

Universidad de la República
Lic. en Ciencias de la Comunicación
Asignatura: Derecho, Deontología y Ética.
Profesores: Martin Prats
Patricia Marquisá
M^a Noel Belhot

Trabajo Final

Límites éticos al ejercicio de la comunicación social

Nicolás Santos Dávila CI. 4346261-7

Montevideo, Agosto de 2009.

Límites éticos al ejercicio de la comunicación social

El propósito de este trabajo es, mediante dos casos que involucran a comunicadores de nuestro medio y, en base a la ley de prensa N°16.099, dar cuenta de algo que no solo ocurre en nuestro país sino que es un problema que afecta a todas las naciones del planeta. La falta de ética por parte de los comunicadores a la hora de tratar temas delicados como son la muerte, la guerra o simplemente el definir su rol frente a la sociedad son problemas que nos afectan directamente como ciudadanos y principalmente como receptores de los mensajes que a diario nos bombardean los medios masivos de comunicación.

En su artículo primero la ley expresa: *“Es enteramente libre en toda materia, la expresión y comunicación de pensamiento opiniones y la difusión de informaciones mediante la palabra, el escrito o la imagen, por cualquier medio de comunicación, dentro de los límites consagrados por la Constitución de la República y la ley.”*¹

También podemos encontrar en el estatuto de la Asociación de la Prensa Uruguaya en su literal C, sobre Constitución y fines: *“Bregar por la vigencia del derecho del pueblo a ser oportuna y legítimamente informado y a participar en el proceso de comunicación; denunciar la manipulación de información; promover estudios e investigaciones que permitan un mejor conocimiento del fenómeno comunicacional; colaborar con las instituciones que trabajan con este propósito.”*²

Sin dudas esto es parte de las muchas responsabilidades que un comunicador adquiere a la hora de dedicarse por entero a la práctica de comunicar independientemente del medio que utilice. Y si de límites éticos hablamos, ¿qué queremos decir con esto?, la respuesta no es para nada sencilla pues, delimitar la zona donde un comunicador pasa de ser bueno a ser malo, y con esto no me refiero a sus aptitudes como tal, sino que me refiero a definir de una forma u otra que es bueno y que es malo en un acto comunicacional.

¿Que fines se persiguen tras el ejercicio comunicativo ya sea de un periodista, locutor radial, televisivo o de prensa escrita?

Para comenzar con este análisis y luego ejemplificar con los casos concretos, debemos definir algunos términos. A grandes rasgos es importante saber la diferencia o los problemas que conlleva definir si lo que está ante nosotros es un comunicador, un comunicólogo, o ninguno de los dos; debemos definir ¿que es ética?, y finalmente debemos emparentar esto con la ley de prensa que los ampara.

Es una discusión más que recurrente el definir a un comunicador, todos somos comunicadores de mensajes y estos generan determinadas reacciones entre los receptores de estos. Debemos identificar a aquellos comunicadores que, a la vez son generadores de opinión y como tales deben tener una responsabilidad con la sociedad, que deposita en ellos su confianza de que la persona a la que están escuchando transmite sensatez, claridad y cordura en sus mensajes. Bajo estas premisas hablamos de: políticos, gobernantes, periodistas, locutores, etc. Todos ellos cumplen un rol

1 Ley N° 16099. Art 1.

2 <http://www.apu.org.uy/estatutos-apu>

fundamental en la sociedad y son dueños de un poder que muchas veces sobrepasa los límites de su imaginación. Dado que muchas veces no se mide realmente el alcance que puede llegar a tener una acción de este tipo.

Con motivo de la realización de este trabajo, inclinaré mi atención en aquellos que, como comunicadores utilizan medios masivos, llámese, radio, televisión, medios gráficos y la web. Estas personas llegan a sus puestos de trabajo con un caudal de teorías que en cierta medida no los preparan para el mundo competitivo, hijo de este capitalismo salvaje, en el que estamos inmersos. Se llega al momento de estar frente a un micrófono, cámara o la computadora, en un medio que, a pesar de trabajar con contenidos de difusión social se maneja bajo las reglas del mercado, donde la oferta y la demanda direccionan el rumbo a seguir y muchas veces el corporativismo manda antes que el sentido común.

