

La cláusula de conciencia del periodista, un debate pendiente

En el Perú hemos tenido muchas experiencias negativas en el ámbito periodístico por el comportamiento poco ético de los periodistas y, particularmente, de los empresarios de algunos medios de comunicación social.

Los mayores problemas se encuentran a nivel de la relación de los medios con los políticos o representantes de las entidades gubernamentales, en el ámbito externo y en la relación de los periodistas con las empresas informativas para las que trabajan, a nivel interno.

Pienso incluso que los problemas a nivel interno son los más difíciles, porque muchas veces a pesar de que los medios se consideran independientes de poderes políticos, económicos o de cualquier otro sector, el trabajo cotidiano demuestra otra cosa.

En la vida diaria muchas veces los periodistas deben dar prioridad a los temas que no son los más relevantes, no deben tocar a determinadas instituciones u organismos por la fuerte relación existente entre éstas y el medio, o porque los empresarios forman parte también de esas instituciones que en un momento dado pueden estar cuestionadas; y al ser parte interesada no interesa que haya cobertura informativa del asunto, y menos investigación. Muchas veces una primera petición, desde la dirección del medio en esta línea hace que los periodistas pierdan ese sentido crítico y que incluso hasta se autocensuren y dejan pasar los temas. No se investiga, para evitar un despido intempestivo. Despidos que en nuestra realidad suelen tener graves consecuencias por el fuerte desempleo en el país y por las necesidades económicas de los periodistas para sufragar gastos familiares. En muchos casos se aceptan estos comportamientos no éticos poco a

Rosa Zeta

Doctora en Comunicación Pública, por la Universidad de Navarra, Profesora Principal de la Universidad de Piura, Investigador en las áreas de análisis de Medios, Historia del periodismo y Ética Informativa. Autora de "El Pensamiento Ilustrado en el Mercurio Peruano 1791-1794".

poco sin pensar en que pueden llegar a adquirir dimensiones como las conocidas en el Perú.

Actualmente se intenta tener un espíritu más crítico en los medios respecto al gobierno, pero lamentablemente se van presentando indicios de que por ejemplo se puede otorgar concesiones a los medios con el objetivo de obtener a largo plazo una imagen favorable. Y entonces parece que cayéramos en los mismos recursos de manejo de medios, y nos despreocupáramos de la función social de los medios y de la responsabilidad ética de los mismos.

La Cláusula de Conciencia como tema en el Perú

Toda esta situación hizo que en el Perú se empezara a debatir sobre la cláusula de conciencia del periodista, una institución vigente en el ámbito ético, pero desconocida desde el ámbito jurídico.

La Cláusula de Conciencia consta, hace algunos años, en el Código de Ética del Colegio de Periodistas del Perú, pero por naturaleza, se queda en ese rango, el ético; y aunque trascendente no tiene alcance jurídico. El artículo 3 inciso j señala que “El periodista tiene la facultad de acogerse a la cláusula de conciencia si la empresa o el medio en el que trabaja cambiara de línea u orientación, con la que no coincide de acuerdo a su propia convicción, o si se le coactara o forzara, de cualquier forma, a escribir contra esa convicción personal”.

La falta del alcance jurídico motivó acciones diversas a nivel de instituciones. Las Facultades de Comunicación y de Derecho de la Universidad de Piura realizaron el Foro “Hacia la Cláusula de conciencia en el Perú” para debatir académica y jurídicamente sobre la cláusula de conciencia, como instrumento al cual podrían acogerse los periodistas en caso se les quiera obligar a seguir una política contraria a la ética y a los intereses de la sociedad misma, que tiene derecho a conocer la verdad sin condicionamientos de ninguna especie.

La Comisión de Estudio de las Bases para la Reforma Constitucional presentó a la objeción de conciencia (N° 14), como un derecho fundamental autónomo ya que la Constitución de 1979 y la Carta de 1993 sólo reconocen la libertad de conciencia (artículo 2 inciso 3). Por

ello, el informe de la Comisión propuso el reconocimiento de este derecho a nivel constitucional, pero sujeto a un desarrollo legislativo que precise sus alcances y límites¹.

Y la congresista Fabiola Morales presentó un Proyecto de ley N° 0786 para regular la cláusula de conciencia en el Perú, tomando como modelo, la ley española de 1978.

Incluso podríamos decir que el debate sobre el tema ha tenido como consecuencia la incorporación de la cláusula en la reciente legislación sobre medios audiovisuales.

