



MÁS ALLÁ DEL CAPITALISMO INFORMATIVO.

*La información pertenece
al público¹*

Carlos Soria

1. ¿A quién pertenece la Información?

¿Qué ha hecho evolucionar históricamente la Información? ¿Han sido los cambios en la organización política y social? ¿El desarrollo del comercio y la vida económica? ¿El progreso tecnológico? ¿La mejora en la formación de los empresarios y periodistas? Todo ha tenido, sin duda, su importancia. Pero han sido especialmente decisivas las revoluciones —unas pacíficas, otras traumáticas— que han hecho emerger nuevos actores de la Información o han repartido de otro modo el poder y la responsabilidad de informar.

La galaxia Gutenberg como la galaxia videomática —en expresión de Claire Ancelin²— son esencialmente humanas, no simples conjunciones tecnológicas. Por esta razón, tiene pleno sentido el grito de rebeldía de Ithiel de Sola Pool cuando mantiene que los ordenadores, los teléfonos, la radio y televisión, los satélites —como antes la imprenta— son tecnologías de libertad³. Las transformaciones más relevantes en el ámbito de

1. Lección inaugural del curso 1987-1988 de la Universidad de Navarra.

2. C. ANCELIN, *Télécommunications et jeux de pouvoir*, en el libro *La fin des habitudes*, París, 1985, págs. 296-301.

3. I. DE SOLA POOL, *Technologies of Freedom*, Harvard University Press, Cambridge y Londres, 1983, pág. 226.

la Información han tenido que ver con una interrogación humana permanente: ¿a quién pertenece la Información?

La búsqueda de una verdadera respuesta a esta pregunta es, en síntesis, la historia de la Información —el pasado—, pero también el presente y el futuro. ¿A quién pertenece la Información? Primero fue del Poder Real; luego, de la empresa informativa; más tarde, de los periodistas; y ahora mismo, del público.

Estas cuatro etapas —como todos los procesos históricos— no presentan bordes nítidos, ni suponen un avance lineal, progresivo y sin retrocesos. Por el contrario, son etapas que conviven, se agostan, reverdecen o, incluso, surgen por una causa imprevista pero explicable. Como las amapolas... Los campos de los Países Bajos se tapizaron de rojo, de amapolas, durante la primera guerra mundial, cuando aquellos laberintos de trincheras y las profundas heridas de las explosiones dejaron al descubierto el suelo y las semillas de amapolas que llevaban decenios enterradas⁴.

2. *La Información, una marca más de la soberanía regia*

El 30 de mayo de 1631 aparece el primer periódico francés —La Gazette—, fundado por Renaudot. Y en torno a esta fecha harán su aparición los primeros periódicos en Inglaterra, España, Italia y Alemania.

El nacimiento de la prensa periódica se produce, pues, en el tiempo histórico del desarrollo y apogeo de la doctrina monárquica absolutista. En la persona del Rey estaba residenciada la soberanía de forma máxima, única y exclusiva. La lógica social y política de aquellos momentos generó la integración de los nacientes medios informativos en el poder Real, algo así como una marca más de su soberanía regia.

Editar una publicación requería Licencia Real. La Licencia era, en términos jurídicos, un privilegio otorgado discrecionalmente por el Rey. El titular de una Licencia asumía, en consecuencia, una situación de *cuasi* monopolio.

4. M. CHINERY, *El naturalista en el jardín*, Madrid, 1986, págs. 68-69.



Todos estos hechos daban una cobertura legitimadora al control político de la publicación, la censura previa, la orientación de la prensa desde las instancias del Poder, o el repliegue de las principales fuentes informativas a los círculos de la política oficial.

Lo sorprendente de esta concepción —característica del Antiguo régimen de prensa— es que, lejos de extinguirse, ha renacido y rebrota en numerosos momentos de la historia contemporánea. Emerge siempre que se considera la prensa, la radio, el cine, la televisión o los nuevos medios como tareas originariamente estatales. Si se confían a los ciudadanos —advertirá esta mentalidad estatalista—, es sólo en virtud de una decisión político-administrativa que discrecionalmente fije el grado de autonomía o de control que han de tener empresas y medios informativos. En última instancia, todo antiguo régimen de prensa —con antigüedad histórica o antigüedad ideológica— se mueve en un clima de intervención, niega la libertad de organización informativa, mantiene una concepción puramente política de la empresa y considera la Información como un servicio público o semipúblico⁵.

Pero esta lección histórica también la han asimilado los informadores. Los periodistas saben que el Poder político practica siempre el mismo juego: para tener el control de la gente hay que tener el control de la información. Piensa, por ejemplo, Bagdikian que «los líderes de la democracia, al igual que los brujos, los reyes o los dictadores (...) ponen la misma ambición en el control de la información que en el de las fuerzas armadas»⁶. Watergate, Vietnam o el Irangate recuerdan periódicamente al periodismo que el Gobierno miente o retiene información. Pero también estas experiencias enseñan a ser menos dependientes de las fuentes oficiales⁷.

5. F. CONESA, *La libertad de la empresa periodística*, Pamplona, 1978, págs. 107-114.

6. B. H. BAGDIKIAN, *The Media Monopoly*, Boston, 1983, pág. XIV. Existe una versión castellana de este libro con el título de *El monopolio de los medios de difusión*, México, 1986.

7. L. CANNON, *Reporting: An Inside View*, California Journal Press, 1977, pág. 292.

3. *La etapa empresarialista de la Información*

Un momento de singular importancia para la Información se produce a finales del siglo XVIII, de la mano de las revoluciones atlánticas. Va a eclipsarse —de momento— el Antiguo régimen de prensa y surge el entendimiento de la Información como una libertad. Mejor aún: el entendimiento liberal de la Información.

La prensa deja entonces de ser un puro privilegio; pierde el carácter de otorgamiento gracioso y salta en pedazos la justificación de la censura previa. Enarbolando la libertad de prensa, los medios informativos intentarán roturar un campo de independencia frente al Poder, un pedazo de tierra donde pueda crecer —espontáneamente— la libertad. Se postula el abstencionismo estatal, y la libertad es entendida —en expresión de Albert— como «laissez-faire, laissez-dire»⁸.

El liberalismo político rescataba del Estado —por decirlo así— la libertad de empresa, la libertad de prensa, la libertad de profesión y —en el plano supranacional— la libertad de comercio.

El liberalismo económico descansaba también en el valor absoluto atribuido a la libertad. Como ha puesto de manifiesto Redondo Gálvez, aceptar como valor absoluto la libertad explica suficientemente que ni la ética ni la justicia tuvieran cabida en la economía. Lo contrario hubiera sido aceptar una norma común a todos y superior a la libertad. El bienestar individual —fin absoluto de la economía en el planteamiento liberal— terminaría engendrando por sí mismo —ésa era la esperanza— el bien común⁹.

Dos referencias históricas más enmarcan el desencadenamiento de esta etapa de la Información. Hacia 1870 se inicia la segunda revolución industrial, la revolución del acero, la electricidad, el petróleo y la química. Por otro lado, el liberalismo económico se convierte en capitalista: «cuando la búsqueda de

8. P. ALBERT, *1881-1981, Le passé et le présent de la liberté de la Presse*, en «Presse Actualité», 154, 1981, pág. 23.

9. G. REDONDO GÁLVEZ, *Historia Universal*, XIII, Pamplona, 1984, págs. 40-41.



capital se convirtió en un fin, el liberalismo económico se encontró en su seno con el capitalismo»¹⁰.

