

DOS PRERROGATIVAS PERIODISTICAS: EL SECRETO PROFESIONAL Y LA CLAUSULA DE CONCIENCIA

En el seno de la actividad periodística informativa -reflejo, quizás, de un fenómeno con características más universales- se advierte hoy día el creciente desarrollo de una tendencia generalizada hacia posiciones como el subjetivismo, el situacionismo, el permisivismo y el relativismo, que está influyendo en la actuación y en la visión que tanto profesionales como empresas tienen de la deontología periodística. Más aún, está en la base de lo que podría llamarse el surgimiento de "múltiples éticas profesionales". Ello, porque estos planteamientos, de una u otra manera, reducen los criterios éticos a las consideraciones personales que cada individuo, frente a cada hecho y en cada momento, pueda hacer.

En definitiva, lo que se pierde de vista es la existencia de principios éticos objetivos que traspasan los límites del derecho positivo. De aquí, que tienda a identificarse lo moral con lo legal. Y a partir de esta idea no es difícil llegar a concebir como "buenas" todas las acciones que no están expresamente prohibidas o expresamente tipificadas como delitos por una determinada ley de prensa.

De los problemas propios de la actividad periodística, entre los menos analizados desde su perspectiva ética -como también escasamente contemplados en legislaciones como las de nuestro continente- figuran el secreto profesional y la cláusula de conciencia.

Ambas cuestiones se hallan, respectivamente, en el origen y el final del proceso de obtención, elaboración y transmisión de la información, en el que intervienen tres actores: la fuente informativa, la empresa periodística y el informador, en relación paralela pero interdependiente con cada una de ellas.

Dicho de otra manera, desde la perspectiva de la relación periodista-"fuente", uno de los asuntos más inquietantes -sobre todo por su definición como deber o derecho del informador- es el del secreto profesional.

Desde el punto de vista del vínculo periodista-empresa, que en cierta medida condiciona el proceso de información, y en cuyas características se inserta lo que se ha llamado la "libertad interna de la prensa", el problema de la cláusula de conciencia -que no puede desligarse del de los principios editoriales- es especialmente gravitante.

Antes de pasar al análisis de estas materias, todavía se hacen necesarias dos advertencias. Primero, que no se pretende aquí agotar dichos temas, sino describir algunas de sus características más definitorias y plantear algunas preguntas sobre ellas. Segundo, que estas observaciones intentan centrarse en la visión y justificación ética, más que jurídica, del secreto profesional y la cláusula de conciencia.

I EL SECRETO PROFESIONAL PERIODISTICO

Definición

“Lo que cuidadosamente se tiene reservado y oculto” (1). Así define el Diccionario de la Lengua Española la palabra “secreto”. Sin embargo, cuando le añade la calificación de “profesional”, incluye ciertos elementos distintivos: “Deber que tienen los miembros de ciertas profesiones, como médicos, abogados, notarios, etc. de no descubrir a terceros los hechos que han conocido en el ejercicio de su profesión” (2).

Aun cuando aquí no se menciona específicamente a los periodistas; aun cuando en el caso de éstos el secreto se refiere sólo a la identificación de la fuente informativa o a aquellos hechos que ésta les ha confiado en calidad de tal, esta definición proporciona un importante elemento de análisis: el planteamiento del secreto profesional como un deber.

Precisamente este aspecto -el de considerar, desde el punto de vista del periodista, el secreto profesional como un deber, como un derecho o como una conjunción de ambos- despierta hoy en día ciertas discusiones en el ámbito de la información.

Refiriéndose al secreto profesional periodístico, Benito ha dicho que es un derecho y un deber inherentes a su propio ejercicio profesional. En esa perspectiva ha hecho hincapié en “la no declaración de sus fuentes de información ni siquiera ante el juez, porque, además, en la defensa de este silencio de las fuentes se asienta incluso la misma libertad de información” (3).