Actualmente, en el título octavo, De la Cláusula de Conciencia, art. 159, de la Ley de Radio y televisión, se contempla que la cláusula de conciencia debe regir en los contratos de trabajo o de locación de servicios que celebren quienes ejerzan la actividad periodística con el titular de un servicio de radiodifusión; pero sólo para los medios audiovisuales, sin hacerlo extensivo a la prensa o a todas las actividades informativas que tienen como finalidad satisfacer el derecho a la información del público.

Importancia del tema

El tema es de gran importancia para todos los actores involucrados en el quehacer periodístico, esencialmente periodistas y empresarios de la información que trabajan cotidianamente con la intención de satisfacer el derecho a la información del público.

Si analizamos nuestra realidad próxima pasada vemos que la carencia de actuación ética de periodistas y empresarios de la información: desinformación o información tendenciosa, primacía de los intereses políticos y de los empresarios, los contenidos en función de intereses gubernamentales, temas triviales: talk shows, cómicos, dependencia económica: refinanciación de deudas, compra de acciones para ser socio mayoritario, manipulación de la opinión pública, restó credibilidad a los medios. Los políticos pagaron buscando voces influyentes y los que debían establecer y defender los cánones de independencia como un principio sólido para el ejercicio de la profesión, renunciaron a sus deberes.

Pero los empresarios no sólo renunciaron a sus deberes a nivel personal, como argumenta José Francisco Crousillat, que se defiende de las acusaciones de la justicia peruana, señalando que los millones que recibió de Vladimiro Montesinos para apoyar la reelección de Fujimori provienen de un contrato privado y legal²; sino que también hicieron que los periodistas que trabajaban en sus medios renunciaran a los principios fundamentales de la labor informativa.

Y ante ello nos preguntábamos si en una situación de esa naturaleza, la existencia jurídica de la cláusula de conciencia hubiera servido como instrumento para resistirse a realizar actos que afectaban a la conciencia, por contravenir principios como la verdad, la independencia, la libertad, coherentes con la identidad de la profesión informativa que consiste en realizar la justicia, cumpliendo libremente el deber de informar.

Claridad terminológica

Uno de los problemas que usualmente enfrentamos en el ámbito de la comunicación es el uso de términos y su significado. Por ello incluimos este apartado de definiciones.

José Ma. Desantes ofrece claramente la distinción entre Objeción de conciencia y cláusula de conciencia, especificando que tienen su origen común en las conciencias que, siendo un elemento interior e incognoscible del hombre, produce sin embargo, cuando se manifiesta, efectos jurídicos exteriores importantes³.

La Objeción de conciencia consiste en la posibilidad legal que se concede a determinados ciudadanos a evadirse del cumplimiento de un deber general establecido en una disposición legal o en una orden de una autoridad superior porque a su conciencia le repugna el acto o la serie de actos que constituyen la realización de tal deber. Es, como el privilegio, una facultad individual que se desenvuelve en el campo del deber que la fuerza de la conciencia le impide cumplir y le permite constituirse en excepción personal. La objeción está a disposición de todos aquellos que aleguen que su conciencia es un obstáculo para ese cumplimiento.

La Cláusula de conciencia, en cambio, se ha presentado en la historia como una cláusula establecida legal o convencionalmente en un contrato de trabajo informativo según la cual si la empresa o el medio cambian su dirección ideológica y el periodista no está de acuerdo con ella puede pedir la disolución de la relación jurídica laboral y percibir una determinada indemnización. La Cláusula de conciencia se da así exclusivamente en la fenomenología informativa y no afecta a los deberes, sino a las obligaciones contractuales, bien que subsista en el fondo la idea del deber profesional de informar. Lo importante es que la fuerza de la conciencia es capaz de disolver una relación laboral informativa, lo que lleva como consecuencia secundaria una indemnización, dado que el informador no es el causante del cambio de orientación ideológica.

Aunque parezca una afirmación excesivamente simplista, es necesario recordar con Desantes lo que es la conciencia.

La conciencia es la regla moral inmediata de los actos del hombre. La persona humana ha de actuar conforme a su conciencia siempre, aun cuando la conciencia sea errónea. Si lo es, responderá por no haber formado la conciencia rectamente, pero no por haber seguido su dictado. Y la conciencia se forma rectamente cuando se adapta a la medida mediata de los actos, que es la ley moral. Ampararse en la conciencia sin conocer o sin aplicar la ley moral es ir contra la naturaleza de la propia conciencia.