En este marco de referencia, hay que situar lo que se ha denominado entre nosotros la etapa empresarista de la Información¹¹. Se llega al umbral de esta etapa a través de un reduccionismo progresivo operado a lo largo de un siglo. La libertad de prensa será insensiblemente libertad *para la prensa*; a su vez, esta libertad para la prensa se entenderá reductivamente como *libertad de constitución de empresas* de prensa; y finalmente la libertad para la empresa únicamente querrá decir libertad *para el empresario*, es decir, para la persona que rige y controla la organización informativa.

Las consecuencias de la etapa empresarista en su formulación histórica como capitalismo informativo, han sido patentes.

La dialéctica informativa se concibe como una relación estricta entre el poder político-administrativo y el empresario. Únicamente ellos son los agentes de la actividad informativa.

La empresa informativa aceptará sin reservas, o con reservas simplemente tácticas, la regla áurea de que toda empresa se organiza para el lucro. La aceptación incondicional de esta regla lleva a considerar que la actividad informativa no se diferencia sustancialmente de cualquier otra actividad industrial, comercial, o de servicios. La información —comenta Xifra— se confunde entonces con una mercancía¹², es otra mercancía, sin rasgos específicos diferenciadores. El público es puramente un consumidor. La empresa de información se rige de acuerdo con las simples leyes del mercado; y el empresario asume voluntariamente el oficio —en frase de Nieto— de «mercader de noticias»¹³. Bagdikian ha puesto de relieve, en nuestros días, cómo una buena parte de los medios de comunicación norteamericanos son, para sus propietarios, «meras inversiones de capital»,

10. *Ibidem*, pág. 41.

11. En la exposición de la etapa empresarista soy tributario de las ideas desarrolladas por J. M^a. DESANTES GUANTER, *La cláusula de conciencia desde la perspectiva profesional*, en el libro *La cláusula de conciencia*, Pamplona, 1978, págs. 120-124.

12. J. XIFRA, *La información. Análisis de una libertad frustrada*, Barcelona, 1972, pág. 22.

13. A. NIETO, *Cartas a un empresario de la información*, Pamplona, 1987, pág. 12.

sometidas a múltiples presiones, «cuyo objeto no es otro que el aumento máximo de beneficios»¹⁴.

En el capitalismo informativo, en fin, se identifica la condición de propietario del capital, con la noción misma de empresa. La empresa —se dirá— es el empresario y nada más que el empresario. Las implicaciones de este planteamiento han sido nítidamente descritas por Desantes. El propietario del capital es el titular absoluto del poder de informar. Igual da que el propietario sea público o privado. El propietario del capital, en todo caso, determina lo que es información y la información que se difunde. «El director, editor responsable o la figura equivalente (...) no hace sino actuar como cabeza visible de un poder a veces críptico y asumir la responsabilidad de unas decisiones que no toma. Los redactores, o los informadores, ni eso»¹⁵. La relación jurídica que nace del contrato de trabajo se considera inespecífica, y permite deducir la degradante idea de que los hombres son simples medios dentro de la organización empresarial.

Nada refleja con tanta exactitud los planteamientos que nutren la etapa empresarista, como las palabras de William P. Hamilton, editor en torno a 1908 de *Wall Street Journal*: «un diario —dirá Hamilton— es una empresa privada que no debe absolutamente nada a un público que no tiene sobre ella ningún derecho. Es propiedad exclusiva de su dueño, que vende un producto manufacturado por su cuenta y riesgo»¹⁶.

4. *Revisiones críticas*

Pero el peso de la realidad de las cosas impondrá notables rectificaciones en la etapa empresarista de la Información. Aunque «la razón tecnocrática es una razón de medios que expulsa la cuestión del sentido del hombre a las tinieblas exteriores de la irracionalidad»¹⁷, sólo la atenta consideración de los fines permite lograr la armonía entre ética y técnica, entre personas y cosas, entre el espíritu y la materia.

14. B. H. BAGDIKIAN, *ob. cit.*, pág. 201.

15. J. M^a. DESANTES GUANTER, *ob. cit.*, pág. 123.

16. Citado por L. CANNON, *ob. cit.*, pág. 76.

17. A. LLANO, *El futuro de la libertad*, Pamplona, 1985, pág. 98.



Entró en crisis —como ha puesto de manifiesto Ollero— la idea de que los derechos son campos de arbitrariedad tolerados, cotos de aprovechamiento exclusivo, espacios más o menos amplios para el uso y el abuso del derecho¹⁸. Las revisiones críticas afectarán también de lleno al derecho de propiedad, entendido hasta entonces —demasiadas veces— como un derecho resumen de todos los derechos, carente de dimensión directa social.

El planteamiento liberal de la Información era criticado abiertamente, no sólo desde posiciones marxistas o colectivistas, sino también desde posiciones comprometidas con la persona humana y su radical libertad. Para Kayser, por ejemplo, la libertad liberal de prensa era ya una libertad muerta: lo que se había anunciado como libertad de todos, estaba convertido en el privilegio de algunos¹⁹. Xifra habla de una libertad frustrada²⁰. Clause ha sostenido que la libertad, como un valor absoluto, no es una panacea²¹. Jean-Louis Servan-Schreiber critica la libertad liberal a partir de las apreciaciones del sentido común de los ciudadanos²². Para Voyenne, «el liberalismo ha llegado a ser una mentira y no puede ser más que una mentira»²³. Desantes, a su vez, mantendrá que el liberalismo ha llevado a la estenosis de la libertad por su consustancial individualismo: «un sistema de fuerzas dejado a su libre juego cinético habría de dar como resultante la prevalencia sobre el débil»²⁴.

Pues bien: en medio de los síntomas de agotamiento del planteamiento liberal de la Información —del que había vivido en buena parte la etapa empresarista— hará acto de presencia la etapa profesionalista de la Información. Con ella, en síntesis, se pondrá de manifiesto todo el valor que hay que conceder a

18. A. OLLERO, *Para una teoría «jurídica» de los derechos humanos*, en «Revista de Estudios Políticos», 35, 1983, pág. 106.

19. J. KAYSER, *Mort d'une liberté*, París, 1965, págs. 7 y ss.

20. Este es el subtítulo de su libro *La información. Análisis de una libertad frustrada*, Barcelona 1972.

21. R. CLAUSE, *Les nouvelles*, Bruselas, 1963, pág. 15.

22. J. L. SERVAN-SCHREIBER, *Le pouvoir d'informer*, París, 1972, pág. 369.

23. B. VOYENNE, *Le droit à l'information*, París, 1970, pág. 71.

24. J. M^a. DESANTES GUANTER, *La información como derecho*, Madrid, 1974, pág. 26.

los que no son titulares del capital económico, pero sí lo son del capital intelectual y humano, que existe y se condensa en las redacciones de los medios informativos.

