

SINTAXIS

Número 1

Ética de la Comunicación

Sintaxis, revista electrónica de divulgación en materia de Comunicación, científica, es una publicación del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México Norte, editada por Investigaciones y Estudios Superiores, S.C., Av. Universidad Anáhuac 46, Huixquilucan, 52786, Estado de México. Editores responsables: Por parte del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada, Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac México Norte: Dra. María Antonieta Rebeil Corella, correo electrónico: arebeil@anahuac.mx

Número de reserva de derechos al uso exclusivo 04-2009-012011002200-102, otorgado por la Dirección de Reservas de Derechos del Instituto Nacional del Derecho de Autor.

Número de certificado de licitud de título expedido por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, de la Secretaría de Gobernación: En trámite.

Número de certificado de licitud de contenido expedido por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, de la Secretaría de Gobernación: En trámite.

ISSN 2007-0500

Las opiniones vertidas en esta publicación son responsabilidad de los autores y no representan necesariamente la posición de la Universidad Anáhuac México Norte.

© Derechos reservados conforme a la ley

Queda totalmente prohibida su copia o reproducción parcial o total de esta obra, incluido el diseño tipográfico y de portada, sea cual fuere el medio, electrónico o mecánico, sin consentimiento por escrito de los editores.

Redacción: Universidad Anáhuac México Norte, Facultad de Comunicación. Av. Universidad Anáhuac Num 46, Col. Lomas Anáhuac, Huixquilucan, Edo. de México, C.P. 52786, México. Tel. 56270210 ext. 7697 y 8574. Correos electrónicos: arebeil@anahuac.mx , clemente.sanchez@anahuac.mx

www.anahuac.mx/comunicacion/cica

Publicadas por Clemente Sánchez-Urbe a la/s 13:46 No hay comentarios.: [Vínculos a esta publicación](#) 

Etiquetas: 02 Directorio

Editorial:
Comunicación, autocontrol y legislación
(María Antonieta Rebeil Corella)

Dossier:

1. Violencia mediática: una reflexión desde la ética general
(Carlos Lepe Pineda)
2. Corresponsabilidad y prevención: sistema integral para la comunicación de bebidas con alcohol
(Jorge Alberto Hidalgo Toledo)
3. Pornografía en Internet: un asunto de corresponsabilidad familiar y mediática
(María Antonieta Rebeil Corella)

Sección 1-Ética y Corresponsabilidad:

1. Ética y corresponsabilidad mediática en el sistema de medios de información electrónicos en México
(Javier Esteinou Madrid)
2. Ética y medios en los tiempos de la globalización
(Blanca Chong López)
3. El porqué y para qué, hoy, de la recepción crítica de los medios de comunicación
(Jerónimo Repoll)

Sección 2- Influencia e innovación de los Medios:

1. El "pensamiento comunicacional" en México: notas para un debate (auto) reflexivo
(Raúl Fuentes Navarro)
2. Hacia la construcción de un modelo de comunicación para la sustentabilidad: las primeras letras del alfabeto ambiental
(Rafael Tonatiuh Ramírez Beltrán)
3. La decisión de Galadriel: lecciones de ética y axiología a través de lo fantástico
(José Antonio Forzán Gómez)

Sección 3- Comunicación integral en las Organizaciones:

1. Responsabilidad social y ética en las organizaciones: ¿una cultura verdaderamente responsable y comprometida de las organizaciones en México?
(Clemente Sánchez Uribe)
2. Diálogo para la responsabilidad social: una tarea comunicativa
(Enrique Esquivel López)
3. Comunicación integral e industria publicitaria
(María de la Luz Fernández Barros)

Casos de Comunicación:

1. La ética de la comunicación, corresponsabilidad de los medios
(Leopoldo A. Brito Vargas)

Reseña de libros:

1. Reseña del libro *Language, Culture, and Communication. The meaning of messages*, de Nancy Bonvillain.
(Laura González Morales)
2. Breve reseña del *XIV Anuario de Investigación de la Comunicación Coneicc*
(Pablo Fernández Juárez)

Reseña de Medios:

1. Radio
La hora nacional
(Laura King Lozano)
2. Televisión
Defensor del Televidente
(Cándido Pérez Hernández)
3. Cine:
La verdad incómoda: una reflexión acerca del calentamiento global
(Cristina Prado Arias)
4. Impreso-Prensa
Cuando McLuhan se equivocó
(Mario Abad Schoster)
5. Impreso-Revista
Merca 2.0 Una revista con especialidad en mercadotecnia, publicidad y medios
(Mariela Ezpeleta Maicas)

Recomendaciones bibliográficas

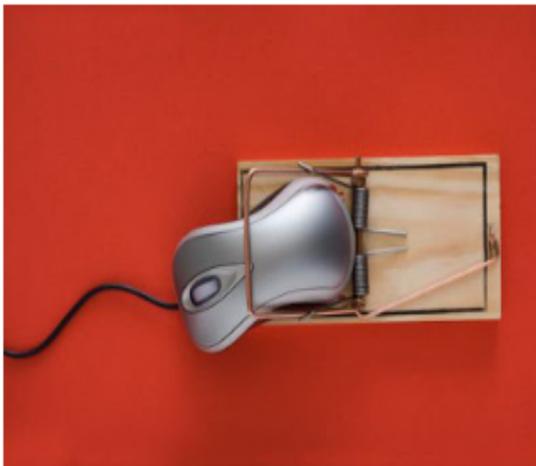
Ética y corresponsabilidad mediática en el sistema de medios de información electrónicos en México

Javier Esteinou Madrid

Transición política y cambio comunicativo

La transformación del sistema político mexicano que se dio, después de 70 años, con las elecciones del 2 de julio de 2000 y el inicio de la débil transición democrática que se derivó de este proceso durante el gobierno del ex presidente Vicente Fox Quesada del 2000 al 2006 requiere, para su consolidación, no sólo la modificación de las arcaicas estructuras económicas, políticas, culturales, financieras, redistributivas, electorales, burocráticas, participativas, etc. del Estado y de la sociedad que operaron durante mucho tiempo en el país, sino de la modificación del actual sistema de comunicación nacional cerrado, monopólico, vertical y autoritario, que ha dominado en las últimas décadas. Esto es, el proceso de construcción de la democracia en México no se puede alcanzar sin la profunda democratización de los medios de información colectivos: democracia social es sinónimo de apertura y pluralidad de los canales de información, por consiguiente, no puede existir democracia, si no existen sistemas de comunicación democráticos.

Por ello, para reformar al Estado en materia de comunicación, ciudadanizar los medios de información en México y dar algunas salidas de participación a los grandes grupos sociales a través de éstos, es indispensable modificar el viejo pacto social de comunicación monopólico, unilateral, concentrador, hermético, obsoleto y discrecional que ha existido entre el Estado mexicano y los concesionarios de los medios de comunicación y que sirvió de base durante tres cuartas partes del siglo XX al decadente régimen político anterior. Ahora, es necesario construir, mediante la reforma del Estado, una nueva relación trilateral (Estado, concesionarios y sociedad) de naturaleza abierta, democrática, plural, equilibrada e incluyente que permita que los ciudadanos participen colectivamente, a través de ellos, para contribuir a enriquecer el espectro político-cultural de nuestra nación y crear una cultura civilizatoria superior que nos permita sobrevivir pacífica y humanamente en nuestro país.



Debemos considerar que para ejercer el derecho a *ser ciudadano* se requiere la existencia de un sistema democrático que permita la libre difusión informativa y de opiniones cuya sustancia brinde elementos para decidir sus destinos personales y sociales. La condición de ciudadanía sólo puede ejercerse si se garantiza, promueve y respeta el derecho a la información, ya que en la naturaleza de éste subyace el prerrequisito de toda democracia: la transparencia del ejercicio público, el debate e intercambio de ideas e informaciones, la rendición de cuentas, la asunción de reglas claras en todos los terrenos de la vida social y política (Martínez, 2001).