El Consejo de Europa, al describir el secreto profesional periodístico, coincidió con la definición precedente, al concebirlo como un derecho y un deber del informador. En ese sentido, lo describió como un “derecho del periodista a negarse a revelar la identidad del autor de la información, a su empresa, a terceros y a las autoridades públicas o judiciales” (4). A ésta agregó una definición paralela: “Deber del periodista de no revelar públicamente las fuentes de las informaciones recibidas confidencialmente” (5).

Con respecto a esta posición, en primer lugar podría decirse que no sólo las “fuentes” pueden ser objeto de secreto, sino también las informaciones que ellas proporcionan en calidad de reservadas. Aunque -como intentaremos explicar más adelante- hay casos en que ni siquiera es necesaria la petición de tal secreto para que éste deba ser mantenida.

Pero, aparte de eso, deteniéndose en un nivel más profundo, se ad-

vierte que las posturas citadas plantean la existencia del secreto profesional periodístico como un derecho y un deber respecto de la misma persona -el informador-, prácticamente dejando de lado las prerrogativas de la "fuente" en relación a esta reserva.

Frente a dicho planteamiento podría delinearse otro algo diferente, al concebir el secreto como un derecho de la "fuente", lo que engendra, por parte del periodista, un deber, y, sólo en cuanto a su defensa, un derecho.

La idea del secreto como un deber del periodista podría deducirse del derecho a la información, que incluye el derecho a investigar, es decir, de acceder a las fuentes. Para lograr ese objetivo, el periodista debe estar dispuesto a respetar los derechos de sus informantes. De lo contrario, la "fuente", viendo que eso no ocurre, podría suspender el "abastecimiento" de información. Y de aquí se deriva la indudable gravitación del problema del secreto con respecto a la obtención de la información, no sólo de su publicación, como podría sugerirse a simple vista.

La postura, así planteada, puede parecer algo utilitarista. Pero, en realidad no lo es. La relación "fuente"-periodista conlleva una serie de derechos y deberes por ambas partes. Y para que el flujo informativo se mantenga, se necesita que ella sea equilibrada, situación imposible de alcanzar cuando se le atribuyen todos los derechos al periodista y se deja a la "fuente" a su merced. En apariencia, al menos, porque al mismo tiempo se advierte la paradoja de que es precisamente esta última la que origina la información.

No se trata aquí de establecer un predominio de la "fuente" contrapuesto a uno del periodista, sino una relación equilibrada donde se respeten los deberes y derechos de ambos, que parece ser la única y más justa manera de que la información no se interrumpa en su origen.

Aparte de eso, la concepción del secreto profesional como un derecho del informador y no del informante, plantea anexo un eventual peligro: el de su mal uso o abuso.

El ejercicio de un derecho tiene un carácter necesariamente optativo. Partiendo de esa base, aplicada al plano del secreto, el periodista podría decidir, renunciando a su derecho, revelar "fuentes" o informaciones que con justificación merecen ser mantenidas en reserva. Y, por otro lado, arbitrariamente, podría no dar a conocer determinadas "fuentes" o hechos. Incluso, ese derecho podría servirle de "pantalla" para difundir falsedades.

No se está sosteniendo aquí la mala fe a priori de los informantes. Muy por el contrario. Pero tampoco se puede partir, ingenuamente, de la base de que todos los periodistas, en todo tiempo y circunstancias, harán un correcto ejercicio de la profesión. La práctica, por desgracia, ha demostrado que hay excepciones, y el peligro que ellas representan debería ser prevenido, principalmente como una manera de defender el derecho del público a ser bien informado.

Concibiendo el secreto como un privilegio del periodista, pareciera que los derechos de los receptores de la información, así como los de la "fuente", pasaran a segundo término.

Por otro lado, se plantea una especie de paradoja. Si el ejercicio de un derecho, como quedó dicho, es optativo, ¿cómo puede conciliarse respecto del mismo sujeto, de los mismos hechos y paralelamente, con un deber?

Al respecto, Luka Brajnovic, citando un editorial periodístico, afirma: “. . . Cualquier privilegio origina un derecho siempre renunciabile, circunstancia que no se da en el secreto profesional, que es un derecho sólo en la medida en que es indispensable para el cumplimiento de un deber” (6).