5. *La primera formulación del concepto de profesión periodística*

Hasta finales del siglo XIX los periódicos eran un subgénero literario y los periodistas —según decía Fouillée— meros adornos subordinados²⁵. Lo importante de los periódicos —recuerda a este propósito Vigil Vázquez— era *el fondo*, o el artículo de Don Fulano; lo demás, relleno²⁶. Y a los periódicos se acercaban entonces —y ahora— políticos, intelectuales, escritores. Los periódicos eran también —al menos en Estados Unidos— «la tierra de promisión que atraía a los muchachos tímidos y curiosos de los pueblos que querían hacerse un nombre»²⁷. Pero eran los escritores, en todo caso, los que tenían importancia en la publicación. Y los escritores «no necesitaban, pues, aprender el periodismo, como no fuera adiestrarse, con la práctica, a valerse del periodismo»²⁸.

Resulta verdaderamente sintomático que, en la primera edición del Diccionario francés de profesiones, de 1851, no se describa la actividad periodística; y que, en su segunda edición de 1880, el periodismo siga sin definirse como profesión y únicamente se presente como una actividad cualitativamente confundida con la de escritor²⁹.

A finales del siglo XIX la situación, sin embargo, comenzaba a evolucionar. En España, por ejemplo, en 1887, Fernando Araujo inaugura en Salamanca un primer curso para la formación de periodistas³⁰. En 1895, se funda la Asociación de

25. Citado por C. MOLINERO, *La intervención del Estado en la Prensa*, Barcelona, 1971, pág. 200.

26. M. VIGIL VÁZQUEZ, *El oficio de periodista*, Barcelona, 1972, pág. 20.

27. L. CANNON, *ob. cit.*, pág. 12.

28. M. VIGIL VÁZQUEZ, *ob. cit.*, pág. 20.

29. J. M^a. DESANTES GUANTER, *La profesión periodística en la Ley de Prensa*, en «Revista española de la Opinión Pública», 29, 1972, edición separada, pág. 23.

30. J. ALTABELLA, *Breves notas para una historia de la formación del periodista en España*, en «AEDE», 2, 1979, pág. 34.



la Prensa de Madrid; y, en 1897, el Diccionario de la Real Academia Española formula una de las primeras definiciones de periodista, que se conoce, al describirlo como el «compositor, autor o director de un periódico».

Entre finales del siglo XIX y el segundo tercio del siglo XX, en efecto, surgirá la primera formulación del concepto de profesión periodística, con la ayuda de tres factores determinantes, de carácter técnico, jurídico, y político.

El factor técnico fue el nacimiento de la empresa periodística, con la complejidad intelectual, organizativa y financiera que hoy la caracteriza. La aparición de la empresa periodística hizo evolucionar el sentido que hasta entonces tenía el trabajo de los periodistas. No es extraño que así fuera. Tiene razón Braun cuando sostiene que «cada cambio tecnológico requiere un cambio en las cualificaciones profesionales y, por tanto, abre una nueva fase en la lucha por la distribución de funciones y del poder»³¹.

El factor jurídico fue la atención, cada vez más intensa, que el Derecho vuelve a prestar al trabajo humano y a las actividades profesionales. La Revolución francesa había quebrado la tradición medieval y moderna de un verdadero Derecho de las profesiones, articulado en los Estatutos gremiales³². La pretensión revolucionaria de la igualdad ante la ley, oscureció la realidad de las diferencias familiares y profesionales de los hombres. Quedó en penumbra el valor y la trascendencia del trabajo humano y el Derecho Civil se hace eco de este reduccionismo inscribiendo al hombre en un esquema propietario: como si el hombre sólo tuviera la alternativa de ser propietario o estar ocioso³³. Tal simplificación no resistirá la fuerza de la vida, y el Derecho volverá a reconocer —como ha señalado Desantes— que la profesión es una circunstancia determinante del *status* jurídico del ciudadano³⁴.

El factor político que coadyuva a la configuración de la

31. E. BRAUN, *Tecnología rebelde*, Madrid, 1986, pág. 104.

32. Sigo a J. M^a. DESANTES GUANTER, *La profesión periodística en la Ley de Prensa*, cit., págs. 25 y 26.

33. J. M. LELOUP, *Le journal, les journalistes et le droit d'auteur*, Paris, 1962, pág. 13.

34. *Ob. cit.*, pág. 26.

profesión periodística, vino de la mano de los fascismos europeos. La tendencia fascista a la intervención autoritaria quiso buscar una vía diferente al simple control previo o posterior de la actividad informativa. Se planteó así el control de la causa eficiente misma, es decir, de los informadores profesionales. La Administración pública decidió intervenir en la legitimación de los periodistas. Y así la profesión periodística pasó de ejercitarse libremente a tener que cumplir determinados requisitos, el principal entre ellos, la notoriedad³⁵. La notoriedad jurídica de los periodistas trajo consigo, a juicio de Beneyto, una consecuencia de relieve: los periodistas dejaron de ser ciudadanos que expresaban sus opiniones y se convierten en profesionales que informan a sus conciudadanos³⁶.

En resumen: el desarrollo técnico de las empresas periodísticas, la tendencia jurídica a ocuparse de las profesiones, y la política informativa de los fascismos europeos, confluyen y dan vida a los primeros Estatutos profesionales de los periodistas. De esta forma, el periodista no es principalmente aquel que escribe en un periódico —como se mantenía a finales del siglo XIX— sino el que reúne los requisitos previstos en su Estatuto profesional.

Bien es verdad que todavía en 1920 el humorista Georges de la Fourchadière podía decir irónicamente que había en el mundo dos actividades que no requerían preparación alguna: la actividad de los banqueros que... —decía— juegan con el dinero de los demás; y la actividad de los periodistas que... juegan con el honor y la honra de sus conciudadanos³⁷. De todos modos, suele aceptarse —de acuerdo con Hohenberg— que la profesionalización del periodismo comienza hacia 1920 en Estados Unidos³⁸ y, en Europa, a lo largo del periodo de entreguerras.

35. J. M^a. DESANTES GUANTER, *ob. cit.*, págs. 24 y 27.

36. J. BENEYTO, *L'organisation du journalisme en Espagne*, Comunicación a la VII Asamblea General de la AIERI, Constanza, 1970.

37. Cit. por R. CLAUSSE, *L'information à la recherche d'un statut*, Bruselas, 1951, pág. 73.

38. J. HOHENBERG, *El periodista profesional*, México, 1962, págs. 17 y ss.



6. La etapa profesionalista de la Información

La dialéctica bipolar entre el poder político y el empresario, tan característica de la etapa empresarista, se sustituye o amplía por una relación en la que también están presentes los informadores profesionales.

Lo más relevante, sin embargo, de la nueva etapa profesionalista de la Información es la progresiva toma de conciencia de los informadores sobre el sentido de su trabajo en el ámbito empresarial y en el ámbito público.

Aunque en la mayoría de las ocasiones presten su trabajo por cuenta ajena y dentro de una organización, la profesión periodística se vio siempre a sí misma como una profesión liberal³⁹. Su actividad es predominantemente inmaterial, espiritual y simbólica. Moviliza no sólo hábitos intelectuales sino también morales. Es una actividad de mediación social que, por su propia naturaleza, reclama —en síntesis— independencia y libertad.