Para hablar de ética dentro de la comunicación, se debe definir que es la ética. Según la Real Academia Española³, ética es algo *recto, conforme a la moral*, entonces, ¿que es moral?. Me detengo en dos de las definiciones de la Real Academia⁴: “*que no concierne al orden jurídico, sino al fuero interno o al respeto humano*” y “*ciencia que trata del bien en general y de las acciones humanas en orden a su bondad o malicia*” En este punto se puede observar que lo ético no concierne al orden jurídico, lo que no significa que no sea penado por la ley, es decir que todo aquello moralmente correcto emana en una primera instancia del ser humano como ser social. Lo bueno y lo malo es definido por la cultura y esta regula lo moralmente aceptado y rechazado, lo que es ético y lo que no. A modo de ejemplo se pueden citar: la vestimenta, buenas costumbres y modales, valores como la lealtad, responsabilidad, credibilidad y solidaridad entre otros más que la sociedad a lo largo de los siglos ha legitimado en pro de ser cada vez mejores seres civilizados. Se debe admitir que este discurso ha sufrido ciertas crisis en todas partes del mundo, oímos decir que se están perdiendo valores fundamentales y que la sociedad toda sufre de un descreimiento total de nuestra clase gobernante. Los medios de comunicación no han estado ajenos a esta crisis sino que al contrario, muchos dicen que la falta de ética y el derrumbe de valores morales en la sociedad se ve alimentado por medios como la televisión y en menor grado pero igualmente significativo al resto de los medios de comunicación.

La humanidad ha sido testigo de hechos como la caída de las torres gemelas, la guerra de Iraq y cuanto hecho bélico ha ocurrido en los últimos treinta años. Los vimos en primera plana, en la comodidad de nuestras casas y con una calidad que nos hacía sentir partícipes de estos. Eso es la magia de la televisión, nos une y reúne a todos frente a ese aparatito que tanto veneramos. Esa idea de omnisciencia de la televisión ha contribuido al desarrollo de su reputación al punto de que, si no es emitido muchas veces decimos que no existe. Vaya responsabilidad que tiene un comunicador televisivo con la sociedad sí su discurso se transmite en un medio con el poder que ostenta. Más allá de sus derechos como tal, que lo respaldan para poder ejercer en total libertad de expresión sus ideas, está su responsabilidad como ciudadano y su deber moral en el ejercicio de la comunicación.

Uno de los principales problemas es el de la credibilidad de sus dichos, la veracidad de los mismos y sí, en algún punto se está hiriendo la sensibilidad del receptor, dado que la honestidad y la

3 <http://www.rae.es/>

4 Idem. 3

verdad no siempre van de la mano de lo moralmente aceptado y la ética profesional. Un comunicador debe controlar las fuentes de donde proviene su noticia, primicia, afirmación u opinión acerca de determinado hecho.

En el siguiente ejemplo, el de una niña de diez meses que fallece en el hospital y que, por una mala interpretación de un parte médico se desata una ola de malos entendidos que derivaron en acusaciones cruzadas, y de la cual no se vio ajeno ningún medio de comunicación; aquí se puede ejemplificar claramente en este caso concreto a lo que me refiero acerca de la falta de ética, responsabilidad ciudadana y hasta rigor periodístico por parte de los comunicadores de nuestro país.

Otro aspecto que hace a un comunicador confiable es el poder llevar a fondo investigaciones para no caer en conjeturas apresuradas sobre determinados hechos. Esto se desprende del caso resumido anteriormente y tiene como explicación la inmediatez en la que se mueven los programas de la actualidad, vivimos en la era del minuto a minuto, de la batalla por un punto de rating, de números y no de contenidos, dentro de este marco lo único que interesa es vender la información sin el interés de lo que esto implique.

Investigar lleva tiempo y este en televisión es oro, por lo tanto no es redituable perder el tiempo en largas investigaciones que podrían brindar soluciones a la sociedad, es preferible lo superficial, lo inmediato, lo que está al alcance de la mano, y hasta por momento vulgar.

Todo estudiante de periodismo o estudiante de facultad recibe una educación en valores teóricos como los que detallamos anteriormente, el problema radica que en la práctica es, en palabras de Luna Cortes *“algo mucho más complejo que la producción de mensajes y las operaciones técnicas, creativas o administrativas asociadas con la producción en respuesta a las demandas del mercado...trabajo de transformación de una materia prima social que solemos llamar de múltiples maneras...trabajo mediante el cual nos relacionamos y participamos en nuestra constitución como sujetos y en la construcción de la realidad.”*⁵ Lo más destacado es el hecho de saber que somos, y me incluyo como futuro comunicador, constructores de la realidad, como decía anteriormente, generadores de opinión y por lo tanto actores fundamentales en la constitución de una conciencia social y un modo de ver las cosas sean estas correcta o no, pero somos capaces de modificar la opinión de las personas.