Coincidiendo con esta cita, lo que se intenta plantear aquí no es la idea del derecho periodístico al secreto en cuanto tal, sino más bien en relación a su defensa, especialmente cuando está jurídicamente desprotegido, situación bien extendida en una serie de países.

Según José María Desantes Guanter, esta no contemplación del secreto profesional periodístico en la mayoría de las legislaciones “deja al periodista totalmente indefenso ya que las leyes de procedimiento penal, que tienen una tradición secular, obligan al ciudadano, bajo la amenaza de sanción penal, a cooperar con la justicia denunciando o testificando cuando sean requeridos para ello por los Tribunales e incluso por órganos de la Administración” (7).

LA REVELACION DEL SECRETO

Si bien es cierto que en la mayoría de los países el secreto profesional periodístico está legalmente desprotegido, también lo es el hecho de que para ejercer la labor de informador se necesita una cierta dosis de audacia que lleva a correr varios riesgos. Uno de ellos, por ejemplo, y yendo hacia un caso extremo, podría ser el de sufrir un juicio y hasta una condena por negarse a revelar una información o la identidad de una “fuente” que pidió ser mantenida en reserva. Ello, en vistas de que la cuestión del secreto se refiere más específicamente a principios éticos superiores que al ámbito del derecho positivo, donde, por desgracia, puede no reflejarse, con lo que de ninguna manera se intenta justificar su grado de desprotección legal.

Y si su no contemplación en las legislaciones puede tener consecuencias negativas por los informadores (precisamente porque no se lo considera como uno de sus deberes), tampoco se puede negar que en ese caso el grado de indefensión es incluso mayor para la “fuente”.

Ello ha quedado demostrado en múltiples oportunidades en que, como consecuencia del incumplimiento del deber de guardar un secreto, por parte del periodista, la “fuente” ha sido víctima de posteriores amenazas, represalias y hasta atentados. Y en muchos casos la revelación ni siquiera se ha producido en forma explícita. A veces ha bastado con que el informador dé una serie de “pistas” sobre la identidad de una “fuente”, por ejemplo, para que se descubra quién es realmente. Eso, sin embargo, constituye igualmente el incumplimiento de un deber.

No está demás recordar aquí el caso del periodista español Javier Vinader, quien, en 1981, fue condenado a siete años de prisión por sentencia de la Audiencia Nacional. En aquella oportunidad, Vinader

fue acusado de haber cometido “un delito de imprudencia temeraria profesional, con resultado de dos asesinatos y graves daños a un grupo de personas y familias”.

La sentencia se basó en la relación causal existente entre las informaciones difundidas por el periodista y los asesinatos cometidos posteriormente por terceros en las personas de dos de los aludidos en su artículo. Efectivamente, la consecuencia de las informaciones -en las que se refería a algunos individuos, señalando sus nombres, apellidos y hasta detalles como sus lugares de trabajo- fue el asesinato de dos de ellos.

En este caso, dadas las circunstancias en que se produjeron los hechos y las informaciones, era necesaria una reserva periodística con respecto a la identificación de las personas, en vista del peligro evidente que para ellas representaban las denuncias. Esto no significa que no fuera posible hablar sobre los hechos mismos, pero sí se hacía necesario tener en cuenta, en cambio, que era imprescindible el secreto en relación a las personas o a cualquier pista que pudiera llevar a su identificación.

Tampoco hay que olvidar que, paralelo al hecho de la no revelación de informaciones y “fuentes” que le han sido confiadas en reserva al periodista, también existen situaciones en que el secreto merece el calificativo de “injustificado”. Son esos casos en que el derecho de la “fuente” a que se mantenga en reserva su identidad o la información que proporciona es anulado por otro, generalmente del público receptor.

Puede ocurrir, por ejemplo, que el periodista sea depositario de un secreto que, de ser mantenido, conllevaría serios perjuicios a terceros o dañaría el interés público.