Las ideas que alumbran la etapa profesionalista de la Información se proyectarán en múltiples direcciones. Aparecen los primeros Códigos deontológicos de los periodistas, que irán configurando el deber profesional de informar. Se formula la teoría de la cláusula de conciencia como salvaguardia de la dignidad profesional, la libertad ideológica y el deber de fidelidad de los periodistas a su empresa y al público. El contrato de trabajo informativo comienza a regularse específicamente. Se subrayan las dimensiones morales del derecho de autor de los periodistas. Se desencadena el fenómeno de las sociedades de redactores. Se crean, en fin, los Consejos de Prensa para neutralizar las intervenciones legislativas, fortalecer la aplicación de los Códigos deontológicos y reforzar la credibilidad de los medios informativos⁴⁰.

Es lógico que todo este amplio movimiento introdujera numerosas modulaciones en los planteamientos empresaristas de la Información.

De la empresa informativa constituida, con más o menos

39. C. SORIA, *El director de periódicos*, Pamplona, 1972; y E. DE AGUI-NAGA, *Periodismo, Profesión*, Madrid, 1980, especialmente págs. 131-171.

40. J. A. GINER, *La crisis de credibilidad de los informadores*, en el volumen *Prensa, paz, violencia y terrorismo*, Pamplona, 1987, págs. 79-128.

matices, *para* el lucro, se pasará a considerar la actividad informativa organizada como una actividad de mediación pública. Un editor no puede actuar con los mismos principios que un fabricante de zapatos⁴¹. Comienza a abrirse paso, en consecuencia, la idea de que el fin jurídico de la empresa informativa no es la articulación del ánimo de lucro, sino la materialización del *animus difundendi*, de una forma constante, organizada y profesional.

De la información entendida como una mercancía, mentefacturada según las leyes del mercado, comenzará a difundirse la convicción de que los mensajes informativos nunca lo son simplemente porque procedan de los informadores o se difundan a través de un medio informativo. Ni existe espacio ético para defender —como lo hacía Josiah M. Ward, director del *Denver Republican*, en los primeros años de la década de los veinte— que «para conseguir una noticia, puedes matar, robar, incendiar, defraudar, mentir...»⁴²; ni resulta posible mantener por más tiempo que la información sea un puro nombre, vacío de contenido, sin elementos determinantes. Por el contrario, se abre paso la idea de que sólo tiene sentido hablar de información si los mensajes reúnen determinados elementos constitutivos —inexcusables— que pueden deducirse de la técnica, de la Ética y del Derecho.

De la empresa informativa identificada con el empresario, se pasará al convencimiento de que la empresa informativa comprende no sólo su capital económico y material, sino también su capital humano. El periodista no tiene la misma importancia que un sombrero para el fabricante de sombreros, podría decirse parafraseando a Bruckberger⁴³. Por el contrario, sin el capital intelectual y humano de las redacciones, la empresa informativa apenas tiene valor. No puede olvidarse que así como el menosprecio de la información suele desembocar en el menosprecio de los periodistas, también el menosprecio de los informadores conduce, antes o después, al menosprecio de la propia información.

41. L. CANNON, *ob. cit.*, pág. 27.

42. Citado por L. CANNON, *ob. cit.*, pág. 26.

43. R. L. BRUCKBERGER, *Le capitalisme: mais c'est la vie!*, París, 1983, pág. 72.



Como consecuencia de la etapa profesionalista deja de tener sentido una pregunta obsesiva del campo informativo. ¿Qué es económicamente más importante: el trabajo redaccional, la eficacia de las tareas técnicas, la cartera de publicidad, la red de distribución, o las tareas gerenciales? Planteadas así las cosas resultaban insolubles. Con la etapa profesionalista de la Información comienza a cobrar fuerza, por el contrario, que la jerarquización de los bienes informativos es, sobre todo, una cuestión jurídica. Es el fin —es decir, la Información— lo que ha de prevalecer en la cúspide de la jerarquización. El informador no trabaja *para* la empresa, sino *para la Información*, aunque lo haga —eso sí— *en* la empresa, *con* la empresa y *desde* la empresa.

7. *El entendimiento de la Información como un derecho o la etapa universalista de la Información*

Todas las profundas innovaciones de la etapa profesionalista preparan —casi sin solución de continuidad— la etapa universalista de la Información⁴⁴. Pero un hecho jurídico de profundo significado va a ser el verdadero catalizador de la nueva etapa. Me refiero a la formulación, en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, de un derecho que el Decreto *Inter Mirifica* (4.XII.1963) del Concilio Vaticano II nominará como derecho a la información⁴⁵, y del que se hace eco nuestra Constitución en sus artículos 10.2 y 20. Se clausura así el entendimiento de la Información como el objeto de una potestad del Estado; o como una libertad; o como un objeto de apropiación de las empresas informativas o de los periodistas. La idea de que la Información es el objeto de un derecho humano y la libertad el único modo de ejercitar con sentido ese derecho, llevarán a esta conclusión revolucionaria: *la información pertenece al público*. Se culmina así un proceso histórico-informativo —ha escrito Desantes— «que pri-

44. La terminología ha sido acuñada por DESANTES, *La cláusula de conciencia desde la perspectiva profesional*, cit., págs. 128-131.

45. M. PÉREZ CERRADA, *La primera formulación del derecho a la información en el Magisterio de la Iglesia*, Tesis doctoral, Facultad de Derecho Canónico, Universidad de Navarra, 1987.

mero situó el centro de gravedad en la idea de *tener* y, por tanto, en la empresa informativa; después en la idea de *ser* y, en consecuencia, en el profesional de la información; y, finalmente, en la idea de *deber ser*, de servir la satisfacción de un derecho»⁴⁶. Pero sólo tiene sentido que el ejercicio de este derecho y el cumplimiento del deber correlativo se den *libremente*. La libertad —dirá Solé— es la condición misma de la existencia de los derechos⁴⁷.

El derecho a la información es subjetivamente universal. Todos los hombres, cada hombre concreto —con independencia de la edad, condición, nacionalidad, profesión o bienes—, es titular del derecho a la información. Titularidad que por extensión también abarca a las personas jurídicas.

El derecho tiene por objeto la información en toda su amplitud, es decir, las ideas, los hechos y las opiniones. Pero este objeto no es universal. No todo lo técnicamente informable es ética o jurídicamente informable. No todo lo comunicable es comunicando. No todo lo que físicamente puede incorporarse a un soporte es ya, por este simple hecho, un mensaje informativo. El objeto del derecho a la información no es universal sino general porque la información admite excepciones en su difundibilidad. Así lo entiende también expresamente el artículo 20.4 de nuestra Constitución.

Las facultades jurídicas que se integran en el derecho a la información son básicamente tres: la facultad de *investigar*, la facultad de *difundir*, y la facultad de *recibir* información. La inercia del planteamiento liberal de la información o las dificultades prácticas, determinan, sin embargo, no pocas veces, que se reduzca el contenido del derecho a la información. Y así se habla del público —del titular del derecho a la información— como de un sujeto pasivo que tuviera únicamente la facultad de recibir pero no las de investigar y difundir información. Otras veces la teoría y la práctica del derecho a la información es vista sólo como un modesto desarrollo de la idea de libertad de expresión; o falta el coraje jurídico de agotar las virtualidades

46. J. M^a. DESANTES GUANTER, *El público y la información*, Ponencia en la XXXIV Semana Social de España, Segovia, 1986.

47. L. A. SOLÉ, *El papel de la radiodifusión en la educación y la cultura*, AIR, 1977, pág. 18.

que existen en el entendimiento de la información como un derecho. Sin embargo, frente a todas estas posiciones escépticas o reduccionistas, es preciso afirmar claramente que toda persona es titular de «*todo el derecho a la información, comprendidas sus tres facultades*»⁴⁸.