En pocas palabras, sólo con la aplicación del derecho a la información se puede ser ciudadano; sin la aplicación de éste, sólo se es súbdito del poder o consumidor del mercado.

La herencia histórica

Empero, no obstante la necesidad estructural de "apertura política" que creó el proyecto modernizador en las últimas décadas en el país, el saldo que arrojó el viejo sistema de control del poder tradicional demostró que en el terreno de la información colectiva los diagnósticos, las demandas e iniciativas fundamentales de políticas de comunicación que presentó la sociedad mexicana durante más de 35 años para la transformación del Estado nacional, vía foros, seminarios y consultas públicas, fueron negadas, menospreciadas, desconocidas y marginadas por la esfera del poder. Con ello, una vez más volvió a surgir la profunda desilusión y desencanto de la sociedad civil para considerar que los espacios de "apertura" que creó el Estado sean los conductos viables para la transformación de los medios de comunicación nacionales.

De esta forma, el viejo aparato de gobernabilidad del Estado mexicano aceptó la existencia de diversas regulaciones para normativizar y supervisar todas las áreas del funcionamiento social como la banca, la industria, el comercio, la educación, la agricultura, la cultura, la política, etc., excepto la comunicación social. Así, el único terreno donde el gobierno y el mercado sostuvieron que no debe reglamentarse la acción pública del Estado fue en el campo de la información y de la comunicación colectivas, esgrimiendo los siguientes argumentos:

1. La libertad de información es un derecho y una garantía universal inalienable de todos los hombres que no debe limitarse, pues se atentaría contra la esencia humana. Incluso el poder ejecutivo y varios secretarios de Estado han afirmado que, por una parte, "pretender reglamentar el derecho a la información entrañaría más riesgos que beneficios" (Labastida, 1988); y por otra, que "no corresponde al Estado fijar las normas de conducta ética de los medios porque se correría el riesgo de coartar la expresión de la pluralidad; por lo que toca a los medios, a partir de consensos entre los profesionales del sector, establecer su propio código ético" (Excelsior, 1998).

2. La libertad de información es la base de la "democracia", por lo tanto, si se le limita se está afectando directamente el sano equilibrio democrático de la sociedad.

3. En un mundo sistémico, sin fronteras, competitivo y globalizado, para que la dinámica del mercado se pueda realizar se requiere libertad de información. Por ello, no deben ponerse más regulaciones que las necesarias a la libertad de expresión en México, so pena de caer en burocratismos extremos o, lo que es peor, en la inoperancia de la ley. La ley sobre reglamentación se opone al avance económico (Nassar, 1998). Por consiguiente, lo que se debe fomentar en las sociedades modernas crecientemente competitivas es el libre flujo de la información y no su restricción.

4. En caso de realizar algunas modificaciones, el derecho a la información no debe reglamentarse con normatividades rígidas, sino sólo deben crearse mecanismos muy flexibles que permitan la autorregulación de los medios de difusión, vía los códigos de ética, los tribunales de honor, los reglamentos de buen comportamiento profesional, etc., o a través de leyes rígidas.

Bases para otra ética comunicativa

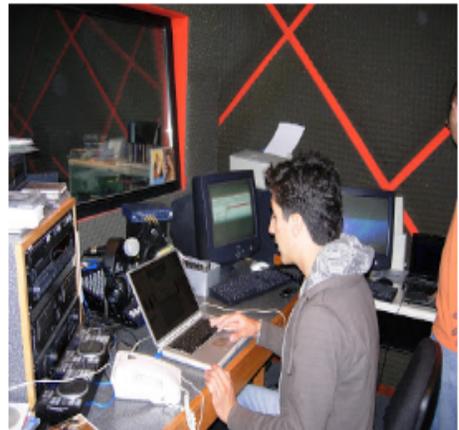
Con el manejo de estos argumentos sobre la libertad de expresión y de información que han utilizado los empresarios de radio y televisión, así como el sector más conservador del Estado para defender sus concesiones de poder económico y político; éstos han desconocido las siguientes realidades:

1. Efectivamente, la libertad de información es un derecho inalienable de todos los hombres, pero la única forma de convertirla en una verdadera garantía para todos los ciudadanos es normatizarla con la mayor precisión jurídica posible, pues de lo contrario lo que se ejerce es una interpretación subjetiva, caprichosa y discrecional de cada empresa o funcionario según sean los intereses coyunturales que debe defender.

2. La libertad de información es la base de la democracia y, por consiguiente, para que ésta se pueda ejercer como garantía básica de todos los individuos debe reglamentarse como derecho estratégico de todos los ciudadanos. Para operar socialmente, la libertad de expresión debe recibir el mismo tratamiento normativo de cualquier otra área de actividad de la sociedad. Es una falacia afirmar que, por tratarse de la libertad de opinión, es un campo más difícil, delicado o complejo de abordar que otros terrenos de la acción social. Así como la agricultura, el comercio, la cultura, la banca, la industria, la educación, la política, etc. son actividades muy delimitadas jurídicamente para conocer su naturaleza y límites para poder funcionar colectivamente, igualmente el derecho a la información debe ser reglamentado para que alcance sustento social real.

De otra forma, si no se reglamenta dicho derecho se le deja en el vacío conceptual y jurídico, y lo que se termina ejerciendo es el derecho del grupo más fuerte sobre el sector más débil, según sean las conveniencias coyunturales del poder. Reglamentar no significa censurar, reprimir, prohibir o cohibir la libertad de expresión, sino simplemente crear las condiciones de precisión jurídica básicas para garantizar su real existencia y ejercicio cotidiano como derecho constitucional de todos los ciudadanos.

En el escenario de principios del nuevo milenio, los únicos sectores que hoy tienen amplio derecho a la información son el gobierno y los grandes grupos de poder que los controlan, pues tienen la facilidad de obtener toda la información que requieren para actuar sobre la población o para expandir sus empresas, y la sociedad civil mexicana no cuenta con el mínimo acceso a la información estratégica elemental para decidir sobre su futuro. Es decir, la sociedad civil que le entregó al Estado los medios para que los concesionara en favor del bien común, hoy no cuenta con la garantía de dicho derecho universal de los hombres y, paradójicamente, los únicos sectores que poseen este privilegio son las ramas del gran capital y la alta jerarquía burocrática de los gobiernos en turno.



3. En un mundo globalizado y expuesto a la competencia, nuestras estructuras culturales de nación sí deben estar abiertas al permanente contacto con los avances de otras culturas, pero deben existir límites jurídicos elementales de protección y conservación de nuestra riqueza cultural y mental que han tardado muchos años en formarse. De lo contrario, lo que sucede es la devastación de nuestra cultura básica por parte de los intereses del mercado, como ha sucedido en las últimas décadas de la historia nacional.

Hay que recordar que el mercado por sí mismo no tiene moral, ni ética, ni corazón, ni se preocupa por lo humano y lo social. Su objetivo es la rápida y creciente acumulación de riqueza a expensas de lo que sea. Por consiguiente, es una ley que en la medida en que funcione autónomamente, sin sólidos contrapesos sociales planificadores, puede introducir en las comunidades una relación social de comunicación salvaje.