El caso de David López, joven reportero hispano de la cadena estadounidense de televisión CBS, quien hace dos años rompió su promesa de silenciar ciertas informaciones, representa una situación concreta en la que se planteó el problema del silencio periodístico en contraposición a una denuncia relacionada con el interés público.

En diciembre de 1980 y enero de 1981, López logró entrevistar en nueve ocasiones, ante las cámaras de televisión, a William G. Bonin, un camionero conocido como “el asesino de la autopista”. Este acostumbraba recoger caminantes en las carreteras de la región de California, para luego asesinarlos.

Tras su detención por parte de la policía, Bonin fue acusado de doce homicidios. Precisamente, estaba siendo procesado cuando López consiguió entrevistarlo. Bonin hizo unas declaraciones frente a las cámaras; y luego, cuando el periodista ganó su confianza, otras, en calidad de “off the record”.

En esas circunstancias el acusado confesó al reportero que en realidad había cometido 21 asesinatos, en vez de 12, como se le acusaba. Incluso, en una oportunidad llegó a advertirle: “Cada vez era más fácil matar, cada vez más agradable. Y si saliera libre volvería al ‘trabajo’. No puedo evitarlo”.

Para saber si Bonin había hecho confidencias al periodista, al mar-

gen de las declaraciones para la televisión, el juez del Tribunal Supremo de Los Angeles, William B. Keene, hizo comparecer a López. En un principio, éste se negó a revelar el contenido de las declaraciones, amparándose en una ley californiana que respalda el secreto periodístico. Pero en una segunda oportunidad, cambiando de opinión y ante las protestas del abogado defensor, López reveló lo que había prometido callar. A raíz del testimonio presentado por el reportero, la pena de muerte se erigió en una de las eventuales condenas para el acusado.

En relación a este concreto, ¿no podría justamente decirse que el periodista no sólo tenía derecho a revelar ante el Tribunal el contenido de las confidencias hechas por el acusado -no se trataba de un secreto en relación con la identidad de la "fuente"- sino, más bien, la obligación de hacerlo?

Efectivamente, para que un informador se niegue a revelar un secreto profesional no basta con que exista una ley positiva que lo ampare, ya sea concibiéndolo como un derecho o como un deber del periodista (aunque, como quedó dicho, a nuestro juicio, éste debiera ser básicamente entendido de la segunda forma).

El problema trasciende el ámbito del derecho positivo, por lo que en algunos casos, como éste, a simple vista puede parecer que el periodista transgredió los derechos de la "fuente" y traicionó la confianza que ésta depositó en él revelándose unos hechos que, pensando en la ley, creyó que serían mantenidos en reserva.

Sin embargo, suele ocurrir que, defendiendo unos principios objetivos, el informador deba enfrentarse a una legislación que no contempla ciertas circunstancias. De ahí, que para que un periodista se niegue a revelar un secreto profesional (fue la conducta seguida por López en la primera oportunidad) no basta que exista una ley que ampare dicha actitud. De la misma manera, pero en sentido contrario, no puede decirse que sea suficiente la amenaza de una sanción penal para que el informador deba revelar lo que le fue confiado bajo la condición de ser mantenido en reserva.

La no revelación, más bien, debe estar justificada por la naturaleza misma del hecho que se pretende mantener en secreto, que ligada necesariamente a la publicación de éste, es susceptible de causar un daño objetivo a la sociedad. (Por ejemplo, las informaciones que conllevan la apología de un hecho inmoral o las que se refieren a ciertos aspectos de la estrategia defensiva de un país cuando enfrenta una amenaza externa, por citar algunos casos. No obstante, en el último, así como en situaciones asimilables a lo que tiende a denominarse "secretos de Estado", el silencio habitualmente se limita a determinada extensión de tiempo) (Nota A).

Paralelamente, la no revelación debe estar basada en las razones de la fuente para querer mantener su identidad en reserva, cuando se trata de una petición de secreto de ese tipo.