El derecho a la información es también universal en razón de los medios a través de los cuales se materializa su ejercicio. El derecho a la información se puede instrumentar, pues, en todo medio de comunicación actual o futuro, en la galaxia Gutenberg, en la galaxia videomática, o en las que sucesivamente aparezcan⁴⁹.

En resumen: el artículo 19 de la Declaración de los Derechos Humanos de 10 de diciembre de 1948, que describe por primera vez en la Historia lo que luego se denominará como derecho a la información, «se refiere a todo hombre, a toda persona física, sin excepción, y, por extensión, a toda persona jurídica. Y se refiere, también sin excepción —es decir, con carácter universal—, a todo medio de comunicación, actual o futuro. Toda persona, a través de cualquier medio, es titular del derecho a la información, de *todo el derecho a la información*»⁵⁰.

8. *El ejercicio por el público del derecho a la información*

El entendimiento de la Información como un derecho —no es otra cosa diferente proclamar la existencia del derecho humano a la información— representa una profunda revolución en el campo informativo cuyas consecuencias no resulta fácil prever.

De momento, este nuevo enfoque de las cosas ha puesto de relieve que la Información es un acto de justicia. Al investigar, difundir y recibir información se está dando aquello a lo que todos tienen derecho. Y en dar a cada uno lo suyo consiste

48. J. M^a. DESANTES GUANTER, *El público y la información*, Ponencia citada.

49. C. SORIA, *Las nuevas tecnologías de la información o la lógica de la libertad*. Ponencia en el Seminario para profesionales de la Información, Colegio Mayor Almonte, Sevilla, mayo 1987.

50. J. M^a. DESANTES GUANTER, *El público y la información*, Ponencia citada.

cabalmente la justicia. De la empresa y los periodistas que informan bien, se puede decir que son justos, que practican la justicia. De la empresa y los periodistas que informan mal, se puede decir que son injustos, que no practican sino que conculcan la justicia⁵¹.

La titularidad universal del derecho a la información fundamenta también la repugnancia ético-jurídica a considerar al público como una masa informe y despersonalizada, «ficción cómoda»⁵², auditorio mudo, o dóciles ovejas dispuestas para el sacrificio⁵³. Desde el horizonte del derecho a la información no tiene sentido hablar de masas, ni de medios o comunicaciones de masas. El público será siempre la repetición de núcleos personales, libres y responsables, que son titulares de un derecho humano. Esta radicación personalista de la Ética y el Derecho constituye, al mismo tiempo, el antidoto frente a todos los societarismos o individualismos salvajes.

La titularidad universal del derecho a la información aclara que la información no es materia que atañe exclusivamente a periodistas o empresarios, sino a todo hombre. La información no es patrimonio propio, exclusivo y excluyente, de una profesión o de las organizaciones empresariales informativas. Periodistas, editores o empresarios de la información no tienen «*más derecho* a la información que el resto de las personas»⁵⁴. Ni las empresas ni los informadores «pueden considerarse dueños de la información»⁵⁵. Ni les pertenece, ni pueden imponerse a la información. La información pertenece al público. «La propiedad de un *medio* de comunicación social —mantendrá Nieto— no conlleva al derecho de propiedad de la Información (...). El titular del poder de la Información —concluirá el mismo autor— es el pueblo»⁵⁶.

51. La idea de que la información es un acto de justicia ha sido brillantemente desenvuelta por J. M^a. DESANTES GUANTER, de modo especial en *La información como derecho*, Madrid 1974; y en *La función de informar*, Pamplona 1976.

52. J. KAYSER, *Mort d'une liberté*, Paris, 1975, págs. 95 y 99.

53. B. VOYENNE, *Le droit à l'information*, Paris, 1970, pág. 220.

54. F. CONESA, *La libertad de la empresa periodística*, Pamplona, 1978, pág. 246.

55. *Id.*, pág. 258.

56. A. NIETO, *Cartas a un empresario de la información*, Pamplona, 1987, págs. 108 y 110.



La atribución a todo hombre de las facultades de investigar, difundir y recibir información constituye un desafío a la participación ciudadana; convierte a la información en una deuda, en un crédito social, que hay que pagar. El derecho a la información reclama acciones positivas, más allá de aquella inmunidad de coacción, o de abstencionismo estatal, y que aparece expresamente recusada en el controvertido artículo 9.2 de nuestra Constitución.

Los modos prácticos de encauzar las facultades de investigar, difundir y recibir información por parte del público se están multiplicando, aunque en muchos aspectos sólo están en sus albores. El dinamismo de las formas de ejercicio aparece asegurado por tres factores diversos: por las virtualidades que contiene el derecho a la información; por la necesidad de canalizar adecuadamente el creciente pluralismo social; y por el influjo operativo de las nuevas tecnologías de la información, que no son otra cosa que la lógica de la libertad.

La participación en concursos, las respuestas a cuestionarios o a entrevistas informativas; las colaboraciones esporádicas; el suministro de datos, noticias o elementos informativos por parte del público; la reproducción de textos o fotografías, los anuncios del propio anunciante, la autoedición o autoprogramación; las cartas al director, los tele-clubs o cine-clubs; la colaboración en obras colectivas, las emisoras de radioaficionados, el depósito, custodia, clasificación, recuperación y aprovechamiento racional de la información; el derecho a la documentación —parcialmente contemplado en el artículo 105 b) de la Constitución—, los contratos de difusión o tarifa publicitaria; los actos y contratos de emisión de información; el derecho de rectificación, el derecho de acceso, los contratos de recepción de información, etc., constituyen otros tantos fenómenos *de facto* o *de iure*, que son manifestaciones directas del derecho a la información del público.

Las nuevas tecnologías informativas están haciendo también posible la creciente participación del público en la información. Para Benito Jaén, por ejemplo, el cambio más decisivo que han operado las nuevas tecnologías ha sido el paso de una sociedad basada en las grandes masas de consumidores y usuarios a una sociedad que hace posible la aparición de públicos e individuos

cada vez más capaces de cumplir muy diversas funciones⁵⁷.

9. *El mandato informativo*

Si el derecho a la información no pertenece en exclusiva ni a las empresas informativas ni a los periodistas profesionales, sino que está residenciado originariamente en el público, ¿qué sentido tienen entonces las profesiones informativas? ¿No habría que plantearse, con Balle, si no se camina hacia una sociedad sin periodistas?⁵⁸.

La comunicación social, dadas sus características, requiere procesos y fases de más o menos complejidad —desde poner en forma los mensajes hasta producir los medios informativos o comunicar la información—, que escapan generalmente a las posibilidades reales del público. Lo normal será, por eso, que el público carezca de tiempo, organización, medios materiales, o capacidad adecuada para ejercitar dos de las tres facultades que integran el derecho a la información: la facultad de investigar y la facultad de difundir información. La plenitud, por tanto, del derecho a la información del público sólo se alcanza por mediación de las organizaciones informativas y de los profesionales de la información. Y así esta idea de mediación, de intermediación natural⁵⁹, permite hablar de una delegación tácita del ejercicio de las facultades de investigar y difundir, y abre la vía para la adecuada construcción del deber profesional de informar.

