

El hecho unitario de la información

RAFAEL ANSÓN*

DURANTE mucho tiempo, no existía más actividad informativa que la periodística y, más concretamente, el periodismo escrito. Poco a poco, la revolución tecnológica trasladó la actividad informativa a ámbitos tan importantes como la radio o la televisión. Y, más allá, otros soportes como el cine, el disco o el vídeo cumplen también, sin duda, misiones informativas de gran importancia. Poco a poco, los soportes técnicos han ido condicionando de forma decisiva el mundo informativo. La informática y la electrónica incorporadas a los procesos de comunicación están llamadas a desarrollar nuevas posibilidades jamás imaginadas por el hombre. Se ha llegado a decir que tan importante como que el hombre llegara a la Luna es que pudiera ser visto en directo por toda la humanidad. En cualquier caso, sin llegar a la exageración de decir que «el mensaje es el medio», no cabe duda de que los medios actuales definen unos mecanismos y unos sistemas de información cualitativamente distintos de los anteriores.

Y en torno a esta complejidad tecnológica, han ido apareciendo nuevos sistemas de comunicación social que tratan de cubrir objetivos bien diferenciados. De la primitiva propaganda política o de la publicidad comercial, se ha ido pasando poco a poco a mecanismos más sofisticados, como son las relaciones públicas, el marketing político, la investigación social, las campañas de imagen y, en general, todos cuantos sistemas técnicos hacen posible una mayor influencia en la opinión y en la imagen pública. Prácticamente, en los países desarrollados, ninguna actividad importante, sea política o económica, pública o privada, puede prescindir de una cobertura informativa que haga posible hacer llegar al público los aspectos positivos de la persona, empresa o entidad, comprometidas en su desarrollo.

Si en su día el factor predominante en la vida social fue el jurídico, y más adelante el técnico y el económico, puede afirmarse que, cara a los últimos años del siglo XX, lo más característico del mundo contemporáneo es el hecho informativo. La información constituye el telón de fondo imprescindible, el caldo de cultivo necesario, sin el cual el éxito es impensable. Quizás por ello, los profesionales de la información, los periodistas, los medios de comunicación social, los gabinetes de relaciones públicas o de relaciones externas, las empresas de marketing político o de imagen pública, se han convertido en los verdaderos protagonistas de este último cuarto del siglo XX.

Dentro de este contexto, poco a poco, se va afirmando cada

* San Sebastián. Doctor en Derecho. Diplomado de la Escuela Normal de Administración de Francia (ENA). Secretario General de la Federación de Colegios de Profesionales de Relaciones Públicas. Secretario General de FUNDES y del Colegio Libre de Eméritos.

vez más la unidad del hecho informativo. Es evidente que todavía existen diferencias importantes entre los distintos tipos de actividad, sobre todo en lo que a procesos se refiere. Pero lo mismo que ocurre con el hecho jurídico, cuya unidad es compatible con la existencia de jueces, fiscales o abogados defensores, con papeles claramente diferenciados, también la propaganda o la publicidad, las relaciones públicas, la información o la investigación social, son aspectos diferentes de un mismo fenómeno unitario que es la comunicación social.

El valor ético de la información

Antes de nada, es preciso plantearse a fondo los problemas éticos que afectan al mundo de la información y de la comunicación social. La extraordinaria importancia de los medios informativos, su influencia decisiva en todas las esferas y facetas de la actividad política, económica y social, exigen que los profesionales de la comunicación lleven a cabo su actividad con el máximo respeto a los principios éticos. Las «facilidades» técnicas para la manipulación informativa no pueden tener más control que el sentido ético de los profesionales. Por ello, es necesario plantearse no solo una regulación jurídica que garantice el adecuado uso de los medios de comunicación al servicio de la comunidad para evitar posibles abusos o desviaciones en el ejercicio de la actividad informativa sino también una «moral informativa». Es evidente que la tentación «manipuladora» es mayor en aspectos de la actividad informativa como pueden ser las relaciones públicas, las campañas de imagen o el marketing político. Pero esa tentación puede surgir también para los periodistas, para los profesionales de la radio o la televisión e, incluso, para los investigadores sociales.

Si todos los profesionales actúan de acuerdo con la ética de su actividad, el mundo moderno será mejor para todos. En un sistema democrático, los jueces y los periodistas, la justicia y la información, constituyen pilares básicos para un desarrollo armónico y para la existencia de un verdadero Estado de Derecho. Si fallan los informadores, los comunicadores sociales, la democracia se desvía y puede incluso llegar a corromperse. Es preciso, en los próximos años, hacer un extraordinario esfuerzo para delimitar parcelas, clarificar competencias y garantizar un planteamiento ético de todas las actividades informativas.