Tomando en consideración estos aspectos, es que en situaciones como la anteriormente descrita -ocurrida en la cadena de televisión CBS-, podría ser válida y hasta debida la revelación. No simplemente porque el resultado que de ella se obtenga sea positivo (ello equival-

dría a aceptar que el fin justifica los medios), sino porque en circunstancias excepcionales, como aquélla, surge un conflicto de identificación de medios y fines, que el informador debe dirimir teniendo en consideración que la ética profesional no puede entrar en colisión con la ética general. Por lo tanto, no es posible considerar a la primera como un conjunto de normas paralelas a las que indica la segunda, sino más bien, como una derivación o especificación de ésta.

En términos concretos, el caso de un periodista que, por no violar una promesa, no da a conocer un secreto profesional a sabiendas de que su revelación evitaría, por ejemplo, la muerte de personas inocentes, ¿no plantea una situación en la que el deber de reserva, transformado aparentemente en fin último, pretende lograr su cumplimiento justificando un medio no ético, como sería el de no proteger las vidas de otros y, hasta cierto punto, atentar contra ellas? Y una segunda pregunta: ¿no se advierte allí, además, la concepción de una ética profesional desligada de una moral general?

El contenido de las respuestas que el informador dé a dichas preguntas, así como la manera en que zanje prácticamente ese tipo de conflictos, dependerá de su conciencia ética. De allí la necesidad de que reciba una sólida formación en esa materia.

II PRINCIPIOS EDITORIALES Y CLAUSULAS DE CONCIENCIA

Como apuntábamos en el inicio de este artículo, en todo el proceso de consecución de la información -así como en su elaboración general- están implícitos, como unos de sus actores fundamentales, la fuente informativa y la empresa periodística, que a su vez se relacionan paralelamente con el informador, elemento no menos importante que los anteriores.

Si en el origen de la cadena que culmina con la publicación de una información es determinante el vínculo "fuente"-periodista (uno de cuyos conflictos, el secreto profesional, analizábamos en las líneas precedentes) no es menos cierto que en el otro extremo del proceso la relación informador-empresa es igualmente determinante. Ello, porque aun cuando el informador profesional actúa como "puente" entre el hecho noticiable y el público (8), no se puede olvidar -siguiendo con la analogía- que aquél se apoya sobre una estructura superior (la empresa), lo que determina su unión con los dos extremos (ideas, hechos y opiniones y receptores, respectivamente).

Aparte de las consideraciones jurídicas que sobre ellos puedan hacerse; aparte de las consecuencias que ellos puedan tener en la práctica laboral, hay dos elementos propios de la empresa periodística que inciden directamente en la inserción del informador dentro de ella, así como en el deber ser de su comportamiento frente a las "fuentes" y frente al público. Ellos son los principios editoriales y la cláusula de conciencia. Nos referiremos a ambos separadamente.

CONOCIMIENTOS "INSPIRADORES"

Una empresa periodística -ha dicho Alfonso Nieto- es "un con-

junto de trabajo redaccional y técnico, medios económicos y materiales y relaciones comerciales, para la difusión de ideas e informaciones a través de la edición de publicaciones periódicas” (9). Aunque esta definición se refiere exclusivamente a la empresa de prensa, en términos generales puede extenderse a las de televisión y radio, partiendo de la base de que su finalidad es también la “difusión de ideas e informaciones”, sólo que a través de un medio diferente: la transmisión periódica de una determinada programación.

Es precisamente en la última parte de esta definición donde debe insertarse el problema de los principios que sustenta la empresa informativa. Si se acepta que el fin de ésta es a la comunicación de ideas e informaciones, es necesario preguntarse cuál es la razón de ser de ese objetivo. Y a esa interrogante responden, precisamente, los principios editoriales. Ello queda claramente expresado en las palabras del autor inmediatamente antes citado, quien refiriéndose a éstos, los define como “un conjunto de conocimientos determinados que inspiran los contenidos informativos y fundamentan la actividad empresarial” (10).

De una u otra manera, todas las empresas informativas cuentan con estos “conocimientos inspiradores”, y aun cuando ellos nunca hayan sido explícitamente mencionados, pueden ser determinados a través de un análisis de los contenidos que difunden. Incluso, puede decirse que la no existencia de principios es ya, en sí misma, un principio. Y por otra parte, conviene destacar que cuando una empresa no pone de manifiesto sus orientaciones, puede hacerlo debido a dos razones: por simple negligencia o deliberadamente.

Es evidente que un medio que prefiere ocultar su línea inspiradora puede ejercer en forma encubierta una influencia que de otra manera se limitaría al número de personas que reconocen compartir esas mismas ideas: “La adhesión del lector viene determinada por su identificación con la línea editorial y el contenido de la publicación” (11). (Nota B).

De ello puede deducirse un peligro potencial de manipulación del público, en la medida en que éste se constituye en “consumidor” de un producto, atrae anunciantes y aumenta el valor patrimonial de la empresa, de acuerdo a lo que podría llamarse “el precio de la clientela”.

Pero paralelamente a este posible interés puramente lucrativo de algunas empresas, se levanta una serie de derechos de los receptores. Estos, desde otra dimensión, necesitan saber qué están “consumiendo”. Más, aun cuando, dada la cantidad de información disponible, quienes no conocen los principios por los que se rige un medio pueden ser fácilmente manipulados.

Además, del supuesto de la información necesariamente verdadera (de no cumplir con el requisito de la verdad, no puede considerarse información, en sentido estricto) se sigue el imperativo de la sinceridad y de la objetividad por parte de quienes detentan la función de informar, con respecto al público. Es en este segundo aspecto donde se en-

marca la necesidad de explicitar claramente los principios ideológicos que rigen los contenidos que se difunden.

Si esto es exigible por el público, en vista de consideraciones éticas, es conveniente para la empresa, desde el punto de vista económico. Porque, dada la incidencia de los receptores en los ingresos y en la publicidad de las empresas informativas, ante el solo peligro de perderlos, les conviene respetar sus derechos. Debido a esto, para lo que se refiere a los principios editoriales, ellos deberían ser puestos explícitamente en conocimiento del público y redactados con claridad y precisión. Por último, resulta obvio decir que debe haber una correspondencia entre la línea proclamada y los contenidos informativos que realmente se difunden, motivo por el cual resulta conveniente hacer una revisión periódica de los principios sobre todo en materias que están sujetas a cambios.

No obstante, desde el punto de vista de la ética periodística es, por supuesto, más importante la relación empresa-informador, de acuerdo a su adhesión o rechazo a la orientación que ella posee.

Al periodista le corresponde materializar la idea empresarial de edición, consistente en comunicar ideas e informaciones, a través de la materialización de los contenidos, lo que conlleva la búsqueda y selección de ellas.

Teniendo a la vista ese planteamiento, puede deducirse el deber del periodista de conocer los principios del medio para el cual trabaja (principalmente debido a su responsabilidad para con el público). De lo contrario, al materializar una idea que no comparte, estaría cometiendo una falta -además de un engaño- hacia sí mismo, hacia la empresa y hacia los receptores.

Como resultaría absurdo pretender atribuirle la libertad de difusión al empresario y la de pensamiento al periodista, es indispensable que exista entre ambos un respeto recíproco, así como una correspondencia en los principios básicos que sustentan. En ello se basa el hecho de que, a la hora de la contratación, el empresario pueda exigirle al informador una identificación con las orientaciones del medio, lo que no determina una disminución de la libertad por parte del periodista (suponiendo que los principios son libremente propuestos y libremente aceptados), sino, en algunos casos, una disminución de las posibilidades de obtener un trabajo. (Nota C).

La situación no puede ser de otra manera, si se tiene en cuenta que el periodista no posee absoluta autonomía para difundir sus principios, sino los que sustenta la empresa. Es decir, puede transmitirlos -de hecho lo hace- en la medida en que concuerden con los del medio.

Hasta aquí se ha hecho referencia a la importancia de los principios editoriales en lo relativo a la difusión de informaciones. Se dijo que, en vista de que el periodista elabora el contenido de ellas, no sólo tiene el deber de conocer la línea que inspira a la empresa en la que trabaja, sino también de compartirla. Pero si se considera que la formulación de una línea editorial no sólo tiene incidencia en la difusión de ideas, hechos u opiniones, sino también en su investigación y

selección, el asunto adquiere todavía mayor importancia para los informadores.

La definición sobre la orientación empresarial, que citábamos en líneas precedentes, no hace referencia en forma específica al problema de la obtención de la información, aunque quizás éste podría entenderse involucrado en la frase relativa a la "actividad empresarial".

Sin embargo, parece importante plantear la cuestión en forma separada. Los principios de la empresa no pueden incidir sólo en los contenidos y en el tratamiento que se les da a ideas, hechos y opiniones, sino que deben determinar todo el método de trabajo periodístico, desde la obtención hasta la publicación de los datos sobre un determinado hecho. Dicho de otra manera, no sólo debe haber una correspondencia entre los contenidos informativos que la empresa difunde y sus principios, sino también entre éstos y la forma en que obtiene esas informaciones.

CAMBIO DE ORIENTACION Y CLAUSULA DE CONCIENCIA

Directamente vinculado con el tema de los principios que sustenta la empresa informativa, así como con su aceptación por parte del periodista, se halla la cuestión de la cláusula de conciencia. Esta consiste en "una cláusula legal, implícita en el contrato de trabajo periodístico, según la cual, en determinados supuestos que la ley tipifica en relación con la conciencia del informador, los efectos económicos de la extinción de la relación laboral periodística producida por voluntad unilateral del trabajador, equivalen a los del despido por voluntad del empleador (12).

Aunque el principio de la definición precedentemente citada se halla inserto en las legislaciones de varios países europeos (el origen de la tesis que sustenta la cláusula de conciencia podría hallarse en una ley húngara de 1914) en las naciones de la región americana el concepto se encuentra muy poco difundido y analizado. Pero si bien es cierto que resulta positivo que la cláusula de conciencia esté legalmente tipificada, parece evidente que su base de sustentación trasciende los aspectos estrictamente jurídicos y los problemas que se sitúan en el origen de la relación contractual entre un informador y una empresa informativa.

Ello, porque el conflicto para la conciencia del informador, que valida la apelación de la cláusula, supone el no cumplimiento o el cambio, por parte de la empresa, en relación a sus principios editoriales.

No obstante ello, y aunque la definición citada no lo contempla así, ¿no podría con justicia plantearse el conflicto también en sentido inverso, precisamente porque se origina en una no contemplación del acuerdo sobre la línea editorial, que involucra tanto al periodista como al empleador en el momento de la contratación? Es decir, ¿no es posible, de la misma manera, sostener que en determinadas circunstancias relativas a la conciencia del empleador, los efectos económicos (o si se prefiere, a la falta de efectos, en este caso) de la extinción laboral produ-

cida por voluntad unilateral de éste, equivalen a los de renuncia voluntaria por parte del informador?

La pregunta parece válida porque, si se acepta que todas las empresas informativas cuentan con principios editoriales, que aunque no sean expuestas abiertamente, son deducibles de los contenidos que difunde, se debe colegir que -aun sin estar estipulado en el contrato de trabajo bajo la forma de una indemnización o de una no indemnización, según sea el caso-, el cambio en relación a ellos no obliga en conciencia a la parte que no cambia.

Por referirse a los principios de la empresa, la cuestión de la cláusula de conciencia está directamente relacionada con los problemas éticos que plantean la consecución, elaboración y transmisión de la información, porque, como se señalaba, las orientaciones ideológicas empresariales no sólo deben determinar los contenidos que se difunden, sino también la forma en que se investigan, la selección y elaboración de las informaciones. Y en este sentido, la cláusula sería esgrimible, tanto por el periodista como por el empleador, frente a un problema de conciencia surgido en cualquiera de las mencionadas etapas, siempre y cuando la cuestión que lo motiva estuviera reñida con el contenido de los principios editoriales aceptados en el momento de la contratación.

