

## La ética periodística en Bolivia\*

*Luis Ramiro Beltrán Salmón*

**L**as sociedades orientan y regulan la conducta de los individuos que las forman, estableciendo principios rectores a los que ellos tienen que adherirse y estipulando reglas prescriptivas de lo que deben hacer y de lo que no deben hacer. El hogar, la escuela, la iglesia y el trabajo son las instituciones sociales que educan a los miembros de la colectividad en el conocimiento y en el cumplimiento de dichos principios y reglas; por eso se llama *socialización* al proceso de enseñanza-aprendizaje de las normas sociales.

Algunos de esos sistemas normativos se enuncian formalmente por medio de leyes que, por definición, tienen poder obligante para tratar de asegurar su cumplimiento mediante la motivación coercitiva que las penalidades que prevén, conllevan en caso de renuencia; otros sistemas, en cambio, obran por fuera de la formalización legal y para su aplicación dependen de la presión social persuasiva que busca producir la autoconvicción individual recurriendo como acicate a la sanción moral.

La ética, instrumentalmente emparejada con la deontología, es el sistema normativo extrajurídico por antonomasia. La ética periodística constituye un caso particular de ese régimen de modelación del comportamiento humano.

\* Ponencia presentada originalmente en el Seminario Periodismo y Justicia, auspiciado por la Corte Suprema de Justicia y la GTZ de Alemania, celebrado en Sucre, Bolivia, el 1 y 2 de agosto de 2003.

## Ética periodística

Por *ética* puede entenderse, en general, el carácter o comportamiento habitual —la manera de ser— de la persona, determinada por principios morales y normas sociales implantados hasta el grado consuetudinario en su conciencia —en su fuero interno— por la educación en el hogar, en la escuela, en la iglesia y en el trabajo.

Por *ética periodística* puede entenderse, en particular, la manera moral de ser y de hacer del periodista regida por su profunda identificación con principios y normas de adhesión a la verdad, a la equidad, al respeto por la dignidad y por la intimidad de las personas, al ejercicio de la responsabilidad social y a la búsqueda del bien común.

“La ética periodística —acota con enfoque algo distinto el ecuatoriano Fabián Garcés— es una parte de la filosofía que ayuda a los periodistas a determinar qué es lo correcto en su actividad como tales; es principalmente una ciencia normativa de la conducta, entendida ésta fundamentalmente como *conciencia voluntaria*, autodeterminada...”<sup>1</sup> El colombiano Gabriel Jaime Pérez indica que el objeto de ella es “la fundamentación de una acción-reflexión tendiente al logro de una comunicación humana que sea factor eficaz de convivencia y de desarrollo integral de las personas y de la sociedad”.<sup>2</sup> Por su parte, el boliviano Juan Eduardo Araos define a la ética de la prensa así: “Aquel conjunto de valores y normas que rige al periodismo y que brinda pautas para que el periodista realice su trabajo diario considerando los pilares fundamentales de la profesión”.<sup>3</sup>

Como lo señalara Fernando Savater, la actitud ética es ante todo una perspectiva personal que cada individuo toma. Es algo tan íntimo que, como alguien lo dijera, “es lo que se hace cuando ninguna otra personas está mirando”. “Es la clase de persona que somos”, afirma John Virtue.<sup>4</sup> Y acota Ronald Grebe: “Lo que diferencia a la ética de cualquier otra actitud decisoria es que representa lo que siempre está en nuestras manos. Aquello en cuya elección y defensa ninguna autoridad puede sustituirnos o

<sup>1</sup> Fabián Garcés, “¿Exigir ética sólo al periodista?”, *Chasqui*, Ecuador, núm. 50, enero 1995, pp. 81-84.

<sup>2</sup> Gabriel J. Pérez M., “Hacia una ética de la comunicación social”, *Signo y Pensamiento*, núm. 18 Colombia, Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación Social, 1991, p. 33.

<sup>3</sup> Juan Eduardo Araos Chaparro, *Los dilemas éticos en el ejercicio del periodismo*. Memoria Profesional de Comunicación Social, Cochabamba, Universidad Católica Boliviana-Unidad Académica Cochabamba, Ciencias de la Comunicación Social, 2002, p. 42.

<sup>4</sup> John Virtue, “Ética en el periodismo: estudio de casos”, en Alberto Zuazo Nathes (comp.), *Poder y ética en el periodismo*, La Paz, 1997, pp. 84.

cambiarnos, de cuya responsabilidad ninguna convención o acuerdo grupal pueden disculparnos en el fondo”.<sup>5</sup>

Esa naturaleza irrenunciablemente personal e intrínseca de la ética en general caracteriza también, por supuesto, a la ética periodística. Por formación, por intuición, por consulta de documentación, por conversación con colegas, por experiencia y reflexión, cada periodista profesional debe saber lo que es comportarse ética y antiéticamente. Es decir, tener (en un grado u otro) activa su conciencia moral que le habla desde lo hondo de sí mismo sobre el bien y el mal que puede hacer.