Este año asistimos a un momento más que importante en el marco de la libertad de expresión en nuestro país, el 10 de Junio del presente año el Poder Legislativo aprobó las modificaciones a la ley de prensa que data de 1989. Trascendentes cambios que van desde la eliminación de sanciones a la divulgación de información u opiniones sobre funcionarios públicos, o asuntos de interés público así como también se eliminan las sanciones por la ofensa o el vilipendio de símbolos patrios o por atentar contra el honor de autoridades extranjeras. Todas estas acciones en la anterior ley estaban sancionadas con pena de penitenciaria de hasta 2 años. Los organismos internacionales y más precisamente la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos en la voz de la relatora Catalina Botero apoyaron las modificaciones a la ley 16.099, *“...de esta forma, la Asamblea General del Poder Legislativo incorporó las normas internacionales al ordenamiento interno y dejó en claro que la interpretación y la aplicación de las*

5 Luna Cortés, C. “La tensión teoría – práctica en la enseñanza de la comunicación” Revista Diálogos de la comunicación. Edición N° 35 Lima- Perú. Año 1991 Pag. 94

*disposiciones vigentes deben guiarse por los estándares más elevados en materia de libertad de expresión*⁶ Con esta reforma el Uruguay ha aprobado en los últimos tres años la Ley de Radiodifusión Comunitaria, la Ley de Acceso a la Información Pública, la Ley Nacional de Archivos, la Ley de Datos Personales y la Despenalización de los Delitos de Comunicación. Es el ciclo de reformas legales más trascendente en materia de libertades civiles. Podemos decir que, sin lugar a dudas están dadas las condiciones para la realización plena de la labor del comunicacional, libre de censuras desde el punto de vista legal, lo que garantiza una mayor transparencia y coherencia a la hora de transmitir contenidos informativos y culturales.

De esta forma se presenta el marco ideal para el desarrollo de uno de los derechos fundamentales para construir una identidad propia y mantenerla de forma integral, la libertad de expresión, derecho fundamental para construir una sociedad democrática además de ser instrumental porque permite la protección de todos los demás derechos. El problema radica en la dificultad que los gobiernos enfrentan y, dado el desarrollo de nuevos medios masivos de comunicación, para limitar la libertad de expresión.

En nuestro país salvo por el canal 5 , TV ciudad y la red de radios del Sodre el resto de los medios de comunicación están en manos de agentes privados lo que los convierte en “empresas” sin apoyo estatal y por consiguiente deben ser autosustentables. En otras palabras se rigen por leyes de un mercado, el de los contenidos, operan bajo la oferta y la demanda, si un producto no funciona, se cambia por otro, y así sucesivamente. Definidas estas leyes de juego un medio de comunicación y en especial un noticiero cuyo cometido primordial es informar a su público de los principales hechos que acontecen en el mundo, se ve obligado a tener en cuenta mediciones de audiencia, estrategias de marketing y de mercado tal como desarrollan aquellos empresarios que necesitan vender sus productos.

Comienza así un círculo vicioso que ya no busca solo la calidad de un producto, sino que el mismo también sea rentable y demandado por el público. La pregunta que nos asalta enseguida es ¿Qué lugar ocupa la moral y la ética, si lo que prima es que un producto informativo sea vendible?, podemos decir que es uno de los grandes problemas y dilemas que atraviesa esta sociedad sumergida en una crisis de valores. La ética y la moral muchas veces quedan de lado a la hora de presentar productos televisivos, ya no importa que se traspase los límites de lo socialmente castigado, muchas veces “vale todo” por un punto de rating, y eso muchas veces escapa a nuestra ley de prensa.

La ley 16.099 con sus recientes modificaciones intenta regular la libertad de expresión. pero definir en estos momentos lo que está bien y lo que está mal en una cultura de la sobre exposición como la que estamos viviendo se hace sumamente difícil. Es verdad que castiga y da el derecho a respuesta a toda persona que se haya sentido ofendida de alguna forma por informaciones inexactas o agraviantes, pero también es muy amplio el espectro y muchas veces la persona que fue víctima de agravios no está al tanto de sus derechos como ciudadano y los sufre las consecuencias que puede acarrear la exposición pública.

