo Lemus, pp. 164-166), en Yucatán sólo un 12.6% de su población (124,216 personas) lee periódicos, de un total de habitantes estimado para 1995 en 1 millón 568,473 ciudadanos. Y en Durango, que duplica en superficie territorial a Yucatán, sólo 6.5% de sus ciudadanos compra periódicos (o sea, la mitad que Yucatán), no obstante tener casi los mismos habitantes (un millón 451,217 en Durango).

En la ciudad de México, para 1990, los 25 periódicos que se publicaban entonces imprimían sólo 751,000 ejemplares diarios,

ante una población calculada en 17 millones de habitantes (sólo en el D.F., sin incluir la vasta área conurbada a ésta), lo que resulta ínfimo (¿irrisorio?) frente a un millón 187,000 ejemplares que editaba The New York Times para 1994.

Ante esa realidad, opina el director de la revista Etcétera, Raúl Trejo Delarbre, la prensa mexicana se ve en la necesidad de restaurar sus desventajas económico-competitivas mediante mecanismos que no necesariamente implican su desarrollo cualitativo.

El también columnista del rotativo capitalino La Crónica de Hoy, perfila así en un interesante artículo, una reflexión que nos ubica en la creación y recreación del escenario amarillista con que los medios, incluida la prensa, abordan los temas de justicia. Señala Trejo:

"El mercado es una realidad que durante largo tiempo fue ajena a la prensa mexicana, mas hoy es el contexto de una incipiente pero constatable competencia. Sin embargo, los diarios tienden a involucrar a los viejos recursos del sensacionalismo, así como el tráfico y ocultamiento de intereses (...)

"El rumor y no la noticia, el amarillismo y no el profesionalismo, han abundado en medios de todas las filiaciones ideológicas. Para numerosos medios, participar por la disputa de los auditorios en el contexto de un nuevo mercado de la información ha significado orientarse por el escándalo e incluso la publicación de informaciones falsas, exageradas o distorsionadas (...)

"Hemos arribado a una situación de desconcierto, en donde los afanes mercantiles diluyen, cuando los hay, los parámetros éticos, y la competencia entre los medios no suele ser por consolidar audiencias en el conjunto de la sociedad, sino por recibir la anuencia del mundo político escindido por numerosas tensiones, rivalidades y murmuraciones". (2)

Abordaje de estudio

Así presentado, este panorama plantea a los analistas e investigadores de la comunicación, la necesidad de aterrizar en el ámbito de la deontología el tema del tratamiento que los medios dan a los casos de justicia, toda vez que el amarillismo y la manipulación con que se les exhibe denota el claro predominio de intereses mercadológicos (ganar publicidad) y de poder (lograr un control social mediante el miedo).

Periodistas e investigadores de la comunicación, representados en organizaciones como el Consejo Nacional de la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación, la Fundación Manuel Buendía, el CENCOS y otros grupos a los que se suma Periodistas de Investigación, coincidiendo con los informadores de Sala de Prensa, han establecido una definición aproximada de lo que para el gremio de los comunicadores y analistas significa la deontología.

Para los miembros de Sala de Prensa, deontología "es el tratado de los DEBERES determinados por la ética que, en definitiva, fija íntimamente nuestras obligaciones en relación con la bondad o malicia de las acciones libremente ejecutadas. De la anterior definición, se infiere que la DEONTOLOGÍA PROFESIONAL es la moralidad del trabajo profesional intrínsecamente considerado". (3).

Propietarios y directivos de los medios de comunicación con perfiles ortodoxos y cerrados, han manifestado su oposición a todo tipo de "regulación" de la información, pues la consideran restrictiva de la libertad de expresión.

Otros dueños, más abiertos y permeables a propuestas de índole no siempre afín a sus intereses, han expresado que, en todo caso, un patrón de control informativo debía regirse desde los mismos medios. (4).