La comunicación, como ninguna otra operación, ha de estar presidida por la conciencia, por una conciencia bien formada. Es decir, que tenga en cuenta que el acto de comunicar es un acto de justicia porque es dar al receptor lo que es suyo: la información. Y la información de hechos ha de ser verdadera; y la de ideas y opiniones ha de estar en consonancia con los principios editoriales del medio y la cooperación a esos principios no la hacen máquinas, sino personas humanas dotadas de su dignidad, de su libertad y del convencimiento de que la verdad, el bien y la belleza existen y constituyen valores superiores de la vida individual y social.

Problemas para su aplicación

El tema no es fácil, ni claro en el ámbito informativo. Existen opiniones favorables y desfavorables en torno a si la Cláusula de Conciencia debe

o no formar parte del ordenamiento jurídico.

En el Foro, reconociendo el ejercicio de la libertad de expresión con responsabilidad y ética profesional, se expusieron algunos problemas para su aplicación.

Samuel Abad⁴ refirió la falta de definición de los profesionales de la información como titulares del derecho. ¿Serán todos los que trabajan en un medio de comunicación o sólo aquellos cuya labor incide en la línea editorial? Por ejemplo, ¿comprende también al camarógrafo cuya labor no incide en la línea editorial de un medio de comunicación? se preguntaba; aunque vemos que aquí se está olvidando el trabajo periodístico en equipo.

Otro problema importante es la falta de principios editoriales claramente expuestos por las mismas empresas informativas, ya que sólo conociéndolos puede hacerse referencia a ellos en la cláusula de conciencia.

Jorge Santistevan anota el riesgo de que la cláusula sea impuesta por ley o por la constitución. Lo que resulta peligroso es que esos atributos exigibles a la información puedan ser utilizados contra la libertad de expresión por jueces inescrupulosos o por funcionarios de tendencia autoritaria que puedan atreverse a pensar que es necesario revocarle la licencia a una radio o a una estación de televisión opuesta al gobierno, bajo el pretexto de que no cumple con la veracidad, la equidad, la pluralidad o la oportunidad⁵.

Existe también el riesgo de que sea mal empleada o presentada como una excusa por los periodistas; pero creemos que la mayor dificultad está en la concepción que los empresarios de la información tienen de la cláusula de conciencia y de la misma empresa informativa. Los empresarios ven en la cláusula un beneficio simplemente para el periodista y la consecuencia, desde esa perspectiva, es un punto de enfrentamiento. Se olvidan de la coincidencia que debe existir entre el fin económico de ganar dinero que tiene toda empresa, también la informativa, y el fin social de la información.

Loreto Corredoira afirma que hay un deber moral de ganar dinero sin que eso quiera decir a costa de cosas o a costa de la conciencia de las personas y por tanto de la propia conciencia del empresario —que también

tiene conciencia. Empresarios y periodistas deben consensuar qué tipo de periódico se quiere hacer; un pacto por tanto y no un enfrentamiento⁶. Y expone cuatro beneficios que puede tener la empresa si apoya la cláusula de conciencia: el mantenimiento de la línea ideológica que se supone que se tiene; la claridad ideológica entre los redactores que fomenta la eficacia dentro de la redacción y los periodistas no tienen que estar triangulando o haciendo malabarismos para poder publicar lo que quieren publicar; manifiesta respeto a la integridad humana de sus empleados, tema que redundará en el honor de la propia entidad: es una empresa que reconoce la ética y que la fomenta; los empleados son también un escudo frente a la posible corrupción del poder político, de los poderes económicos, en el sentido de que una redacción que ejerce este derecho aunque sea minoritariamente —no es pensable que una redacción se vaya en bloque de un periódico— demuestra que es capaz de oponerse a las presiones que pueden venir de fuera especialmente del poder político⁷.

Hacia la Ética de la empresa informativa

No pensamos que la inserción constitucional de la cláusula de conciencia, como lo plantea el Proyecto de ley N° 0786, sea el cauce jurídico más idóneo; tal vez una ley ordinaria e incluso una norma laboral, pueden ser las más adecuadas. Pero de lo que no tenemos duda es de su necesidad como deber profesional que compete al periodista, pero también a la empresa por su naturaleza.

Desde el informador tiene vital importancia la formación adecuada de su conciencia, porque la conciencia actúa por valores y leyes morales o deontológicas.