Hay que establecer las diferencias entre una campaña de imagen y una acción de «lobby», entre un gabinete de influencia y una empresa de relaciones públicas. Hay que ver hasta qué punto es incompatible el ejercicio simultáneo de dos actividades profesionales relacionadas con el mundo de la información. La Ley prohíbe ya el ejercicio simultáneo del periodismo y la publicidad, pero probablemente esas incompatibilidades habría que extenderlas a otras esferas de la actividad informativa, cuya acción simultánea puede estar muchas veces reñida con la ética. Teniendo en cuenta que el hecho informativo es el fenómeno más importante de la vida actual de los países avanzados y democráticos, parece lógico que el Estado y la sociedad se ocupen de una manera urgente y profunda de llevar a cabo todas las acciones que sean precisas para

**LA PUBLICIDAD,
LAS RELACIONES
PÚBLICAS O LA
INFORMACIÓN
SON ASPECTOS
DIFERENTES DE
LA
COMUNICACIÓN
SOCIAL**

**HAY QUE
GARANTIZAR UN
MÁXIMO DE
ÉTICA EN LAS
CONDUCTAS Y
ACTUACIONES**

garantizar un máximo de ética en las conductas y en las actuaciones en la esfera de la comunicación social.

La profesionalidad

El principal mecanismo que ha encontrado la sociedad humana a lo largo de los tiempos para garantizar la ética en el ejercicio de una actividad importante ha sido su profesionalización. El profesional tiende a comportarse de acuerdo con unos principios éticos, porque en caso contrario puede llegar a perder su propia profesión. Una persona que no sea médico puede con más facilidad llevar a cabo prácticas poco éticas en materia de salud. Un médico, que ha dedicado muchos años de su vida a obtener el título y a conseguir un status profesional, difícilmente dejará de respetar los principios éticos que inspiran su actividad. Parece lógico que este mismo mecanismo funcione cada vez más en el mundo informativo. Es necesario acabar con el amateurismo y con los aficionados. La sociedad debe tener la seguridad plena de que las personas que trabajan en el mundo de la comunicación son auténticos profesionales, que tienen los conocimientos necesarios y que respetarán la ética de su actividad.

Precisamente, el otro aspecto básico de cualquier actividad profesional es la educación. Ética y enseñanza constituyen los soportes de la profesionalidad. Naturalmente, en el mundo de la comunicación trabajan muchas personas que no requieren un título, universitario o medio. El mundo de la comunicación tiene mucho que ver con el arte y con la técnica. No se puede prescindir de la colaboración de personas especialmente cualificadas porque no tengan un título. Pero, en todo caso, debe exigírseles un nivel de conocimientos adecuado, adquirido en la práctica y con la experiencia. Lo importante para el futuro es delimitar exactamente, como ya se está haciendo en parte en el periodismo, cuáles son los puestos que requieren una titulación formal y cuáles pueden ser desarrollados por personas que acrediten conocimientos, experiencia y especial cualificación. Lo que no puede permitirse es que el mundo de la comunicación sea una especie de «puerto de arrebatacapas», donde todos los intrusismos estén permitidos. Porque ello no sólo perjudica a los profesionales de verdad, sino, sobre todo, puede resultar especialmente negativo para la sociedad, las instituciones y los ciudadanos. Es, precisamente, en defensa de esa sociedad por lo que debe ampliarse cada vez más el grado de profesionalización de las actividades que tienen que ver con ese mundo ancho y profundo de la comunicación social.

**DEBE
AMPLIARSE
CADA VEZ MÁS
EL
GRADO DE
PROFESIONA-
LIZACIÓN**

El marco jurídico

Constituye uno de los elementos más conflictivos de la actividad informativa. Es obvio que un hecho, sociológicamente hablando, tan importante como la comunicación social no puede quedar al margen del mundo del Derecho. Sin embargo, no es menos cierto que cualquier tipo de regulación jurídica que afecte a la actividad informativa puede llegar a tener efectos negativos en su aspecto más importante: el de la libertad. El derecho a la libertad

de expresión, constitucionalmente aceptado en todos los países democráticos, no puede verse afectado o limitado por una regulación jurídica que, incluso con la mejor buena intención, acabe constituyendo un auténtico corsé que impida esa espontaneidad que es consustancial a la libre actividad en la esfera de la comunicación social. Pero no es menos cierto que la proliferación de sistemas y técnicas de información, de actividades y gabinetes, de empresas y profesionales, requiere que se establezca un cierto orden jurídico, que evite las «compatibilidades» excesivas e incluso contrarias a la ética, que impida duplicidades de función, que haga más difíciles las manipulaciones y, en último término, que establezca unos cauces amplios donde, sin pérdida de la libertad, se eviten los abusos y las inseguridades.