Esto implica que a cada medio impreso o electrónico corresponde diseñar su propio patrón ético, en una suerte de subjetiva construcción de los deberes, lo cual convierte a la deontología en una receta coyuntural que sin embargo carece de bases sólidas para homologar principios, pues lo que para algunos puede resultar ético, podría no serlo para otros.

La arenga antirregulatoria de los barones de los medios ha resultado, a todas luces, favorable a los intereses económico-políticos de esos grupos, cuyo control, en algunos casos restrictivo y maniqueo, no significa libertad de la misma información, ya que por ser producto de intereses particulares resalta o banaliza, difunde u oculta, glorifica o condena lo que así considere apropiado.

La demanda de los grupos de poder massmediático para que el estado no intervenga como garante moral (legal lo es) del derecho a la Información, es lo que ha propiciado acontecimientos de amarillismo y descontrol que induce al caos, como los mencionados párrafos atrás.

Libertad y deberes: límites pendientes

La senda que todos los sectores de la sociedad habrán de transitar para establecer condiciones mínimas que conviertan a la información en instrumento integrador, democrático e incluyente, es un consenso nacional para actualizar leyes y construir un

marco ético mínimo al que se acojan los medios de comunicación para evitar el manoseo de la información en perjuicio de los derechos de la mayoría.

De acuerdo al investigador Ernesto Villanueva, profesor de tiempo completo de la Universidad Iberoamericana y autor de varios libros sobre principios deontológicos, existe la legislación necesaria para preservar un sano desarrollo de información que coadyuve al impulso democrático; (5) sin embargo, lo que falta es que periodistas y propietarios de medios asuman que las libertades informativas tienen límites.

Villanueva considera útil tener en cuenta, en cuatro puntos con los que invita al ejercicio de la responsabilidad en la libertad, que los medios de comunicación no son ni poder ni contrapoder, que tampoco pueden sustituir a la familia, a la escuela o a los poderes públicos como vehículos de transmisión de conciencia y que para contar con legitimidad, estos deben ser veraces ante el público y observar estrictamente los valores democráticos plasmados en el estado de derecho. Señala el investigador:

"En una democracia el ejercicio de las libertades informativas termina cuando empiezan los derechos de los demás, cuando se pueden vulnerar bienes jurídicamente protegidos por el régimen jurídico vigente".

Agrega:

"Constituye una aberración jurídica y un despropósito moral pretender derechos, sin obligaciones; reivindicar libertades sin responsabilidades. Los medios no pueden estar al margen de la ley. No se puede apelar a un estado de excepción jurídica para la prensa". (6)

Asimismo habrá de considerarse, en la misión de erradicar la caótica producción del amarillismo informativo con que muchos medios han tratado los casos judiciales, un campo de estudio que los especialistas opinan que no ha sido muy explorado: los MARCOS DELIMITATIVOS entre la legítima instancia que para las naciones significa la independencia del aparato judicial (en muchos casos restrictiva del acceso al sumario) y el libre ejercicio de la información a que tienen derecho los ciudadanos a través de los medios masivos, en torno a casos del interés mayoritario cuya transparencia difusora, regida mediante una legislación avanzada y un cuerpo deontológico sólido, es síntoma de toda sociedad democrática.

Sonados casos en todo el mundo han sentado jurisprudencia, particularmente en las cortes supremas de Estados Unidos y Europa, donde luego de largos y complejos juicios, estos tribunales revisores han resuelto en su mayoría que en bien del desarrollo democrático de la sociedad deben predominar los derechos de información y opinión de los ciudadanos sobre derechos de particulares demandantes o sobre la inquisición seguida por jueces o fiscales contra periodistas que a su juicio invaden el terreno de sus atribuciones en flagrante desacato a lo estipulado por las leyes. (7)

Juristas, comunicadores y políticos han sostenido que conceptos como la "ética", la "responsabilidad informativa", la "publicación objetiva" de casos judiciales complejos y el "apego a la legalidad" en el manejo de las fuentes informativas son elementos de balanza, lubricantes de la difícil cohabitación entre la libertad de comunicación y el rigor jurídico de la independencia judicial.