Desantes encuadra a la cláusula de conciencia en el deber de sinceridad en la información de ideas y de juicios, dentro de lo que él denomina el aspecto formativo de los deberes de autorrealización del informador⁸.

La cláusula de conciencia —en el espíritu en el que se origina— tiene como objeto resaltar la responsabilidad de cada periodista respecto de la elaboración de su mensaje frente a las eventuales, y previsibles, presiones externas e internas⁹. Desde la perspectiva ética, la cláusula significa esencialmente responsabilidad para el profesional de la información.

Pero también es necesario observar que los efectos que ha ido desencadenando poco a poco, han tenido importancia decisiva para la profesión. De ella se deriva –según Soria– el entendimiento del trabajo del informador como mentefactura, de que el trabajo periodístico compromete nuestra conciencia porque un periodista, con independencia de lo que digan las leyes positivas, penales o civiles, es siempre responsable éticamente de su trabajo, de sus acciones y de sus omisiones, siempre; que lealtad en un informador es la lealtad con su ética profesional y con los principios editoriales donde trabaja. Y que su deber de obediencia en una organización es obedecer a su ética profesional, es obedecer a sus principios editoriales, es obedecer a las determinaciones técnicas que se producen siempre en las redacciones pero no es obedecer en nada más. En consecuencia nos dice, debemos entender y tener confianza que este proceso de la cláusula de conciencia desencadena –y la experiencia histórica lo demuestra– a favor de la dignidad, de la independencia necesaria de los informadores en los organismos y calará el verdadero sentido de la libertad debida, a la empresa informativa¹⁰.

Creemos con Soria, que independientemente del ámbito jurídico, es hora de hablar de la ética de la empresa informativa, y no ya simplemente de la ética de los periodistas; particularmente en nuestra realidad peruana en la que las funciones se suelen plantear de modo divergente.

La ética no es sólo para los periodistas, sino también para los empresarios. Ni debe haber contradicción entre las exigencias éticas de los propietarios, editores y periodistas. La ética que se postula es, en definitiva, la ética de la empresa informativa, es decir la de toda y cada una de las personas que la integran. Y es que la ética como la libertad son indivisibles¹¹.

Para cumplir con este desafío vemos como un asunto clave la concepción de la empresa informativa. Se necesita pasar del modelo mecánico u orgánico al modelo antropológico, que ve la organización como institución. Así como en un sistema técnico únicamente se contemplan las cosas que se hacen y en un organismo las cosas que se hacen y cómo se hacen, en una institución aparte de esos dos planos se considera el “para qué” se hacen¹². Las empresas informativas peruanas, actualmente cuestionadas, se quedaban en el plano estrictamente

mecánico del hacer, sin importar el cómo y mucho menos la dimensión trascendental del para qué. Esto nos lleva a plantear la concepción de una empresa informativa que a nivel institucional contemple la organización como un conjunto social que encarna unos valores concretos que han de impregnar todo su operar anotada por Pérez López.

Se hace necesaria una línea editorial explícita, basada en la existencia de unos principios editoriales que sirvan de fundamento a la actividad empresarial de informar. Como afirma Alfonso Nieto¹³, éstos deben recoger las directrices que se refieren a los aspectos jurídico, económico, y de organización de la empresa; no sólo en los aspectos internos sino también externos. Afectarán a todos los sujetos de la actividad empresarial: empresario, personas vinculadas con la empresa, por contrato de prestación de servicios o contrato laboral, y receptores de la información; y por ello en su determinación deben tomar parte activa todos los elementos personales de la empresa.

En las relaciones internas de la empresa, de orden laboral, la solución más coherente sería encauzar las obligaciones y derechos que se derivan de los principios editoriales –tanto para el empresario como para el personal de la empresa– a través de una consolidación contractual. A juicio de Nieto, los sujetos “pasivos” de la información deben ser integrados en la empresa de tal modo que se encuentren amparados ante modificaciones sustanciales en la línea ideológica de los contenidos informativos que habitualmente reciben.

Si “la lealtad con el lector es el fundamento del buen periodismo”, lógico será que esa lealtad se ponga de manifiesto declarando la línea ideológica que preside la actividad informativa, así como figura en el *Code of Ethics* para periodistas, promulgado por la *American Society of Newspaper Editors* (ASNE). De esa manera el lector o espectador podrá participar activamente y no ser un receptor meramente pasivo.