4. La propuesta del gobierno y los concesionarios sobre la "autorregulación absoluta", para demostrar su corresponsabilidad y orientar el funcionamiento de los medios de información en México vía los códigos de ética, los tribunales de honor, los reglamentos de buen comportamiento profesional, etc., cae en la concepción liberal extrema de crear el "Estado cero" que plantea que el Estado no es necesario como instancia rectora para dirigir a la sociedad, ya que ésta puede autoconducirse a sí misma por las leyes de la "mano invisible" de las lógicas del mercado. Así, se formula que el Estado debe reducirse a su mínima expresión (fórmula cero) para dejar que la sociedad se conduzca por otros mecanismos de autorregulación del poder.

Dicha teoría y práctica económico-social demostró, a lo largo del siglo xx, su enorme fracaso y límites al reflejar que, finalmente, toda sociedad moderna siempre requiere la presencia de un sólido Estado rector que equilibre los desajustes y las crisis que produce el funcionamiento autónomo de la dinámica del mercado. Es decir, para crear las mínimas condiciones de gobernabilidad en el México contemporáneo, es necesario que todas las acciones públicas colectivas estén reglamentadas por la ley, pues de lo contrario se crean las bases oficiales para el surgimiento de los grandes espacios de anarquía social.

Es por ello que la autorregulación de los medios de comunicación vía los códigos de ética y otros recursos morales, son mecanismos colegiados muy útiles que pueden ayudar a garantizar complementariamente la existencia del derecho a la información, pero nunca deben operar como elementos únicos o solos para normar y conducir socialmente esta estratégica acción colectiva. Una garantía tan central para construir una sociedad democrática, equilibrada y participativa no puede quedar expuesta a los altibajos subjetivos, caprichosos o discrecionales de los intereses políticos del poder o sujeta a la dinámica de la "mano invisible del mercado", sino que debe ser reglamentada con toda exactitud por el interés colectivo, como cualquier otro derecho social básico, para garantizar su existencia y sana aplicación comunitaria.

De lo contrario, siguiendo el razonamiento de la lógica autónoma del mercado por sobre el orden social regulado colectivamente, también podemos demandar que no existan reglamentos en los cuerpos de policía, pues las comunidades pueden autorregular espontáneamente sus delitos; no se necesita coordinar los semáforos de los cruces viales en las calles, pues los ciudadanos serán tan civilizados que permitirán, entre sí, el paso cortés de todos los conductores; no se requieren leyes para normar el servicio de recolección de basura porque la sociedad, por sí misma, puede autorregular cómo tirar sus desperdicios orgánicos; no se requiere una legislación de comportamiento bancario, pues los banqueros pueden autorregularse a sí mismos en la búsqueda del equilibrio entre su ganancia y el beneficio de la sociedad; no es indispensable una legislación sobre la educación básica, pues cada ciudadano puede asegurarse su formación educativa; no es necesario un reglamento fiscal, pues todos los ciudadanos pueden autorregular voluntariamente el pago de sus impuestos, etc. En suma, el Estado sale sobrando como órgano público de regulación colectiva, pues la sociedad se puede autorregular a sí misma en todos los órdenes de la vida.

Debemos de considerar que la ética no puede sustituir o suprimir al derecho, sino sólo enriquecerlo y complementarlo. No podemos cambiar el Estado de derecho por la aplicación de un "eticómetro" de los concesionarios y empresarios de los medios de comunicación, pues es un instrumento subjetivo de buena voluntad, absolutamente vulnerable ante las fases de presión económica y política reales, como lo demostró la historia de la comunicación nacional a lo largo del siglo XX y principios del XXI (Antaki, 1998).

Hacia otra corresponsabilidad comunicativa

Con estas bases conceptuales de la ética light, el Estado mexicano y los tradicionales concesionarios monopólicos de radio y televisión fundamentaron, durante varias décadas, la conservación del viejo modelo de comunicación colectiva en México con el fin de mantener sus concesiones de poder económico y político. Mediante ello, se desconoció permanentemente que en la sociedad de principios de milenio los medios de información colectivos son la base de la existencia de lo público y que, por consiguiente, dichas instituciones deben ser normadas por la sociedad en su conjunto, y no sólo por los intereses fenicios del mercado o los ambiciosos e ilimitados intereses del poder. Así, ninguno de los reclamos básicos del espíritu del "México profundo", en el terreno cultural e informativo que demandó la sociedad civil durante tantas décadas, fueron contemplados en el proyecto comunicativo del mercado y del poder al final del siglo XX y principios del XXI.