En muchas ocasiones los estrictos procedimientos de las instituciones judiciales provocan que los medios de información apelen al derecho a las libertades de opinión y difusión pugnando porque no obstaculicen su trabajo informativo.

La defensa legítima de la independencia judicial propicia también que los juristas consideren que la injerencia inapropiada de los medios dé pie a "juicios paralelos" no siempre convenientes en una correcta impartición de justicia. (8)

La creciente proliferación de temas judiciales aderezados con sensacionalismo y amarillismo son un fenómeno latinoamericano que, en el caso de México, no sólo tiñe de nota roja y "anti impunidad" la estricta lógica mercantil de los medios, sino también es un reflejo de sentimientos sociales colectivos.

¿Democracia o barbarie en la información? Esa es la gran disyuntiva a que se habrá de enfrentar la maquinaria massmediática en el futuro.

Ello será obra de todos los sectores de la sociedad, que en un concierto de iniciativas y de participación, invoquen la voluntad de los propietarios de los medios —que son la mayoría—, con la necesaria participación del estado y sus instituciones, a fin de tender puentes de consulta y consenso que reditúen en una autorregulación ética, constructiva y plural de la información, para beneficio de la nación y sus pueblos.

¿Democracia o barbarie? Todo es cuestión de responsabilidad y compromiso, de reconocer derechos pero también deberes.

Notas

- Solís Leree, Beatriz. "El derecho a la información, un reto nada nuevo frente al nuevo milenio", en "Antiguos y nuevos desafíos del derecho de la comunicación", Santa Fe de Bogotá, Colombia, julio de 1999.

Trejo Delarbre, Raúl. "Ética y medios en el México de hoy", en Sala de Prensa, revista electrónica mexicana (<http://www.saladeprensa.org>), México, 1996.

- Apartado de Deontología y Legislación, en Sala de Prensa, revista electrónica mexicana (<http://www.saladeprensa.org>).
- En México, unos cuantos medios impresos han dado a conocer de manera abierta la existencia de sus respectivos códigos de ética: los diarios El Universal, El Economista y El Imparcial de Hermosillo, entre otros que presentan en Internet tales disposiciones, aunque no las difundan.
- En un artículo para Sala de Prensa, revista electrónica (<http://www.saladeprensa.org>), el autor cita apartados y cláusulas estipulados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, en el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, en la Convención Americana de Derechos Humanos y en la propia Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, donde está claro que la libre información tiene límites en tanto no invada el respeto a los derechos de terceros y se desarrolle con una tónica de responsabilidad que fortalezca la vida democrática.
- Villanueva, Ernesto, Ibid.
- En Madrid, España, del 4 al 8 de septiembre de 1996, se efectuó el XXX Congreso de la Unión Internacional de Abogados, sobre Justicia y Medios de Comunicación, donde se hizo mención de ello en las ponencias "Derecho a la información: periodismo de investigación", de Pedro Crespo de Lara; "El derecho a la información: la publicidad de los juicios en los medios de comunicación", del Dr. Teodoro González Ballesteros; "Acceso de la TV de E.U. a la sala del tribunal. Después de O.J., ¿qué pasó con la reacción?", de Jim Goodale y "Defendiendo la libertad de palabra en un mundo de conflictos sociales", de John Cary Sims.
- Aragón Reyes, Manuel, "Independencia judicial y libertad de expresión", en XXX Congreso de la Unión Internacional de Abogados.- Para ese especialista, se concibe a los "juicios paralelos" como la "invasión" que realizan los medios de difusión en atribuciones para acusar y/o defender. Cita que no obstante esto, el Tribunal Europeo de Derechos Humanos determinó en por lo menos tres casos calificados como de "usurpación de las funciones.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Rodríguez Santa Ana, Antonio (2001): El tema de la justicia desde los medios periodísticos: ¿democracia o barbarie de la libre información? *Revista Latina de Comunicación Social*, 40. Recuperado el x de xxx de 200x de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina40abr/103rsantaana.htm>