Otro rubro que también reclama revisión urgente es el de las rutinas periodísticas. María José Lecaros piensa que ha llegado el momento de trabajar con más cuidado el ciclo de la noticia. La rutina de todas las rutinas, el director de orquesta, la que organiza y da sentido a todo el trabajo profesional es, a su juicio, la pauta. La pauta es la que marca la “tonalidad” informativa de cada nota periodística. En cada una de ellas

se plantea una cierta tensión entre la conciencia profesional de cada integrante del equipo, las decisiones tomadas en conjunto y, además, la concordancia entre ellos y la línea editorial.

En la medida que conozcamos mejor los mecanismos de cada rutina y su sentido propio, veremos también con mayor claridad las responsabilidades y deberes del profesional en cada momento. Es algo que la ética periodística ve con claridad, pero que no podemos ni debemos exigirle al derecho. El más profundo conocimiento del sentido de cada rutina permitirá, a cada persona que trabaja en la información, solucionar esta tensión resolviendo siempre a favor del público¹⁴.

Finalmente se puede plantear el interrogante de si sería posible y oportuno establecer también la “cláusula de conciencia a la inversa”. Es decir que la incongruencia entre la ideología de un periodista y la de su medio, legitimará a la empresa para despedirle sin indemnización. Esta otra perspectiva sería mejor vista por nuestros empresarios. Pero en realidad se trata de un acto de justicia. Una cosa es la cláusula de conciencia, que solamente se comprende establecida a favor del informador; y otra distinta, aunque justa, es la de que el despido fundado en un daño que se produce a la empresa en la que el informador trabaja y a la que debe fidelidad —la misma fidelidad que justifica la cláusula de conciencia a su favor— se considere un despido por causa justa en el que por tanto, no cabe indemnización¹⁵. Por supuesto todo esto en un marco ético.

Para ello como es lógico se deben tener muy claros todos los principios editoriales como hemos propuesto anteriormente. Porque no se trata de favorecer al periodista y tampoco de perjudicar al empresario o a la empresa. Se trata de que ambos actúen coordinadamente, con rectitud de intención y con responsabilidad por la unidad de la empresa informativa cuyo futuro como dice Soria se halla en Informar no sólo para ganarse la vida sino para participar en la construcción de la vida.

Citas Bibliográficas

- 1 Samuel Abad. La cláusula de Conciencia como debate de los derechos de los periodistas: elementos para un debate pendiente. En *Hacia la Cláusula de Conciencia en el Perú*. Universidad de Piura. 2002, p. 23.
- 2 <http://probidad.org/nota.php?rec=16217>
- 3 José María Desantes. Introducción al tema: la objeción de conciencia y la cláusula de conciencia. En *Hacia la Cláusula de Conciencia en el Perú*, pp. 16-18.
- 4 *Op. cit.*, p. 25.
- 5 Jorge Santistevan de Noriega. La Cláusula de conciencia y la constitución peruana. En *Hacia la Cláusula de Conciencia en el Perú*, p. 53.
- 6 Loreto Corredoira. Las empresas informativas frente a la cláusula de conciencia. En *Hacia la Cláusula de Conciencia en el Perú*, p. 37.
- 7 *Op. cit.*, pp. 40-41.
- 8 José María Desantes. La cláusula de Conciencia desde la perspectiva profesional, en *Persona y Derecho*, vol. IV. 1977, p. 82.
- 9 María José Lecaros. La cláusula de conciencia en Chile: una experiencia latinoamericana. En *Hacia la Cláusula de Conciencia en el Perú*, p. 48.
- 10 Carlos Soria. La cláusula de Conciencia desde la perspectiva del profesional de la información. En *Hacia la Cláusula de Conciencia en el Perú*, pp. 32-33.
- 11 Carlos Soria. La hora de la ética informativa, p. 95-96.
- 12 Juan Antonio Pérez López. Fundamentos de la Dirección de empresas, p. 28.
- 13 Alfonso Nieto. Principios editoriales y empresario. En *Persona y Derecho*, vol. IV. 1977, pp. 242-243.
- 14 María José Lecaros. La cláusula de conciencia en Chile: una experiencia latinoamericana. En *Hacia la Cláusula de Conciencia en el Perú*, pp. 49-50.
- 15 José María Desantes. Cláusula de Conciencia desde el ejemplo francés hasta su aplicación en España, en *AEDE*, N° 2 diciembre 1979, p. 106.