Es posible que la mejor Ley de Prensa sea la que no existe, pero en cambio el Estatuto de la Publicidad en España ha tenido una incidencia extraordinariamente positiva y ha evitado muchos de los inconvenientes que se hubieran producido en el desarrollo de esa actividad básica en la economía moderna. Parece lógico que algo parecido pueda hacerse con las relaciones públicas, con las empresas de imagen, con la actividad de investigación social y con tantos otros movimientos y actividades que de una u otra forma tienen que ver con el mundo de la información. Habría que precisar jurídicamente el alcance de cada una de las denominaciones, sus diferencias con actividades más o menos paralelas, como puede ser el «lobby» o los gabinetes de influencia, la exigencia de profesionalidad o de titulaciones para determinados puestos concretos, los requisitos mínimos para la constitución de sociedades y de empresas de comunicación, etc. Todo ello no afectaría para nada a la libertad de expresión y en cambio evitaría los conflictos, las arbitrariedades, el intrusismo y, en último término, el caos al que podría llegarse en el mundo informativo, si no se establecen unas reglas jurídicas mínimas que clarifiquen, delimiten y concreten las diferentes parcelas en que se estructura el hecho unitario de la información.

En este sentido, es evidente que temas como el de la televisión privada, las telecomunicaciones, las relaciones entre informática y comunicación social, requieren una regulación urgente. Pero no hay que dejarse obsesionar por temas tan de moda como el de la televisión privada. El mundo de las comunicaciones es mucho más amplio y, como es lógico, requiere una regulación de conjunto. En este sentido, las declaraciones del Ministro de Transportes, Turismo y Comunicaciones, que figuran en este mismo número, marcan un camino claro en cuanto a las posiciones de la Administración Pública. Lo que hace falta es que todas esas ideas, esos planteamientos políticos, se concreten en normas jurídicas válidas, que no sólo no limiten la libertad sino que la amplíen, que no representen una ingerencia o una influencia excesiva del Estado sino que por el contrario garanticen el protagonismo de la sociedad civil.

***ES POSIBLE QUE
LA MEJOR LEY DE
PRENSA SEA LA
QUE NO EXISTE***

***LA LIBERTAD DE
INFORMACIÓN
CONSTITUYE UNO
DE LOS SOPORTES
DE LA
DEMOCRACIA***

***SÓLO LA SOCIEDAD
PUEDE IMPEDIR
LAS INGERENCIAS O
ABUSOS CONTRA LA
LIBERTAD DE
EXPRESIÓN***

El entorno político

La libertad de información constituye uno de los soportes básicos de la democracia política. Quizás, por ello, lo primero que hace cualquier aprendiz de dictador o cualquier sistema totalitario es suprimir la libertad de expresión. La opresión sólo es posible en el silencio. El control de las sociedades y de los individuos sólo puede hacerse en la oscuridad, tiene que basarse en la falta de conocimiento y, por tanto, tiene que suprimir de raíz toda actividad informativa, sustituyéndola por una propaganda obsesiva y alienante.

Pero no cabe duda que incluso en las democracias plenas, los poderes políticos tienen muchas veces la tentación de limitar, interferir o condicionar la libertad de comunicación y la actividad de los informadores, de los periodistas. La importancia de la información es tan grande para la actividad política, y, más aún, para el éxito electoral, que parece normal que en ocasiones los políticos no respeten o, por lo menos, no toleren con complacencia el ejercicio de la libertad de los profesionales de la información. Alcanzar el poder en un sistema democrático, y mantenerse en él, requiere una buena imagen, lo que se llama normalmente «tener buena prensa». Lo lógico es conseguir una información positiva mediante una gestión, unos planteamientos y un talante personal que la justifiquen. Pero, en ocasiones, puede intentarse lograr una buena imagen a través de mecanismos paralelos o artificiales, que en último término pueden limitar o sesgar la objetividad y la libertad de la información. En Estados Unidos, la frase que define las relaciones públicas es «hacer bien las cosas y hacerlo saber». Sin embargo, a veces, se prefiere dedicar más esfuerzo y más dinero a la segunda parte que a la primera. Se olvida la necesidad de hacer las cosas bien y se buscan mecanismos de influencia en la opinión pública, que alteren o manipulen la realidad, para lograr una mejor imagen.

Es obvio que no se trata de un tema exclusivamente jurídico. En el mundo anglosajón, donde no existen grandes leyes ni complejas normas jurídicas, es la sociedad quien garantiza el respeto a la libertad de información por parte de todos, incluidos los políticos y los poderes públicos. Sólo la sociedad puede impedir ingerencias o abusos que vayan en contra de la libertad de expresión. En los países latinos, donde no hay muchas veces esa sensibilidad social, trata de sustituirse por unas normas jurídicas que, a la corta o a la larga, acaban limitando la libertad en lugar de favorecerla. Por ello, parece indispensable, al menos en nuestro país, llevar a cabo una eficaz mentalización de la sociedad para que sea consciente de que cualquier limitación de la libertad informativa afecta de forma decisiva a la democracia en su conjunto. Los españoles tenemos que ser conscientes de que al defender la libertad de los informadores y de los periodistas estamos defendiendo nuestras libertades, nuestros derechos civiles y políticos, nuestra posibilidad de vivir en democracia y de convivir en paz.