Para este trabajo elegí dos casos que creo, pueden aclarar todos los conceptos que anteriormente he mencionado. En primer lugar me gustaría presentar el caso que tuvo como

6 <http://www.cidh.oas.org/relatoria/showarticle.asp?artID=750&IID=2>

involucrado a Fernando Vilar y a alumnos de distintas carreras de comunicación en el marco del encuentro Comunicarte 2009, realizado el 4 y 5 de Julio en la ciudad de Trinidad. En dicho encuentro Vilar formó parte del panel de expositores en calidad conductor del noticiero Telenoche que se emite en canal 4. El tema a tratar era la responsabilidad del comunicador y al parecer los que asistieron al encuentro se sintieron desilusionados por los conceptos vertidos por uno de los periodistas más reconocidos de la televisión nacional. El Sr. Vilar en una presentación de unos quince minutos se dedicó a mostrar “datos de la realidad con los que podemos estar o no de acuerdo”⁷ según sus palabras. Realizó una distinción entre empresas periodísticas y empresas comerciales; en las primeras coloca a los diarios, semanarios y las revistas, en la segunda a los radios y canales de televisión. Ambas con objetivos diferentes: unas viven de hacer periodismo y las otras viven de hacer dinero, y al igual que un supermercado venden productos, programas. Siempre dejó en claro que eran datos de la realidad y que si su discurso se centraba en esta temática era porque últimamente existe una fuerte crítica hacia los contenidos que los informativos emiten. Vilar se basa en que los contenidos que se emiten son de determinadas características porque la audiencia los demanda, los consume y en consecuencia los prefiere. En los informativos de hoy no hay lugar para las noticias culturales o científicas porque nadie las ve, por lo tanto nuestros noticieros están plagados de noticias policiales y coberturas de accidentes de tránsito.

En este libre juego de la oferta y la demanda se crea para el comunicador el conflicto entre el deber ser y el ser, por un lado, todo ese caudal de conocimientos que adquirimos en nuestros centros de estudios y que nos hace sentir que podemos cambiar el mundo, y por otro la realidad y el mundo tal cual es. Según Vilar la dinámica del medio, la prontitud y la inmediatez por los resultados, y lo que demanda el público contribuyen a que se deje de lado el deber ser y se pongan en práctica técnicas moralmente cuestionables.

Desde el punto de vista ético, las declaraciones y los conceptos expresados por Vilar causaron diferentes reacciones, tanto en el público presente como en otros colegas del medio. Para los estudiantes que se encontraban presentes les resultó ofensiva la exposición realizada por el periodista, producto de la ingenuidad y desconocimiento real del medio, en el cual Vilar se encuentra inmerso diariamente. Esto no significa que ninguna de las dos partes se encuentre equivocada, sino que se encuentran en posturas diferentes y por lo tanto antagónicas entre el ser y el deber ser del medio comunicacional.

En relación a los demás colegas del medio, algunos representantes del mismo dieron su opinión acerca de lo ocurrido. Gerardo Sotelo (periodista de Canal 10) expresó su mirada a través de una carta en la red social Facebook. En la misma se solidariza con Fernando Vilar, pero al mismo tiempo comprende la postura de los estudiantes, deja entre ver que este tipo de periodismo sensacionalista existe pero que su duración no será permanente. Por otra parte intenta mostrar una alternativa posible pero quizás poco viable para el medio local. En sus propias palabras *“El sensacionalismo es como una sustancia psicoactiva: genera adicción. Como ocurre con otras drogas, el sensacionalismo demanda dosis cada vez mayores, y eso es (en periodismo como en el organismo*

⁷ Frase tomada de grabación de audio de la exposición de Fernando Vilar en el Comunicarte 2009.
<http://saladeredaccion.liccom.edu.uy/spip/spip.php?article96>

humano) imposible. Llega un momento en el que el cuerpo social no encuentra satisfacción ni siquiera con altas dosis. Entonces se vuelve apático y deja de consumir un tipo de información que lo sedujo durante un tiempo pero que no le aportó elementos significativos para entender los complejos fenómenos del mundo en que vive.”...“Contrariamente a lo que se dice, también el periodismo serio, equilibrado y basado en criterios deontológicos universalmente reconocidos, puede ser entretenido y generar altas audiencias y buenas pautas publicitarias. El problema es que da más trabajo y demanda una especialización en el manejo del periodismo televisivo a un nivel que en Uruguay se desconoce.”⁸

El siguiente ejemplo a tratar en este trabajo, puede ser considerado un producto del mal manejo de la información utilizando el sensacionalismo como un medio para vender la misma. Me refiero puntualmente al caso ocurrido el día 16 de junio del presente año, en la localidad de Piedras Blancas. Se da a conocer a través de los distintos informativos la muerte de una niña de diez meses por supuesta violación, cuyo principales sospechosos serian el padre y el tío de la niña.