Los profesionales de la información —ha escrito Benito Jaén—, «son los delegados del público para la delicada misión de administrar el poder de informar»⁶⁰. Martínez Albertos califica al informador profesional como «administrador y gerente»

57. A. BENITO JAÉN, *Información y nuevas tecnologías*, Valencia, 1987, pág. 20.

58. F. BALLE, *Información y sociedad: antiguos y nuevos desafíos*, Pamplona, 1983, págs. 148-150.

59. Sentencia del Tribunal Constitucional de 1 de Junio de 1982, Fundamento Jurídico 4. Vid. también E. ESPÍN, *Libertad de información y publicidad de los juicios*, en «Revista de la Facultad de Derecho», Universidad Complutense de Madrid, 67, págs. 107-127.

60. A. BENITO JAÉN, *El secreto profesional de los periodistas*, en «Boletín Informativo Fundación Juan March», 49, 1976, pág. 8.

del derecho humano a la información⁶¹. Conesa comparte también la idea de la delegación, pero considera que recae, no en el periodista, sino en la empresa: «quien verdaderamente está en condiciones de ejercer el derecho a la información que corresponde a todos los hombres —dirá— es la empresa informativa (...). Lo que ocurre con el periodista es que aparece en primer plano, porque es él quien, de modo primordial, *hace* información (...). Pero la delegación —concluirá— recae sobre la empresa»⁶².

Hay, como se ve, una opinión extendida entre los cultivadores de la Ciencia de la Información sobre la existencia de una delegación tácita. Las diferencias se dan, en cambio, sobre los destinatarios de esa delegación y la perspectiva que debe adoptarse para construir sus características conceptuales.

Ha sido, a mi juicio, Desantes quien con mayor precisión ha fundamentado la idea del mandato social tácito del público en empresas e informadores y quien más ha depurado también su noción.

Mantiene Desantes que los informadores profesionales y las empresas informativas obran en nombre del público en virtud de un a modo de mandato social, general y tácito. Se trata —advierte— de una delegación en sentido social, no en sentido estrictamente jurídico que llevaría, por ejemplo, a la conclusión inadmisibles o aberrante de pensar que informadores y empresas informativas están sometidos al mandato del público⁶³. Lo que el público delega es el desempeño de las facultades de investigar y difundir información; pero corresponde a informadores y empresas fijar con autonomía y libremente el modo técnico y el modo ideológico de desempeñarlas, de cumplir —*hic et nunc*— la función de informar.

Desantes, en apoyo de este mandato informativo, recuerda que los civilistas conocen muy bien un tipo de mandato o representación, contractual o expresa. Pero —dirá— también

61. J. L. MARTÍNEZ ALBERTOS, *Formación del periodista*, en «Boletín Informativo Fundación Juan March», 48, 1976, pág. 10.

62. F. CONESA, *La libertad de la empresa periodística*, cit., pág. 247.

63. Aunque Desantes ha desarrollado progresivamente su idea sobre el mandato social tácito en numerosos trabajos, tal vez la exposición más amplia puede verse en *El público y la información*, Ponencia citada.

hay otros mandatos o representaciones con plenos efectos jurídicos. Quizás el más conocido sea el mandato político, a través del cual la soberanía del pueblo se ejerce por representación. No hay que descartar, por tanto —concluirá Desantes—, que existan o puedan existir otras formas de delegación más o menos típicas.

El informador en cuanto profesional —y lo mismo cabe decir de las empresas informativas— «no tiene un derecho originario, sino derivativo, a investigar y difundir información. Su derecho deriva del de todos los que forman parte —él incluido— de la comunidad»⁶⁴.

La información es, así, un acto de justicia por un doble título. Al investigar y difundir información, se da a cada uno lo suyo. Pero, además, es un acto de justicia porque al investigar y difundir información se está cumpliendo el mandato general y tácito de la comunidad. De esta forma, y a partir de esta doble raíz, la actuación informativa profesional —no hay que olvidar que todo derecho origina un deber, y todo mandato aceptado también— se hace paradigmática por referencia a un deber: el deber profesional de informar.

Es verdad que el público —titular del derecho a la información— puede y debe participar como hombre y como ciudadano en la actividad informativa. Pero otra cosa bien distinta es ejercitar las facultades de investigar y difundir información a título de experto, de modo habitual, con un determinado nivel de idoneidad y competencia. Con otras palabras: cosa bien distinta es actuar en el campo informativo como hombre o como ciudadano, que hacerlo cumpliendo libremente el deber de informar.

10. *La información no tiene una estructura aleatoria*

El deber de informar tiene el cromatismo propio de su objeto, que es la información. Ese deber, todos los deberes anteriores, coetáneos o posteriores en que se ramifica, están al

64. J. M^a. DESANTES GUANTER, *Ética y Derecho en el control del contenido de los medios*, en el libro *Periodismo y Ética*, 2º Encuentro Internacional del PGLA, Viña del Mar, 1985, pág. 29.

servicio de una finalidad principal: facilitar al público verdaderos y propios mensajes informativos.

Desde la perspectiva ético-jurídica, los mensajes informativos no tienen una estructura aleatoria ni carecen de elementos constitutivos determinantes. Un mensaje no es información simplemente porque haya sido elaborado por un informador profesional, se difunda a través de un medio informativo, o tenga la apariencia externa de la información.

Por el contrario, los mensajes sólo se pueden llamar informativos si son conformes a la naturaleza propia de cada tipo de mensaje; poseen todos los elementos constitutivos que los determinan; están coordinados con otros derechos humanos y, finalmente, son mensajes que no impiden ni violan derechos humanos que son prevalentes sobre el derecho a la información⁶⁵. Hasta el punto de que un mensaje que no reúna todos los elementos que debe reunir y como debe reunirlos, no merece el nombre de mensaje informativo: en lugar de informar, desinforma⁶⁶.

Es de perfecta aplicación a las empresas informativas y a los informadores profesionales aquella observación de Millán-Puelles dirigida a los intelectuales: el intelectual —el periodista o el empresario valdría decir— que no se creyera obligado a saldar cuentas con la sociedad, viviría así «de un modo irresponsable, o, como gráficamente dice Sartre, con la mentalidad de un perpetuo becario»⁶⁷.

La legitimidad de las empresas informativas y de los informadores —su identidad— tiene una estrecha relación con el

65. J. M^a. DESANTES GUANTER y C. SORIA, *La teleología de los mensajes informativos*, Documento de Trabajo del Departamento de Ética y Derecho de la Información, Universidad de Navarra, mayo 1986. Por lo que se refiere a la información de hechos, la propia Constitución en su artículo 20.1 d) sólo reconoce y protege la «información veraz».

66. Sobre desinformación puede verse, por ejemplo, M. FRAGUAS DE PABLO, *Teoría de la desinformación*, Madrid, 1985; H. P. CATHALA, *Le Temps de la desinformation*, París, 1986; R. JACQUARD, *La guerre du mensonge*, París, 1986; C. SORIA, (ed.), *Prensa, paz, violencia y terrorismo: la crisis de credibilidad de los informadores*, Pamplona, 1987; C. SORIA y J. A. GINER, *La ética periodística ante el desafío terrorista: la función pacificadora de los medios de comunicación*, en el libro *Periodismo y Ética, cit.*, págs. 67-91.