Frente a esta realidad, los actuales marcos normativos sobre radio y televisión conservarán, reforzarán y actualizarán para las próximas décadas, el viejo modelo de información colectiva que duró 58 años en el país y que contribuyó a la tremenda decadencia mental, psíquica y espiritual de nuestra sociedad. En este sentido, con la renovación maquillada del viejo modelo de comunicación, se continuará teniendo para las próximas décadas en el país más cultura salvaje, con su respectivo triunfo de la cultura idiota, y no la creación de una cultura y comunicación sustentable que nos permita sobrevivir en el siglo XXI en nuestra nación. Así, el tercer milenio mexicano volvió a nacer con el viejo espíritu opaco, discrecional, cerrado, vertical, viciado y autoritario del modelo de comunicación nacional que dominó en las últimas décadas del siglo XX en México.

Es por ello que ahora es necesario repensar qué hacer en términos políticos para crear otro proyecto colectivo de comunicación social que sí rescate el espíritu de estos planteamientos esenciales para democratizar a la sociedad mexicana.

Frente a ello, es necesario realizar como mínimo las dos estrategias de política pública colectiva con el fin de intentar superar dicha herencia negativa para el desarrollo comunicativo de las comunidades nacionales: primero, que los ciudadanos exijan a los diversos partidos políticos representados en el Congreso de la Unión que legislen con equilibrio, justicia, pluralidad, transparencia y democracia la operación de dichos medios de comunicación; segundo, que el Congreso de la Unión asuma su enorme responsabilidad de reaccionar, propositivamente, ante tales retrocesos históricos para elaborar una nueva Ley

Federal de Radio y Televisión de vanguardia plural que, por una parte, establezca un nuevo pacto social entre el Estado, los concesionarios y la sociedad para el uso democrático de los medios de difusión colectivos en el país y, por otra, atienda las demandas históricas comunicativas que la sociedad mexicana ha exigido desde la mitad del siglo xx. De lo contrario, la transición política a la democracia no avanzará y muy probablemente ésta será una causa estratégica para su retroceso histórico.

Es necesario reconocer que la verdadera corresponsabilidad y comportamiento ético de los concesionarios de los medios de información colectivos en México, especialmente electrónicos, no se dará a través de la aplicación de una ética light subordinada a la defensa incondicional de sus intereses monopólicos, sino mediante la creación e instrumentación rigurosa de un verdadero marco normativo democrático e integral que permita que todos los ciudadanos puedan ejercer el derecho a la información y la comunicación a través de su participación en el sistema mediático de comunicación social. De lo contrario, sólo se contará con un mecanismoseudomoral que producirá una fantasía de regulación y corrección comunicativa nacional, cuando en realidad en el fondo sólo contribuirá a fortalecer el actual modelo de comunicación severamente injusto y desigual que existe en el país a principios del siglo XXI.

Referencias

- Antaki, I. (1998, 21 de julio). Foro sobre libertad de expresión y responsabilidad social. México: Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión.
- Excélsior (1998, 21 de julio). Regular o no... y si se hace ¿quién? México: Excélsior.
- Labastida, F. (1988, 8 de junio). Discurso inaugural. XLVII Aniversario del Día de la Libertad de Prensa. México: Secretaría de Gobernación.
- Martínez, R. (2001, marzo-abril). Comunicación, democracia y derecho a la información: un desafío de gobierno, medios y sociedad. *Revista Mexicana de Comunicación*, 13(68), 14.
- Nassar, E. (1998, 21 de julio). Discurso de clausura. *Simpósium sobre Libertad de Expresión y Responsabilidad Social*. México: Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión.