

CAPÍTULO 56

“Autocontrol y enseñanza de la ética periodística: convergencias de cinco países andinos”

González Portela, María Luján. (Universidad Complutense de Madrid)
lujan@utpl.edu.ec

Resumen

El estudio de los mecanismos de autocontrol de Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile, especialmente de su deontología, y el análisis del enfoque con que se enseña la ética periodística en 151 universidades, demuestran que desde las últimas décadas del siglo XX se está produciendo un salto conceptual desde una libertad de prensa entendida como privilegio de unos pocos a la idea de derecho a la información, fundamento del autocontrol. Éste reivindica y exige la participación de las audiencias y contribuye a la construcción de ciudadanía, lo cual resulta crucial para las jóvenes democracias de la región.

Palabras clave: *Autocontrol, deontología, Latinoamérica, periodismo, enseñanza*

Abstract

The study of the mechanisms of self-control in Peru, Ecuador, Colombia, Venezuela and Chile, especially those concerning to deontology, and the analysis of the approaches use to teach journalistic ethics in 151 universities, demonstrates that in the last decades of the XX century a conceptual jump in this issue is taking place after the freedom of the media, this freedom has been understood by few people as a privilege to the idea to the right to information, basis of the self-control. This vindicates and demands the participation of the audience which contributes to the construction of citizenship and becomes crucial for the young democracies of the region.

Keywords

Self-control, deontology, Latin America, journalism, teaching

1. Libertad de expresión: cambio de perspectiva

Desde las últimas décadas del siglo XX, los países andinos de Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile están asistiendo a un desarrollo de la deontología y de los mecanismos de autocontrol en paralelo a una fuerte implantación de la enseñanza universitaria de la ética periodística. Del análisis de este hecho y del estudio tanto de los códigos éticos como de la perspectiva asumida por 151 universidades de la región se puede concluir que se está produciendo un salto conceptual desde una libertad de prensa entendida como privilegio de unos pocos a la idea de derecho a la información, fundamento del autocontrol.

En la presente investigación, fruto de una tesis doctoral defendida en la Universidad Complutense de Madrid en octubre de 2008, partimos de que el autocontrol o la autorregulación ética, sustentado en el enfoque que aporta el derecho a la información y la teoría de la responsabilidad social, es la mejor manera de articular las dos caras de la moneda como son la libertad y la responsabilidad de la prensa. La razón es que el

autocontrol implica, por un lado, que los profesionales y las empresas periodísticas deciden poner remedio por ellos mismos a sus deficiencias éticas, evitando las iniciativas externas legales o estatales, siempre incómodas y arriesgadas, pero a la vez, y lo que es más importante, empiezan a tener en cuenta los derechos y las opiniones de sus audiencias.

Podríamos considerar el autocontrol el fruto lógico de un cambio de paradigma: el paso de una libertad de expresión concebida desde y para la prensa, y entendida como conquista frente al poder, a un concepto de libertad derivada del derecho universal a la información, perteneciente a todo ser humano, y, por tanto, ni prerrogativa ni concesión de nadie. Este concepto, acuñado en 1948 en el art. 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, constituye una verdadera revolución jurídica, a decir de Carlos Soria, para quien a partir de entonces “la libertad adquiere la legitimidad, la fuerza y el carácter natural del derecho a la información” (1991: p. 344).

Con estos presupuestos, esta investigación se propuso dos objetivos: constatar que el cambio de paradigma que implicó el nacimiento del derecho a la información, en paralelo a la teoría de la responsabilidad social, se refleja, en la región andina, en el progresivo desarrollo de mecanismos de autocontrol. En segundo lugar, se buscó comprobar que el grado de avance del autocontrol ético, con el aumento de conciencia profesional y social que ello significa, guarda bastante relación con el nivel de inserción de la ética periodística en las universidades y el enfoque con que se imparte. En este sentido, partimos de que por su función potenciadora y garantizadora del autocontrol, se puede considerar a la enseñanza de la ética, en sí misma, como un modo más de autocontrol, sumándonos al criterio de autores como C-J. Bertrand, para quien la educación universitaria era un ‘medio de asegurar la responsabilidad social’, expresión que él empleaba para referirse a los mecanismos de autocontrol (1999: p. 8).

A la pertinencia del tema se unen, al menos, otros dos motivos que hacen oportuna esta investigación. En primer lugar, que el campo de estudio haya sido la comunidad andina, a excepción de Bolivia, esto es: Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile; una región en la que no abundan investigaciones especializadas ni comparadas en el campo de la ética periodística y de su enseñanza. Por otro lado, la vinculación del desarrollo del autocontrol (deontología, *ombudsman*, observatorios de medios, consejos de prensa, tribunales de ética, consejos de autorregulación publicitaria) con la emergencia de una sociedad civil, en Latinoamérica y en la región andina, que va creciendo en organización, madurez y conciencia de sus derechos. Es decir, que estos mecanismos de autocontrol están favoreciendo la aparición de un público que reclama de los medios una mayor atención a sus necesidades así como la participación en las agendas informativas, como parte de su derecho a la información. De este modo, el autocontrol en la región se está convirtiendo en otro espacio de construcción de ciudadanía y, por tanto, de democracia.

2. Definición, funciones y formas del autocontrol

El autocontrol o autorregulación es la conjugación de la libertad y la responsabilidad en la actividad informativa, a iniciativa y en el seno de la misma. Se trata, en palabras de José Ma. Desantes (1973: p. 30), de “hacer que la profesión se depure dentro de la profesión misma; que sean los mismos profesionales los que consigan que la profesión se desarrolle dentro de unos cauces éticos y técnicos”.

El autocontrol se materializa en códigos y mecanismos elaborados voluntariamente por los propios periodistas y por las empresas informativas, contando normalmente con la participación del público. De este modo, se evita que sean el Estado o el mercado los que

impongan sus reglas del juego, pues como dice Victoria Camps: “Cuando nadie fija criterios sobre lo que conviene o no conviene hacer desde el punto de vista de la ética, de la justicia o de la democracia, quien decide es el mercado” (en Aznar, 1999b: p. 17).

Los ámbitos y objeto del autocontrol se pueden resumir en dos: el interno, para tutelar el ejercicio de una elevada moralidad profesional, y el externo, para defender la libertad de prensa. De ello se desprenden las razones que justifican la necesidad del autocontrol. Bel Mallen (1991: p. 112) las estructura en tres, atendiendo al agente que esté involucrado: en cuanto al sujeto universal (público), el autocontrol tiene la misión de tutelar su derecho a la información y de propiciar su participación en el engranaje informativo; en cuanto al sujeto cualificado (periodistas), garantiza el respeto a su libertad y evita el heterocontrol; y en cuanto al sujeto organizado (empresa), conduce a una mayor calidad de la información y a la pertinencia social de la empresa.

Nos importa subrayar dos de estas tres razones porque constituyen argumentos de peso para afirmar la pertinencia, en sí misma, de estos mecanismos de autocontrol. Primero, la custodia tanto del derecho humano a la información como del deber profesional que lo acompaña, por su importancia personal y social, creemos que es una razón muy importante que justifica la existencia del autocontrol. Este derecho y deber supone, para Desantes (1973: p. 76), que haya garantías y procedimientos que aseguren su libre ejercicio, labor de tutela que debe ser delegada en alguien individual o en un organismo.

Unida a esta primera razón, el autocontrol reconoce y promueve el papel del público como sujeto activo del proceso informativo no solo desde una función meramente reactiva de reclamar por los abusos de los medios sino desde una función propositiva a través de una vigilancia crítica y reflexiva, como la que pueden ejercer directa o representativamente a través de distintos órganos y mecanismos. A decir de Juan Carlos Suárez (1999: p. 173), a esta misión bien la podríamos denominar control de la mediocracia, algo especialmente necesario en Latinoamérica, donde el poder de los medios y las dificultades para fiscalizarlo son grandes. Germán Rey (1997: p. 35), uno de los pensadores de la región, afirma sobre los medios latinoamericanos que “se han vuelto intocables por la gente, por los propios gremios y por el Estado”.

La segunda razón justificativa del autocontrol reside en que es la mejor manera de evitar el heterocontrol y de salvaguardar la libertad. Y ello no sólo en situaciones donde las libertades de prensa y las garantías para los periodistas están en constante riesgo, como ocurre a menudo en Latinoamérica, en cuyo caso Juan Luis Cebrián (2003: p. 19) sostiene que “la mejor respuesta frente a las amenazas es la profesional”. Lo más importante es que el autocontrol otorga al que lo ejerce sinceramente autoridad moral y credibilidad, pues implica no solo la proclamación teórica sino el compromiso con unos principios y valores, buscando continuamente la opinión y crítica pública de la audiencia sobre su cumplimiento. Como dijo la Comisión Especial del Senado español sobre contenidos televisivos en 1994-95 (1996: p. 124), cuando los profesionales asumen unos principios éticos y los aceptan como guía de conducta están expresando su autonomía. Adoptar estos medios y mecanismos es, por tanto, todo un ejercicio de autonomía y de libertad tanto personal como institucional. Por un lado, el autocontrol promueve la acción libre del periodista, si partimos de una libertad positiva o como modo de ejercicio del derecho a la información, y por otro lado, exige, para su efectiva realización, un verdadero clima de libertad institucional y social.

En cuanto a los tipos de autocontrol, Claude-Jean Bertrand los clasifica en dos grandes grupos: los escritos, sobre todo los códigos deontológicos y documentos similares

con otras denominaciones (manuales de estilo, declaraciones de principios, etc....), y los personales, ya sea los individuales (defensor del lector, del televidente o del radioyente), ya sea los grupales, como son los consejos de prensa, los tribunales o comisiones de ética y los observatorios de medios. Un tercer grupo lo constituyen una serie de medios de asegurar la responsabilidad social que no siendo estrictamente autocontrol representan una vía complementaria del mismo, como son las auditorías éticas, los observatorios de medios, las asociaciones de usuarios de la comunicación y la enseñanza de la ética, todos ellos de tipo procesual.

3. Desarrollo del autocontrol en la región andina

El desarrollo conceptual del nuevo paradigma del derecho a la información y su materialización en los mecanismos de autocontrol se ha reflejado en la región andina en dos hechos: el resurgimiento de la deontología, y el nacimiento, desde fines del siglo XX, de nuevos mecanismos de autorregulación para promover la responsabilidad de los medios y la participación en ellos del público. El caso sintomático lo presentan Perú y Chile, que son los países, de los cinco analizados, con una deontología y autorregulación más desarrollada. Chile, con el Consejo de Ética de los Medios de Comunicación Social (1991) y el Tribunal de Ética del Colegio de Periodistas (1999), que actualizó su código de ética en diciembre de 2008; Perú, con el Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana (2000) y con la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social (1999), y país con el mayor número (6) de códigos éticos periodísticos de ámbito nacional. Además, hay que mencionar que ambos países cuentan con consejos de autorregulación publicitaria (CONAR).

Por su parte, Colombia y Venezuela también tienen un buen desarrollo deontológico y, junto con Ecuador, son de los pocos países del continente que cuentan con la figura del *ombudsman*. Colombia tiene defensor del lector en varios diarios como *El Tiempo* (1990) y es la pionera en tener defensor del televidente (1989). En Ecuador, el diario HOY tiene *ombudsman* desde 1993 y cuenta incluso con un Estatuto del Defensor. A ello se añade la reciente expansión de observatorios de medios en Colombia y, aunque en menor medida, en Venezuela y Ecuador.

Veamos en la siguiente tabla (tabla 1) el panorama de los mecanismos de autocontrol, exceptuando los códigos deontológicos que analizaremos en otro apartado, para visualizar más claramente el desarrollo y creciente expansión del autocontrol en la región andina:

Tabla 1: Mecanismos de autocontrol en Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile.

País	Tipo	Mecanismo	Año
COLOMBIA	Tribunal de ética	Comité de ética del Círculo de Periodistas de Bogotá	1983
CHILE	Consejo de publicidad	Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR)	1987
COLOMBIA	Ombudsman	Defensor del lector del diario El Tiempo	1990
CHILE	Consejo de prensa	Consejo de Ética de los Medios de Comunicación Social	1991
ECUADOR	Ombudsman	Defensor del lector del diario HOY y Estatutos del Defensor	1993

PERÚ	Consejo de prensa, tribunal de ética	Consejo de la Prensa Peruana	1996
COLOMBIA	Ombudsman	Defensor del televidente de TV Caracol	1997
COLOMBIA	Ombudsman	Defensor del televidente de RCN Televisión	1997
PERÚ	Consejo de medios, anunciantes y publicistas	Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONAR)	1998
VENEZUELA	Ombudsman	Defensor del lector del diario El Nacional	1998
CHILE	Tribunal de ética	Tribunal Nacional de Ética y Disciplina del Colegio de Periodistas	1999
COLOMBIA	Ombudsman	Defensor del lector del diario El Colombiano	1999
COLOMBIA	Observatorio de medios	Observatorio de medios y de opinión de la Universidad de Manizales	1999
PERÚ	Auditoría, observatorio	Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social	1999
COLOMBIA	Observatorio de medios	Observatorio de medios de la Universidad de La Sabana	2000
COLOMBIA	Ombudsman	Comité Defensor del televidente de Teleantioquia	2001
COLOMBIA	Observatorio de medios	Observatorio de medios de la Universidad Santiago de Cali	2002
VENEZUELA	Observatorio de medios	Observatorio Global de Medios	2002
VENEZUELA	Ombudsman	Defensor del lector del diario Últimas noticias	2004
CHILE	Observatorio de medios	Observatorio de medios Fucatel	2004
COLOMBIA	Observatorio de medios	Observatorio de medios de la Universidad Javeriana	2005
VENEZUELA	Ombudsman	Defensor del radioyente de la Radio Nacional de Venezuela	2005
COLOMBIA	Observatorio de medios	Observatorio de medios y opinión pública Universidad del Norte	2006
CHILE	Ombudsman	Defensor del auditor de la Radio Universidad de Chile	2006
ECUADOR	Observatorio de medios	Laboratorio de medios de la Universidad de Las Américas	2007
ECUADOR	Observatorio de medios	Observatorio de Medios del Ecuador (OME) de Fundamedios	2007
ECUADOR	Observatorio de medios	ACNNA (Agencia de Comunicación de niños, niñas y adolescentes)	2007
COLOMBIA	Ombudsman	Defensor del televidente en televisiones nacionales y locales, por disposición de la Comisión Nacional de Televisión, creada en la Constitución de 1991.	2007
COLOMBIA	Observatorio de medios	Observatorios de medios de la Universidad de Medellín y de la Universidad Central	2007
COLOMBIA	Observatorio de	Observatorio de medios de la	2008

	medios	Universidad Francisco de Paula (Santander)	
ECUADOR	Ombudsman	Defensor del televidente del canal Ecuavisa	2008
COLOMBIA	Observatorio de medios	Observatorio de medios Universidad Autónoma de Bucaramanga y de la Corporación Universitaria Lasallista (Caldas)	2009

(Elaboración propia)

4. Análisis de la deontología de cinco países andinos

Dada la importante presencia de códigos éticos en cada país, optamos por hacer un estudio histórico y comparado de los mismos, para constatar la hipótesis enunciada: que el desarrollo del autocontrol en los países andinos evidencia el cambio de concepción de las libertades informativas.

El objeto de nuestro estudio fueron los códigos de ética de la prensa de los cinco países andinos seleccionados teniendo en cuenta tres criterios: que se refiriesen al campo periodístico o informativo, excluyendo aquellos códigos sobre la publicidad o sobre la televisión; que fueran de carácter nacional; y que procediesen de organizaciones profesionales. Obtuvimos 19 textos, lo que supone una recopilación exhaustiva y completa de la deontología de dichos países y un aporte importante para el estudio del autocontrol (tabla 2).

Tabla 2: Códigos éticos de Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile.

País	Código	Organización	Año
PERÚ	Código de Honor del Periodista	Federación de Periodistas del Perú	1950
PERÚ	Código de Ética	Colegio de Periodistas del Perú	1982
PERÚ	Carta de Ética Profesional	Asociación Nacional de Periodistas	1988
PERÚ	Código de Ética Profesional	Colegio de Periodistas del Perú	1993

PERÚ	Principios de Lima	Consejo de Prensa del Perú	2000
PERÚ	Código de Ética	Federación de Periodistas del Perú	2001
ECUADOR	Código de Ética Profesional del Periodista	Federación Nacional de Periodistas	1978
COLOMBIA	Código de Ética	Círculo de Periodistas de Antioquia	1970
COLOMBIA	Código Intergremial de Ética Periodística	Asociación Nacional Intergremial	1974
COLOMBIA	Código de Ética	Círculo de Periodistas de Bogotá	1990
COLOMBIA	Código de Ética	Círculo de Periodistas de Bogotá	2006
VENEZUELA	Modelo de Ética	Asociación Venezolana de Periodistas	1959
VENEZUELA	Código de Ética del Periodista Venezolano	Colegio Nacional de Periodistas	1976
VENEZUELA	Código de Ética del Periodista Venezolano	Colegio Nacional de Periodistas	1988
VENEZUELA	Código de Ética del Periodista Venezolano	Colegio Nacional de Periodistas	1997
CHILE	Carta de Ética Periodística	Colegio de Periodistas de Chile	1963
CHILE	Carta de Ética Periodística	Colegio de Periodistas de Chile	1968
CHILE	Código de Ética	Colegio de Periodistas de Chile	1994
CHILE	Código de Ética	Colegio de Periodistas de Chile	1999

(Elaboración propia)

La técnica de análisis fue el resumen interpretativo y la operativización de variables, de Lazarsfeld (2002: p. 87), que consiste en pasar gradualmente de conceptos o variables más abstractas a conceptos o variables más concretas. En nuestro caso, el concepto principal era que la forma de conjugar libertad y responsabilidad en la prensa es a través de la defensa del derecho a la información y de los mecanismos de autocontrol. Esta idea la descompusimos en cinco criterios o aspectos específicos, que son: 1) La misión del periodismo es servir al derecho a la información; 2) La condición para servir al derecho a la información es la libertad; 3) El deber fundamental del periodista es decir la verdad; 4) El límite es el respeto a la dignidad humana y 5) La garantía del autocontrol es la existencia de mecanismos que lo tutelen. Los cuatro primeros criterios están basados en los ejes en que Daniel Cornu (1994: pp. 65 y ss) estructura a los códigos y que, dependiendo del enfoque, expresan una determinada forma de concebir la profesión periodística y la información. Añadimos un quinto criterio de análisis referido a los mecanismos de autocontrol como garantía de la eficacia de los códigos. Según Manuel Núñez Encabo (1995: p. 262) redactor del Código Europeo de Deontología Periodística de 1993, no se puede hablar de deontología si no existen, además de códigos, algunos mecanismos y sanciones que exijan su cumplimiento. En coherencia con la perspectiva defendida en nuestra investigación, la existencia de alguna forma de aplicar y tutelar el cumplimiento de los códigos así como de establecer las sanciones morales correspondientes es, a nuestro juicio, una evidencia clara de que dichos códigos asumen el enfoque del autocontrol y del derecho a la información. Finalmente, de esos cinco criterios se desprendieron 22 subcriterios.

A partir del análisis histórico y comparado de dichos documentos constatamos cómo estos códigos son un catalizador de la nueva mentalidad sobre la libertad informativa, pues van incorporando con fuerza la importancia del derecho a la información como fundamento de la libertad de expresión y la necesidad del autocontrol ético. Y ello se va dando, claro está, en diálogo con el convulsivo contexto político y social de cada país. En este sentido, la mayoría de los últimos códigos son una reacción a los gobiernos o a las políticas antidemocráticas sufridas por estas naciones.

Por otro lado, la proliferación y evolución del contenido de los códigos corre en paralelo con la emergencia de nuevos mecanismos de autocontrol. Un caso sintomático es el de los Principios de Lima, de 2000, con una visión muy avanzada sobre el derecho a la información, surgido del seno del Consejo de la Prensa Peruana, ente que agrupa a los principales diarios peruanos y algún canal de televisión, los cuales voluntariamente se someten a la observación y a los veredictos éticos de un Tribunal de Ética.

5. Autocontrol y enseñanza universitaria de la ética periodística

El segundo eje de esta investigación consistió en demostrar que la enseñanza de la ética periodística está desempeñando un papel importante en la aparición y expansión de mecanismos de autocontrol, en todo lo cual el público tiene una función cada vez más esencial. Este planteamiento se apoya en tres evidencias, una inicial y otras que corroboramos posteriormente: primera, que la materia de ética periodística forma parte de casi la totalidad de los currículos universitarios de las cinco naciones como asignatura obligatoria; segunda, que hay una correlación entre el enfoque de las asignaturas de ética periodística y el grado de desarrollo del autocontrol en un país; tercera, que en estos cinco países andinos es donde se está dando el mayor auge y expansión del autocontrol en Latinoamérica, exceptuando Brasil que es el país pionero en el tema.

La investigación implicó dos acciones: en un primer momento, determinar el nivel de implantación de la materia de ética periodística en los currículos universitarios, trabajo que fundamentalmente fue a través de la web y, en algunos casos, contactando telefónica o personalmente a las universidades. En un segundo momento, analizar el enfoque y los contenidos de la materia de ética periodística. Esto lo hicimos de dos formas: aplicando una encuesta, a través de la web, a los profesores de ética periodística, o materias afines, de todas las universidades de los países seleccionados, y, por otra parte, recopilando y analizando los syllabus o programas académicos de dichos profesores. Por la interacción y rapidez que, en un principio, se pensaba que proporcionaría la web y el correo electrónico, se decidió trabajar con todo el universo de facultades y escuelas de comunicación (160 entre los cinco países), en un proceso largo en el que obtuvimos la siguiente información (tabla 3):

Tabla 3: Resumen del universo de universidades, profesores y syllabus analizados.

Universidades contactadas	Nº de Universidades que respondieron	Nº de Profesores que respondieron	Nº de Syllabus obtenidos
157/160 ¹⁸ 98%	111/151 ¹⁹ 74%	120	90/143 ²⁰ 63%

(Elaboración propia)

El abundante y valioso corpus documental obtenido consideramos que compensa sobradamente el esfuerzo y tiempo invertido (de enero 2007 a mayo 2008): la respuesta del 74% de los profesores de ética periodística de los cinco países (procedentes de 111 universidades de un total de 151 que disponen de la materia); y la recopilación del 63% de los syllabus (un total de 90 syllabus, entre los cinco países). Además, la metodología de análisis diseñada creemos que dota de importantes herramientas a los estudiosos del tema.

De los datos arrojados por la encuesta y del análisis de los 90 syllabus²¹, nos remitimos aquí, dado los límites espaciales de esta publicación, a los resultados que se refieren al nivel de implantación de la materia y al enfoque y contenidos de la misma. Estos tres aspectos, por otra parte, son evidencia suficiente de la orientación con que se está formando éticamente a los periodistas de la subregión y demuestra la clara contribución de la enseñanza de la ética al desarrollo del autocontrol, con los rasgos comunes que comparten los cinco países y las peculiaridades de cada uno.

5.1. Resultados de la encuesta a profesores de ética periodística

Sobre el nivel de implantación de la materia (tabla 4), casi la totalidad de los currículos universitarios la contemplan: el 97% en Ecuador; el 95% en Colombia; el 94 % en Perú, el 91% en Chile y el 80% en Venezuela, lo cual implica, en promedio, que el 91,4% de universidades imparten la materia, y de ellas, en el 98% de los casos la asignatura es obligatoria. Este dato habla por sí mismo pues evidencia la importancia que le conceden a la formación ética las universidades de nuestros cinco países en porcentajes muy similares, en menor medida Venezuela. Esto nos permite afirmar que la enseñanza universitaria puede convertirse en un importante espacio de autocontrol, como proceso a largo plazo. De este modo, si se aprovecha bien ese tiempo y contenido curricular, y se articula con el conjunto de la acción formativa, puede ser un medio muy eficaz de acompañamiento del futuro periodista en la permanente labor de hacerse con una recta conciencia moral.

Tabla 4: Nivel de implantación de la materia de ética periodística

País	% de Universidades con materia de ética periodística
Perú	94%

¹⁸ Facultades y Escuelas de Comunicación Social o Periodismo que fueron contactadas y que disponen de la materia de Ética Periodística o su equivalente (de un total de 160 facultades entre los cinco países). Todas ellas fueron contactadas numerosas veces por correo electrónico, por teléfono y personalmente, esto último sobre todo en Ecuador, Perú y Chile.

¹⁹ En el universo que se tuvo en cuenta para la aplicación de la encuesta, se incluyeron aquellas universidades que aunque no tienen la materia en su currículum imparten los contenidos en otras materias y aquellas que disponen de profesor especializado de la materia, pese a no impartirla aún por ser carrera nueva.

²⁰ En el análisis de los syllabus se excluyen del universo a aquellas universidades que no tienen la materia en su plan de estudios o que todavía no la imparten por ser una carrera de reciente creación.

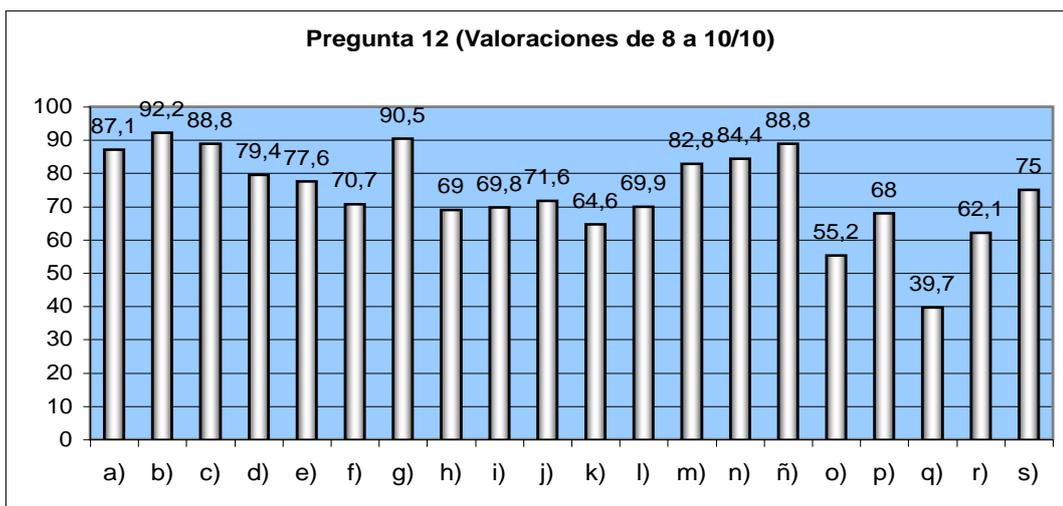
²¹ Hay que mencionar que en Perú, la aplicación de la encuesta y la recopilación de syllabus fue, en buena parte, realizada por la Dra. Rosa Zeta, de la Universidad de Piura. En Chile, fue de un importante apoyo el profesor Mario Urzúa, de la Universidad Católica Santísima Concepción.