67. A. MILLÁN PUELLES, *La función social de los saberes liberales*, Madrid, 1961, pág. 24.

deber profesional de informar. En este sentido, puede decirse que la información no es el puro ejercicio de una libertad individual, ni un objeto susceptible de apropiación a través del derecho de propiedad, ni tampoco un poder. La información es, antes que nada y sobre todo, un deber.

11. *Las empresas informativas en la etapa universalista*

Se percibe con claridad que la etapa universalista de la Información aspira a superar las etapas anteriores, pero incorporando, no obstante, todos los hallazgos que anteriormente se habían producido. Tienen cabida, por ejemplo, algunas de las interpretaciones que el liberalismo supo hacer de la libertad. Tiene razón Fontán cuando subraya que el liberalismo, a pesar de sus eclipses históricos y sus secuestros temporales, se caracteriza singularmente por su capacidad de asumir las nuevas realidades⁶⁸.

La etapa universalista acepta sin reservas el elemento típico del liberalismo, como es la libertad de constitución de empresas. Las fisuras de la concepción liberal no implican que la idea de libertad deba ser abandonada por inservible, ni autorizan, sin más, a adoptar una posición escéptica respecto a la libertad. Piensa Padellaro, en esta misma línea de ideas, que la doctrina clásica de la libertad de empresa conserva plena validez⁶⁹. Loeffler mantiene que el derecho a la información concuerda con la noción de libertad de prensa⁷⁰. Sánchez Ferris, en fin, matiza que la noción de derecho a la información «alberga la doctrina tradicional sobre la libertad de expresión»⁷¹.

Es preciso negar al poder político, por tanto, la posibilidad de discriminar las organizaciones llamadas a informar. Es pre-

68. A. FONTÁN, *Los liberales, creadores del Estado moderno*, Conferencia pronunciada en Ibiza, el 3 de septiembre de 1984, edición separada, pág. 10.

69. G. PADELLARO, *L'informazione fra il potere e la libertà*, Milán, 1972, pág. 57.

70. M. LOEFFLER, *El derecho a la libertad de prensa y otros medios de información pública*, en «Boletín del Ilustre Colegio de Abogados de Madrid», 4, 1975, pág. 128.

71. R. SÁNCHEZ FERRIS, *El derecho a la información*, Valencia, 1974, pág. 71.



ciso decir que no a todo sistema preventivo de actuación político-administrativa en el campo informativo. Es preciso decir que no a la censura previa, a la previa caución y, al menos, en tiempos de normalidad, a las autorizaciones, permisos o licencias para las empresas informativas.

Porque la empresa informativa está al servicio del derecho a la información y del deber de informar, tiene que actuar con la libertad necesaria para satisfacerlos adecuadamente. Y tiene el deber de someterse a todo aquello que redunde en beneficio del mismo derecho a la información⁷².

En cuanto empresa, la empresa informativa es una empresa más, una verdadera empresa mercantil⁷³. Las organizaciones informativas requieren planteamientos intelectuales y morales, pero también industriales, comerciales y financieros. Sólo así es posible alcanzar esa sanidad económica que resulta indispensable. Hasta el punto de que Rueff afirma abiertamente que «por causa del déficit los hombres pierden la libertad»⁷⁴; y Salmon estime que el equilibrio financiero es «la condición misma de la libertad de prensa»⁷⁵. Ganar dinero, podría decirse, es, para la empresa informativa, un deber, un deber ético.

Pero en cuanto informativa, la empresa se distingue de cualquier otra organización empresarial, no por motivos accidentales, sino por razones de fondo. La empresa informativa es una organización especificada por el derecho a la información⁷⁶. Tiene la delegación social, general y tácita del público; soporta el deber profesional de informar; hace posible y facilita la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos; y constituye, en definitiva, la comunidad: «no se concibe la Información sino en aras de la comunidad»⁷⁷. Todo esto quiere decir que el carácter específico de las empresas informativas procede de su fin último, compatible —por supuesto— con otros fines interme-

72. F. CONESA, *ob. cit.*, pág. 260.

73. J. E. GERALD, *Economic Research and the Mass Media*, en «Journalism Quarterly», 35, 1958, pág. 49.

74. J. RUEFF, *El orden social*, Madrid, 1974, pág. 577.

75. R. SALMON, *L'économie de la presse*, en «Cahiers d'Etudes de Presse», 2, pág. 6.

76. F. CONESA, *ob. cit.*, pág. 260.

77. J. M^a. DESANTES GUANTER, *La cláusula de conciencia desde la perspectiva profesional*, *cit.*, pág. 14.

dios que identifican la empresa informativa, en cuanto empresa, con el resto de organizaciones mercantiles.

En términos genéricos, la finalidad última de las empresas informativas y, por tanto, la función o destino de los elementos personales y reales que la integran, no es otra que la satisfacción del derecho a la información del público; en eso consiste el deber profesional de informar.

En términos específicos, es decir, al considerar una situación concreta, la finalidad será satisfacer el derecho a la información del público, modulado de acuerdo con los principios técnicos y los principios editoriales que constituyen la *lex* peculiar de las empresas informativas. Dicho con otras palabras: la finalidad de las empresas informativas es ejercitar, en nombre de público, y en favor de él, el derecho a la *información prometida*, en los términos y modalidades de los principios editoriales incorporados a la actividad empresarial; ejercitar, pues, el *ius difundendi* referido a las ideas, hechos y opiniones que han sido prometidas y comprometidas públicamente.

Es esa finalidad última la que permite superar la concepción propietarista del derecho de autor y radicar su fundamental contenido en el *ius publicationis*. Es esta finalidad última la que autoriza a afirmar que el destinatario del trabajo de los informadores no es el titular del capital, sino el público. Es esta finalidad última la que da trascendencia extraempresarial a la cláusula de conciencia; confiere un sentido peculiar a los fondos de comercio; otorga consistencia al principio *pro communicatione*, y hace posible calificar la acción informativa organizada como una actividad de mediación o intermediación pública.

La comunicación social es «comunicación organizada»⁷⁸. Y la nota distintiva de la actividad empresarial es la organización. Pero la idea de la organización por la organización carece de sentido. La organización se libera del absurdo en la medida en que se orienta a la consecución de un fin, de un fin jurídico predeterminado. Los poderes de decisión intraempresarial también encuentran su justificación en ese fin jurídico. No sólo porque las decisiones han de entenderse como la adopción pru-

78. CH. R. WRIGHT, *Comunicación de masas. Una perspectiva sociológica*, 3ª. ed., Buenos Aires, 1972, pág. 14.



dencial de los medios que llevan a esos fines, sino también porque una parte sustantiva de las responsabilidades jurídicas, que conlleva el ejercicio del poder empresarial, tiene su origen en el modo de conducir la organización hacia sus fines.

12. *Empresas ideológicas*

La finalidad jurídica última de las empresas informativas permite su caracterización como empresas ideológicas.