Con esto se quiere indicar que dicha situación no sólo puede presentarse a causa de un cambio en la orientación empresarial -sea ella motiva por una venta de la empresa o por nuevas circunstancias socio políticas-, sino también cuando no habiendo una alteración en la línea editorial, se advierte que no existe la necesaria correspondencia entre los principios expuestos, las formas de investigación y los contenidos difundidos, siempre y cuando ello represente un caso excepcional con respecto a la línea constante, presente y reconocida del medio de comunicación. Esto último merece ser enfatizado porque también podría ocurrir el caso de una empresa que permanentemente viola los principios que dice defender. Frente a una circunstancia de esta índole, y desde un punto de vista estrictamente legal, la cláusula de conciencia quizás podría ser apelable por el informador, siempre y cuando, tanto ella como los principios hubieran sido explicitados en la relación contractual. Sin embargo, desde una perspectiva ética, no ocurre lo mismo. Los contenidos difundidos por la empresa, así como su postura públicamente reconocida, son reflejo de los principios que en realidad sustenta. De manera que si, a sabiendas de eso, un periodista acepta trabajar en esa empresa, no puede luego esgrimir la cláusula de conciencia arguyendo una supuesta alteración de la línea, porque de hecho no ha habido cambios.

Todos los casos antes mencionados se refieren a las circunstancias en que la cláusula de conciencia es susceptible de ser apelada por el informador. Pero si ella -como puede sostenerse- también constituye una prerrogativa del empleador, entonces éste está en condiciones de esgrimirla cuando el periodista -a través de los mecanismos de reporte, de la elaboración de la información o de los contenidos que di-

funde- atenta unilateral y voluntariamente contra los principios editoriales explícitos o tácitos de la empresa, que aceptó compartir en el momento de la contratación.

NOTAS

Nota A: Cuando nos referimos a que la revelación de un hecho puede causar daño a la sociedad, no estamos atribuyendo esa posibilidad a la naturaleza moral del hecho como tal. Lo inmoral en sí puede ser susceptible de una legítima y hasta necesaria información e investigación. Por otra parte, un hecho ético en sí puede servir de contenido a una investigación e información indebidas.

Nota B: Lo mismo podría decirse de los oyentes y televidentes en relación con los principios y contenidos de la programación que transmiten las estaciones de radio y televisión.

Nota C: En este sentido, conviene hacer especial hincapié en lo que se refiere al compromiso con los principios editoriales y la libre aceptación de éstos por parte del periodista, como condición de éste. Ello porque un periodista que, por ejemplo, enfrentado a una insostenible situación económica y sin más opciones laborales, aceptara trabajar para un medio cuya línea editorial no comparte, en estricto sentido no faltaría a la ética, siempre que se desempeñara en una sección lo más desligada posible de los principios ideológicos que la empresa pretende difundir. En casos como éste, el grado de libertad con que se adhiere a la empresa es, por lo menos, dudoso.

BIBLIOGRAFÍA

1. Diccionario de la Lengua Española. Editorial Espasa Calpe. Madrid 1956. Pág. 1.183.
2. Idem.
3. Benito, Angel: "La socialización del poder de informar". Ediciones Pirámide, Madrid, 1978. Pág. 219.
4. Consejo de Europa. Documento B(73), 1974. Citado en Benito, Angel: Op. cit. Pág. 220.
5. Idem. Pág. 227
6. Brajnovic, Luka: "Deontología periodística". EUNSA. Pamplona, 1978. Pág. 211
7. Desantes Guanter, José María: "La función de informar". EUNSA. Pamplona, 1976. Pág. 145.
8. Brajnovic, Luka: Op. Cit. Pág. 115.
9. Nieto, Alfonso: "El concepto de empresa periodística". EUNSA. Pamplona, 1967. Pág. 41.
10. Nieto, Alfonso; Desantes, José María; y Urabayen, Miguel: "La cláusula de conciencia". EUNSA. Pamplona, 1978. Pág. 290.
11. Nieto, Alfonso: Op. Cit. Pág. 32.
12. Nieto, Alfonso; Desantes, José María; y Urabayen, Miguel: Op. Cit. Pág. 117.