La tensión entre políticos y profesionales de la información ha existido y existirá siempre. Aunque aparentemente tengan el objetivo común del servicio a la comunidad, muchas veces, en la prác-

tica, sus finalidades no son coincidentes, pero una cosa es que existan tensiones y otra que una de las partes intente imponerse. El poder político no debe impedir el libre ejercicio de lo que se ha llamado el «cuarto poder», pero es obvio que el «cuarto poder» no puede tratar de sustituir, como a veces lo intenta, al poder político. La sociedad, a través del sistema electoral, confía en sus representantes, en unos partidos y en unas personas. Y son ellos los que tienen la responsabilidad de gobernar y administrar. Los medios de comunicación tienen que dar a conocer, difundir, informar, analizar y controlar el ejercicio democrático de la actividad política. Nada más y nada menos. La sociedad debe evitar también una toma de posición política de los medios de comunicación que irían en contra de la objetividad informativa. En el proceso actual de las elecciones en Estados Unidos, se está asistiendo, de una manera más descarada que en otras ocasiones, a una participación de los medios de comunicación como auténticos elementos de actuación política, más allá de su responsabilidad y de su vocación de informar y servir a la comunidad.

Las nuevas tecnologías

Cara a los próximos años, la información, en su apariencia externa, en sus soportes básicos, ya no será como es en la actualidad. Las nuevas tecnologías, revolucionarias en todos los campos de la actividad moderna, son quizás más espectaculares y más novedosas en materia de información. Los periódicos electrónicos, la televisión por satélite, el ordenador doméstico con aplicaciones informativas, van a revolucionar de manera casi total el tradicional mundo de las comunicaciones, suficientemente alterado ya en los últimos 30 años. Es imprescindible que la nueva potencia, el nuevo poder que representan las tecnologías de vanguardia, no se utilice contra la libertad sino a favor de la libertad y de la democracia. Con las nuevas tecnologías, la tentación de abusar del poder puede afectar más a los profesionales de la comunicación que a los poderes políticos y económicos. Una vez más, no es una cuestión jurídica, no es un problema de normas o de leyes. Es un tema de sensibilidad social, de control social, que debe ejercerse para impedir el mal uso o el abuso de unos medios de comunicación, cuya influencia y cuyo poder puede llegar a ser casi aplastante y obsesivo.

Es fundamental que en el desarrollo de estas nuevas tecnologías, en su evolución y concreción, en su utilización y disfrute, en su propiedad jurídica y en su actuación profesional, la Sociedad y el Estado tengan un cuidado exquisito para establecer un equilibrio de poderes, de contrapesos y de garantías, que impidan cualquier tentación totalitaria de carácter informativo. Las nuevas tecnologías, los nuevos instrumentos, no son buenos ni malos. El carácter ético corresponde sólo a la actividad humana. Somos las personas quienes podemos utilizar bien o mal unos instrumentos y unos mecanismos tecnológicos que deben estar al servicio de toda la comunidad y, en último término, al servicio de la humanidad en pletio, porque una de las características de las nuevas tecnologías informativas es precisamente su universalidad.

**EL «CUARTO
PODER» NO PUEDE
TRATAR DE
SUSTITUIR
AL PODER
POLÍTICO**

**UNA DE LAS
CARACTERÍSTICA
S DE LAS NUEVAS
TECNOLOGÍAS
INFORMATIVAS
ES LA
UNIVERSALIDAD**

Lo mismo que en otras esferas de la actividad económica e industrial, con más razón deberían constituirse las correspondientes comisiones de estudio, los gabinetes y los centros culturales que permitan un análisis previo del mundo que se nos avecina y, por tanto, que hagan posible el adecuado control del mismo al servicio de la libertad, de la democracia, de la convivencia pacífica y del desarrollo individual. La aplicación de los avances en los estudios de sociología y psicología, de las ciencias humanas y de los mecanismos culturales, a la función que tendrán en los próximos años los medios y las actividades de comunicación social, es la mejor garantía de que esas nuevas realidades no se van a convertir en un «Leviatán» opresor sino que, por el contrario, van a ser extraordinariamente positivas para hacer más libre, más justa y más feliz la vida del ser humano sobre la tierra. De todos los seres humanos sobre todas las tierras del planeta.