Para Alonso Olea, la nota decisiva de las denominadas empresas ideológicas es que tengan como fin institucional «la promoción y defensa de ideas determinadas»⁷⁹. Para Guerini, la empresa ideológica —él se adhiere a la terminología de empresa de *tendencia*— representa la organización de la actividad y de los medios directos para alcanzar el fin institucionalmente declarado y asumido⁸⁰. Ortiz Lallana considera que, además de los partidos políticos, sindicatos y organizaciones religiosas, el concepto de empresa ideológica «comprende también aquellas empresas privadas que suministran bienes o servicios de componente casi exclusivamente ideológico; de las que son ejemplo típico las escuelas o centros de enseñanza privados y las empresas periodísticas o de información»⁸¹. En Alemania —donde la *Tendenzbetriebe* encontró lugar en la legislación ya en 1920— son empresas ideológicas «aquellas que se encuentran directa y principalmente al servicio de actividades políticas, sindicales, confesionales, caritativas, científicas y artísticas o bien tienen una finalidad de información y manifestación del pensamiento»⁸².

La calificación de las empresas informativas como empresas ideológicas no está exenta de riesgos. A ellos, sin duda, se está refiriendo Aparicio Tovar cuando se pregunta si verdaderamente existen empresas neutras, o si, por el contrario, toda

79. M. ALONSO OLEA, *Derecho del trabajo*, 7ª. ed., Madrid, 1982, pág. 268.

80. U. GUERINI, *L'impresa di tendenza e le norme penali dello statuto dei lavoratori*, en «Rivista giuridica del lavoro e della previdenza sociale», 4, 1981, pág. 156.

81. M. C. ORTIZ LALLANA, *La fuerza mayor como causa de extinción del contrato de trabajo*, Tesis doctoral, Universidad de Zaragoza, 1983, pág. 365.

82. J. OTADUY, *La extinción del contrato de trabajo por razones ideológicas en los centros privados docentes*, Pamplona, 1985, pág. 13.

empresa no tiene siempre un componente ideológico⁸³. El riesgo vuelve a ser el intervencionismo estatal o las asimilaciones excesivas con organizaciones de corte político, en las que es muy difícil reconocer las notas propias de una empresa.

Con independencia de estos riesgos, la caracterización de las empresas informativas como empresas ideológicas, puede iluminar algunas cuestiones controvertidas.

Por ser ideológica, la empresa informativa ha de tener toda la autonomía que se necesita para cumplir libremente el deber profesional de informar.

Por otra parte, es propio de toda empresa ideológica que la peculiar finalidad que la inspira sea públicamente reconocible. La transparencia de su ideología ha de manifestarse, al menos, ante el ordenamiento jurídico, ante el público, y ante quienes deseen vincularse contractualmente con la empresa informativa⁸⁴.

Finalmente, el carácter ideológico de las empresas informativas afecta también a las excepciones que pueden darse en los derechos de las personas ligadas laboralmente con ellas. Para Pedrazzoli, por ejemplo, la necesidad de asegurar, en las empresas ideológicas, la finalidad propuesta refuerza el poder de dirección del empresario. Este reforzamiento afectará, sin duda, a los derechos de participación y a la extensión del ámbito de ejercicio de otros derechos fundamentales de los trabajadores⁸⁵.

La estructura intraempresarial de las empresas informativas ha de ser, en todo caso, un verdadero modelo de comunicación. Sería un contrasentido que, de hecho, fueran lo contrario: un modelo de incomunicación interna. La claridad y definición de los principios editoriales y de la forma en que se adoptan las

83. J. APARICIO TOVAR, *Relación de trabajo y libertad de pensamiento en las empresas ideológicas*, en *Lecciones de Derecho del Trabajo en homenaje a los profesores Bayón y Del Peso*, Madrid, 1980, págs. 288-289.

84. G. F. MANCINI, *Il recesso unilaterale e i rapporti di lavoro. II. Il recesso straordinario. Il negozio di recesso*, Milán, 1965, pág. 106; J. WALLMEYER, *Die Kündigung des Arbeits Vertrages aus Wichtigen Grund*, Stuttgart, 1962, pág. 118; J. OTADUY, *ob. cit.*, pág. 274.

85. M. PEDRAZZOLI, *Poteri di gestione e 'tendenza' nell'impresa d'informazione*, en «Giurisprudenza italiana», IV, 1978, págs. 6-7.

decisiones; el reparto equilibrado de las cuotas de poder y responsabilidad; la armonización, en el ámbito redaccional, del deber de obediencia con el deber de independencia ideológica personal; la transparencia económica, en fin, facilitan mejor el pago de la deuda informativa que empresarios e informadores tienen con el público. Se satisface libremente el derecho a la información y se cumple con justicia el deber de informar, si las empresas facilitan al público verdadera y propia información, no desinformación ni contrainformación; y por otra parte, lo que se difunde es sólo la información prometida y comprometida públicamente.

La obtención de beneficios no es, en la empresa informativa, un fin en sí, sino un medio, un medio indispensable para cumplir libremente el deber profesional de informar. Ni la sanidad económica puede faltar, ni la coherencia ideológica puede estar desplazada a un segundo plano. Por el contrario, hay que cumplir paradigmáticamente el deber de informar y, al hacerlo, hay que cumplir también paradigmáticamente el deber de obtener beneficios económicos.

13. *Epílogo*

No hay nada más inhumano que despreocuparse de la suerte del hombre. Hoy, más que nunca, ante el desafío de la etapa universalista de la Información, todo empresario, todo periodista, debe saber antes que nada que de las personas interesa tanto lo que tienen, como lo que saben, como lo que son.

Cuando los medios no se ponen en referencia a aquello para lo que son medios —dirá Millán-Puelles— pierden su propia razón de ser, «de manera que, por perfectos que sean técnicamente, dejan absolutamente vacío el espíritu del hombre»⁸⁶.

La tecnología de la información está impulsando la aparición de una nueva galaxia no gutemberiana. Quizás por ello, Bruckberger sostenga que «en este final del segundo milenio de

86. A. MILLÁN-PUELLES, *Positivismo jurídico y dignidad humana*, en «Nuestro Tiempo», 390, 1986, pág. 73.



la era cristiana, todos sentimos que estamos mucho más que en un fin de siglo, en el fin de una época de una amplitud mucho más grande»⁸⁷.

Goethe adivinaba un futuro lleno de máquinas, y ese horizonte velaba de sombras y dudas su alma: la preponderancia creciente de la maquinaria —dirá el poeta— me preocupa y asusta⁸⁸.

El temor y la esperanza que siembra la Información es fruto, en definitiva, de varias lógicas concurrentes: la lógica gubernamental y administrativa; la lógica de las organizaciones informativas; la lógica de los periodistas; y la lógica del público. Pero en medio de todas ellas, como un factor que les da sentido, hay que situar la lógica del derecho a la información.

«No se sule el hombre con imágenes artificiales, ni se vence a la muerte transmitiendo su informe en unos segundos»⁸⁹. La velocidad de los hechos no es la velocidad de la ética, ni la velocidad de las ideas. La información, cualquiera que sea la rapidez y calidad con que se investigue, difunda y reciba, siempre tendrá que ser *puesta en forma*, y habrá de ser recibida críticamente por seres humanos.

El poder de informar es un deber; es, en todo caso, el poder de servir a la información⁹⁰.

87. R. L. BRUCKBERGER, *Le capitalisme: mais c'est la vie!*, París, 1983, pág. 54.

88. GOETHE, *Wilhelm Meisters Wanderjahre*, Libro III.

89. A. SALVADOR, *Nuevas tecnologías y viejas culturas*, Fundesco, 1986, pág. 54.

90. A. NIETO, *La información: el poder de servir*, Conferencia inaugural de las XXXIV Semanas Sociales, Segovia, 1986.