Ecuador	97%
Colombia	95%
Venezuela	80%
Chile	91%
Total	91,4%

(Elaboración propia)

En cuanto a los contenidos de la materia (tabla 5), tanto en la encuesta como en el análisis de los syllabus se confirma que la perspectiva con que se imparte la ética periodística es la del derecho a la información y el autocontrol, que también hemos llamado la perspectiva de la responsabilidad de la prensa. La pregunta 12 era la que directamente aludía a ello y rezaba de esta manera: “En la enseñanza de la ética de la comunicación, ¿qué importancia le da a los siguientes temas? Por favor, valórelas del 1 (*nada importante*) al 10 (*muy importante*)”. Las alternativas eran: a) Libertad de expresión. Derechos y obstáculos de los periodistas en el ejercicio de su libertad; b) La responsabilidad de la prensa. Deberes de los periodistas y de los medios; c) Derecho del público a la información: el deber del periodista de informar; d) Códigos de ética periodística; e) Fuentes confidenciales y leyes protectoras. Secreto profesional; f) Conflicto de intereses: económicos (ratings de audiencia), empresariales, ideológicos, fama; g) La responsabilidad de los medios hacia la verdad y la exactitud; h) Marco jurídico (constitución y otras leyes) de protección del acceso a la información; i) Derechos de autor y propiedad intelectual. Plagio; j) Ética de la imagen: fotográfica, televisiva, publicitaria. Ética de la fotografía de prensa; k) Teoría ética: fundamentos de la ética, historia de la ética, principales corrientes; l) Corrección de errores y derecho de rectificación y de réplica. Defensor del lector (ombudsman) y otros mecanismos; m) Injurias, calumnias, difamación. El derecho al honor; n) El derecho a la vida privada de las personas; ñ) Relación de equilibrio entre libertad de expresión y responsabilidad; o) Preponderancia de la libertad de expresión sobre la responsabilidad; p) Preponderancia de la responsabilidad de la prensa sobre la libertad de expresión; q) Obscenidad y pornografía; r) Sensacionalismo o periodismo amarillo y s) Derecho a la protección de la infancia y la juventud frente a los medios de comunicación.

Tabla 5: Resultados de la pregunta 12 de la encuesta.



Agrupando los temas que fueron valorados entre 8 a 10 puntos (tabla 4), aparecen en primer y segundo lugar el b) ‘la responsabilidad de la prensa. Deberes de los periodistas y de los medios’ y el g) ‘la responsabilidad de la prensa con la verdad y la exactitud’, y en tercer lugar el tema c) ‘Derecho del público a la información: el deber del periodista de informar’ (88,8%). Esto coincide con los temas valorados con el máximo puntaje (10) que fueron igualmente el g) (74,4%) y el b) (72%), seguidos del a) ‘la libertad de expresión’ (69,3%) y del ñ) ‘la relación de equilibrio entre libertad y responsabilidad de la prensa’ (62%).

Hay un hecho relevante que parece contradecir la importancia que los docentes le conceden a la responsabilidad y a los deberes de los periodistas y es que el tema de los códigos (d) ocupó un octavo lugar (79,4%) y el de corrección de errores, rectificación, *ombudsman* y otros mecanismos (l) una 13ª. posición (69,9%). No obstante, esto indica que la materia de ética se dedica más a los fundamentos teóricos de la responsabilidad y del derecho a la información que al análisis detallado de los tipos de autocontrol.

Si nos referimos al enfoque con que los profesores desarrollan la asignatura de ética periodística, la pregunta 14 de la encuesta corrobora los resultados obtenidos en la 12. Su formulación era la siguiente: ¿Cuál es el enfoque con el que cree Ud. que se debe impartir la Ética Periodística? (elija solo uno): a) Más bien desde la importancia de la libertad de expresión y de información, frente a los límites que impiden al periodista informar con verdad y objetividad; b) Más bien desde la responsabilidad que tienen los periodistas para atender al derecho fundamental de toda persona a conocer la verdad y a ser informado con objetividad; c) Desde las normas deontológicas y los sistemas de autorregulación implantados en el país; y d) Otro enfoque (especifique cuál).

Una gran mayoría de docentes, el 71%, se decantó por la perspectiva de la responsabilidad y del derecho a la información, frente a un 20% que prefirió la perspectiva de la defensa de la libertad de expresión. Que solo un 5% escogiese como enfoque el análisis de las normas deontológicas y de los sistemas de autorregulación refleja lo que acabamos de subrayar acerca de que los profesores prefieren analizar y profundizar los fundamentos teóricos de la responsabilidad de la prensa.

5.2. Resultados del análisis de los syllabus de ética periodística

Por otro lado, a través del minucioso análisis de los 90 syllabus o programas de ética periodística se constató que éstos también contemplan ampliamente el enfoque del derecho a la información, el autocontrol y la responsabilidad. El estudio consistió en analizar cada programa a la luz de dicha perspectiva, que previamente fue desglosada en una matriz de cinco criterios y 22 subcriterios, según la misma metodología empleada para analizar los códigos éticos. La tabla siguiente resume los resultados del análisis (tabla 6):

Tabla 6: Presencia en los syllabus de los cinco criterios éticos.

Criterios del enfoque de la responsabilidad de la prensa, derecho a la información y autocontrol	Porcentaje (promedio de los cinco países)
1: La misión del periodismo es servir al Derecho a la Información (DI)	45 %
2: La condición para verificar el DI es la libertad (libertad al servicio del DI, libertad responsable, independencia)	92 %
3: El deber fundamental del periodista es decir la verdad	63 %
4: El límite fundamental del DI es la persona	70 %
5: Existencia de mecanismos de autocontrol (como garantía para la eficacia del autocontrol)	84 %

(Elaboración propia)

Aunque a primera vista el tema del Derecho a la Información y la expresión literal ‘derecho a la información del público’ parece el menos tratado de los cinco criterios, el sentido del mismo se desarrolla con amplitud en los otros criterios a través de algunos temas recurrentes de los syllabus: la persona humana y su dignidad; la libertad limitada por esta dignidad y por el bien común, la relación libertad-responsabilidad, y la necesidad del autocontrol. Prueba de ello es que el tema del autocontrol esté presente en el 84 % de los syllabus y el tema de una libertad responsable en el 92%.

6. Autocontrol, sociedad civil y democracia

El nivel de inserción y la perspectiva con que se enseña la ética periodística en estos países, según se ha visto en los epígrafes anteriores, guarda relación con un fenómeno en plena ebullición de modo especial en la región andina como es la aparición y diversificación, sobre todo desde los 90, de formas alternativas de autocontrol que cuentan con la participación del público, como son el defensor del lector o del televidente, los observatorios de medios y las veedurías ciudadanas, y las iniciativas de asociaciones de lectores y radiotelespectadores. Hay que destacar importantes iniciativas como la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social en Perú; el continuo desarrollo de observatorios de medios en universidades colombianas; el Observatorio de Medios del Ecuador; el Observatorio Global de Medios, Capítulo Venezuela; la reciente constitución en Lima de la Red Latinoamericana de Observatorios de Medios, que incluye observatorios de Chile y Perú, entre otros países; el funcionamiento de defensorías del lector y del televidente en Colombia y Ecuador.

Pero las implicaciones de estos hechos van mucho más allá: estos mecanismos alternativos de autocontrol, en los que el público es el vigilante y auditor del ejercicio ético de los medios, están propiciando nuevos espacios de construcción de ciudadanía en los países andinos y demostrando que la información es una dimensión vital para fortalecer la sociedad civil, la cual cada vez es más crítica y consciente de sus derechos. Lo que están poniendo en juego dichos mecanismos, por tanto, es el desarrollo de una ciudadanía

mediática, ya no una masa consumidora sino un público ciudadano, consciente de sus derechos y cada vez con mayor formación y estímulo para utilizar las herramientas que los nuevos tiempos les ponen a su alcance. Es lo que Ramonet (en Travesedo, 2007: p. 235) llama “quinto poder”, que protege a la sociedad de los abusos de los medios, defiende la información como bien público y reivindica el derecho a saber y a dar a conocer de todo ciudadano.

7. Conclusiones

Podemos ordenar los resultados de esta investigación en tres conclusiones generales. La primera, que los países andinos estudiados: Perú, Ecuador, Colombia, Chile y Venezuela cuentan con un significativo desarrollo de los mecanismos de autocontrol ético de la prensa, empezando por los tradicionales como los códigos éticos y siguiendo por los más recientes como el defensor del lector y los tribunales de ética, o por los alternativos como los observatorios de medios y las veedurías ciudadanas. Esto nos parece importante porque supone la presencia progresiva de la perspectiva del derecho a la información y la responsabilidad social de la prensa, desarrollado a partir de 1948, una de cuyas consecuencias importantes es la necesidad del autocontrol de los medios.

En segundo lugar, existe una fructífera interrelación entre la enseñanza de la ética y el desarrollo del autocontrol en la región. El 91,4% de escuelas y facultades de comunicación de los cinco países contemplan la asignatura en sus planes de estudio y analizan tanto los fundamentos teóricos del autocontrol como sus principales mecanismos. Esto es una manera de promover dichos mecanismos entre los futuros periodistas y de crear una cultura de la responsabilidad que pueda ser un paso en la transformación de las prácticas comunicativas. Además, por su carácter de ciencia práctica, la ética se propone contribuir a formar la conciencia profesional de los futuros periodistas, que es, en último término, la instancia donde éstos se juegan las decisiones diarias y a través de las cuales se van forjando un determinado *ethos* o carácter moral profesional. Aquí radica, a nuestro parecer, la eficacia de la enseñanza de la ética periodística pues, de algún modo, garantiza el funcionamiento de los diversos modos de autocontrol, que presuponen la rectitud e integridad del periodista. Sin profesionales convencidos de la necesidad ética de equilibrar su libertad con la responsabilidad contraída con el público, los mecanismos de autocontrol no serían más que declaraciones de buenas intenciones o meras estrategias de marketing, llamados a desaparecer más tarde o más temprano.

Dado todo lo anterior y que, a la vista de su implantación, la enseñanza de la ética es sentida como una necesidad para la formación de periodistas, es obligación de las facultades y escuelas de Periodismo no solo mantener ese espacio académico, sino fortalecerlo. Sin ignorar que la formación ética no se reduce a los límites de unos créditos académicos sino que debe ser una dimensión esencial de todo el plan de estudios, creemos que el campo específico de la asignatura de ética periodística es el espacio privilegiado para ello.

En tercer lugar, los modos de autocontrol se están vinculando a un fenómeno esperanzador y desafiante en la región andina: el nacimiento de una sociedad civil cada vez más madura y que reclama vías para su participación, sobre todo en los procesos de comunicación. Esto indica la creciente sensibilidad de las audiencias con sus derechos y de la comprensión de que actualmente los espacios de comunicación, tanto de los medios tradicionales como de los comunitarios, así como los propiciados por las TIC's, son los escenarios privilegiados para construir lo que se está denominando como esfera pública comunicativa de la democracia. Para lograrlo, es una exigencia la cooperación entre todos: ciudadanía, medios públicos y privados, periodistas y academia. Una forma muy concreta

de articular este trabajo conjunto son precisamente los mecanismos de autocontrol, como modo idóneo de participación del público y generadores de una ciudadanía mediática activa.

Bibliografía

ALBARRÁN DE ALBA, Gerardo (2002) *Mecanismos de autorregulación. Un estudio comparado sobre la ética periodística en Latinoamérica*. Universidad de Occidente. [Tesis Doctoral]

AZNAR, H. (1999b) *Ética y periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Paidós. Barcelona.

BARROSO ASENJO, Porfirio (1984) *Códigos deontológicos de los medios de comunicación. Prensa, Radio, Televisión, Cine, Publicidad y Relaciones Públicas*. Ediciones Paulinas/Editorial Verbo Divino. Madrid.

BEL MALLÉN, J.I. (1991) “Autocontrol” en Ángel Benito (coord) *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Ediciones Paulinas. Madrid.

BERTRAND, C-J. (1999) *L'arsenal de la démocratie. Médias, déontologie et M*A*R*S*. Economica. Paris.

BOUDON, R. y otros (2002) *Metodología de las ciencias sociales. Vol. 1 Conceptos e índices*. Ed. Laia. Barcelona. Citado en SIERRA BRAVO, Restituto (2002) *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*. Thomson. Madrid.

CASTELLANOS DÍAZ, J. (2010) “Los observatorios de medios: bastiones de la investigación mediática”, en *Razón y Palabra*, Núm. 73 (agosto-octubre 2010). Disponible en:
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N73/Varia73/23Castellanos_V73.pdf

CEBRIÁN, J.L (2003) *Cartas a un joven periodista y un epílogo para adolescentes*, Aguilar, citado por FREUNDT-THURNE, U. (2006) “La autorregulación: precisiones, presiones y posibilidades”, en *Calandria y Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social* (2006). Lima.

CIESPAL (1990) *Códigos de ética de los periodistas*. Cuadernos Chasqui No. 10, CIESPAL. Quito.

CORNU, Daniel (1994) *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information*. Labor et Fides. Genève.

DESANTES GUANTER, J.M. (1973) *El autocontrol de la actividad informativa*. Cuadernos para el Diálogo. Madrid.

GONZÁLEZ PORTELA, M.L. (2008) *Libertad y responsabilidad de la prensa en el autocontrol y la enseñanza de la ética de cinco países andinos*. Universidad Complutense de Madrid. [tesis doctoral] Publicada en:
<http://eprints.ucm.es/9411/1/T30820.pdf>.

HERRÁN, María Teresa y RESTREPO, Javier Darío (1992) *Ética para periodistas*. Tercer Mundo Editores. Bogotá.

- HERRERA DAMAS, Susana (2005) “Retrato de diez rasgos de los observatorios de medios en América Latina”, en *Sala de Prensa*, núm. 84, Año VII, Vol. 3, <http://www.saladeprensa.org/art638.htm#18>, consulta: 9-2-08.
- LÓPEZ TALAVERA, María del Mar (1998) *Fundamentos éticos de la prensa en América Latina*. Universidad Complutense de Madrid. [Tesis Doctoral].
- NÚÑEZ ENCABO, M. (1995) “Código europeo de Deontología del Periodismo (Consejo de Europa)”, en Bonete Perales, Enrique (coord.) *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*. Tecnos. Madrid.
- PAUWELS, F. (2010) “Defensores del público en la prensa latinoamericana: un trabajo complejo que busca consolidarse”, en ONO. Disponible en: <http://newsombudsmen.org/articles/articles-about-ombudsmen/defensores-del-publico-en-la-prensa-latinoamericana-un-trabajo-complejo-que-busca-consolidarse>. Consulta: 15-2-2011.
- REY, G. (1997) “Política y medios de comunicación. Ordenamientos regulatorios y libertades civiles”, en Friedrich Ebert Stiftung (1997) *Mecanismos de Regulación de los Medios de Comunicación. Experiencias Latinoamericanas*. Proyecto Latinoamericano para medios de comunicación. Quito.
- SENADO (1996) *Informe de la Comisión Especial sobre contenidos televisivos*. Servicio de Publicaciones de la Secretaría General del Senado. Madrid.
- SORIA, C. (1991a) “Derecho a la Información”, en Ángel Benito (coord.) *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Ediciones Paulinas. Madrid.
- SUÁREZ VILLEGAS, J.C. (1999) *Medios de comunicación y autocontrol. Entre la ética y el derecho*. Editorial MAD. Alcalá de Guadaíra.
- TRAVESEDO DE CASTILLA, C. (2007) “Observatorios de medios” en Bernardo Díaz Nosty (dir.) *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano. Tendencias 2007*. Fundación Telefónica/Ariel. Madrid/Barcelona.
- VEEDURÍA CIUDADANA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL Sección “Campañas. Balanza mediática que va y viene”: <http://www.veeduria.org.pe/campanas.htm>. Consulta: 9-2-08.
- ZETA DE POZO, Rosa y HERRERA DAMAS, Susana (2005) “Situación del ombudsman en Latinoamérica”, en *Sala de Prensa*, N.º. 76, Año VI, Vol. 3, <http://www.saladeprensa.org/art587.htm>, consulta: 5-2-08.