A partir de este momento se comienzan a tejer una trama de conjeturas entorno a este caso por parte de los medios tanto televisivos como radiales y de prensa escrita. Al momento de difundida la noticia, la única información oficial de la que disponían los medios era un parte policial, el cual describía las causas de la muerte de la niña como “muerte violenta”. Este parte no había sido hasta el momento corroborado por el medico forense designado al caso.

Las cuarenta y ocho horas posteriores de dada a conocer la noticia, los medios interpretaron el parte policial de una manera errónea. Allí comenzó una cadena de datos, acusaciones e interrogaciones por parte de los propios periodistas, destinando gran cantidad de minutos al desarrollo sensacionalista de la información. Sin el dictamen medico determinante se acuso a la familia directa (padre y tío), así como también se supuso el abuso de otras dos menores.

La exposición pública de la familia se desarrolló de forma despiadada, hasta el punto de mostrar la imagen de los supuestos acusados sin el menor reparo, también se dio a conocer ciertas practicas inmorales de relacionamiento entre los mayores y las menores. La presión de los medios fue de tal magnitud que la misma familia comenzó a acusarse entre sí.

Los distintos medios de comunicación manipularon la información de forma que la misma se convirtiera en interesante y morbosa al mismo tiempo. Se debe tener en cuenta que este tipo de orientación hacia la morbosidad y el escándalo mediático se ha convertido en un fenómeno del quehacer diario de los noticieros. Existen valores inherentes a la condición periodística que se comenten en este tipo de prácticas, por ejemplo la no corroboración de los datos, la exposición pública de manera sensacionalista de una noticia, acusar e interrogar sin las pruebas fidedignas necesarias dejando a una familia expuesta a la condena social. A su vez luego de que el medico forense confirmara las causas reales de la muerte de la niña, comprobándose así que no había existido violación alguna, estos medios no se retractaron del daño que habían causado y de la forma en que habían manejado la situación. Tampoco se cedió un espacio en el cual los implicados tuvieran su derecho a respuesta⁹ por los agravios recibidos y las consecuencias que estas acusaciones

⁸ http://www.facebook.com/home.php?ref=home#/note.php?note_id=54245729998&ref=mf

⁹ Ley 16.099, Art. 7. Titularidad: Toda persona física o jurídica de derecho público o privado puede ejercer ante el juzgado competente el derecho de responder a una publicación o cualesquiera otros medios de comunicación pública que la haya afectado por informaciones inexactas o agraviantes, sin perjuicio de las penas y responsabilidad civil a que pueda dar lugar la publicación, noticia o información que provoca la respuesta.

infundadas provocaron en su vida.

Para finalizar, si analizamos estos dos casos desde el punto de vista del comunicador se puede visualizar la disyuntiva que planteaba Vilar entre el ser y el deber ser. Los comunicadores inmersos en el mercado competitivo se ven sujetos a responder a las leyes del mismo, dejando de lado valores éticos personales y profesionales. En la medida en que el medio se maneje de esta forma inescrupulosa seguirán surgiendo casos como el de esta familia.

La libertad de expresión no es sinónimo de libertinaje de expresión, y lo que no es posible es aceptar el libre albedrío de traspasar límites sin medir las consecuencias, más allá que el mercado así lo requiera.

Durante los últimos tres años la legislación nacional ha contribuido a dotar a nuestro comunicadores de un marco legal favorable para el correcto desempeño de su labor, es tarea de estos y me incluyo como futuro comunicador bregar por una práctica profesional de calidad con conciencia y no vacía e insensible.

Bibliografía

- Ley N° 16099.
- <http://www.apu.org.uy/estatutos-apu>
- <http://www.rae.es/>
- Luna Cortés, C. “La tensión teoría – práctica en la enseñanza de la comunicacion” Revista Diálogos de la comunicación. Edición N° 35 Lima- Perú. Año 1991
- <http://www.cidh.oas.org/relatoria/showarticle.asp?artID=750&IID=2>
- <http://saladeredaccion.liccom.edu.uy/spip/spip.php?article96>
- http://www.facebook.com/home.php?ref=home#/note.php?note_id=54245729998&ref=mf