La ética es fundamental e indispensable para el periodismo. Ella es, en la percepción de Alberto Zuazo Nathes, Premio Nacional de Periodismo y ex-presidente de la Asociación de Periodistas de La Paz, el componente esencial del periodismo y la sustancia en la que descansa la confianza pública sobre éste.<sup>6</sup> Gabriel García Márquez, en feliz metáfora, dice: “La ética no es una condición ocasional, sino que debe acompañar siempre al periodismo como el zumbido al moscardón”.<sup>7</sup>

Pero la ética no es un don natural. Como ya se ha señalado aquí: se aprende. Y, en el caso de los periodistas, ese aprendizaje suele ocurrir primordialmente en el propio desempeño de su trabajo. Así lo evidenció una encuesta entre periodistas norteamericanos, sobre cuyos resultados, el experto en ética periodística John Virtue considera que “pudieran ser válidos también en el caso de los periodistas de cualquier país del mundo”.<sup>8</sup> El 83.3% de los encuestados afirmó que había aprendido sus principios éticos en la sala de redacción, lo cual sugiere que los supervisores de los redactores y reporteros —jefes de redacción, jefes de información, editores de área— son las personas clave para la enseñanza —no formal pero eficaz por la práctica— de la ética periodística.

Tal vez por eso hay quien dude que la ética periodística sea de naturaleza puramente individual. Por ejemplo, el periodista y catedrático de la Universidad de Columbia, John Dinges, sostiene: “La ética en el periodismo es un esfuerzo grupal. No se

<sup>5</sup> Ronald Grebe, “Ética y autorregulación en el periodismo”, en Fundación Konrad Adenauer, *Consejo Nacional de Ética: autorregulación para los medios de comunicación*, La Paz, Fundación Konrad Adenauer-Universidad Católica Boliviana, 2001, p. 38.

<sup>6</sup> Alberto Zuazo Nathes, “La ética en el periodismo”, en Alberto Zuazo Nathes (comp.), *Poder y ética en el periodismo*, La Paz, 1997, p. 43.

<sup>7</sup> Gabriel García Márquez, “Epígrafe”, en *Boletín* de la Fundación Nuevo Periodismo sobre Premio Nuevo Periodismo, CEMEX, FNPI, junio 23 de 2003, p. 1.

<sup>8</sup> John Virtue, “¿Para qué sirve la ética periodística?”, *Pulso del Periodismo*, Florida, núm. 21, enero-marzo de 1995, p. 7.

debe confundir con una ley, por un lado, o la moral personal, por otro. Involucra al equipo de periodistas con el cual se trabaja y a la empresa [...] Pero lo más importante es que la ética involucra al público”.<sup>9</sup>

## Ética y ley

Galvez, Paz y otros sostienen que “el periodista tiene que entender que antes que la ley positive el valorético, la ética es la disciplina filosófica que lo pone en evidencia y lo propugna argumentativamente como imperativo”.<sup>10</sup> Añaden que es de ahí “que puede resultar un error [...] limitarse a la práctica de lo legal descartando lo ético o pensando que lo agota”. Y proponen que el periodista sepa distinguir claramente entre lo ético y lo legal. Javier Darío Restrepo plantea una posibilidad de hacer tal distinción así: “La ética es autónoma, es decir, depende de decisiones libres y personales de cada uno. La ley, cualquiera ley, es heterómana, proviene de otros, tanto para su formulación como para su cumplimiento”.<sup>11</sup>

El jurista y periodista Carlos Serrate Reich expresa esta convicción: “La autoestima, la autovaloración, la autorracionalidad y responsabilidad correspondientes a una madura y maciza formación integral de los conductores sociales, hará que las normas éticas primen y estén encima de la amenaza penal y jurisdiccional, así sea administrativa”.<sup>12</sup>

Siendo ciertamente diferentes, ley y ética no deben ser vistas, sin embargo, como necesariamente antagónicas ni incompatibles. Al contrario, tienen ciertas afinidades y lucen armonizables. Para Juan Cristóbal Soruco, por ejemplo, “tanto las leyes como los mecanismos de autorregulación están orientados sobre todo a lograr que los receptores sean los principales beneficiarios de la información y, como una de las salvaguardas para ese efecto, garantizar la labor del periodista comunicador, y no a la inversa”.<sup>13</sup>

<sup>9</sup> John Dinges, “Ética y sentido común”, *Chasqui*, Ecuador, núm. 61, marzo de 1998, p. 30.

<sup>10</sup> José Luis Gálvez V., Martha Paz B. y otros, *Sensacionalismo, valores y jóvenes: el discurso y el consumo de dos periódicos bolivianos de crónica roja*, La Paz, Fundación PIEB, 2003, p. 135.

<sup>11</sup> Javier Darío Restrepo, en Juan Eduardo Araos Chaparro, *op. cit.*, p. 44.

<sup>12</sup> Carlos Serrate Reich, “Consejo de Ética de los medios de comunicación social”, en Konrad Adenauer Stiftung, *Memoria del Seminario Internacional “La responsabilidad ética de los medios de comunicación en una sociedad democrática”*, noviembre 27-29, 1996, La Paz, Konrad Adenauer Stiftung, 1996, p. 65.

<sup>13</sup> Juan Cristóbal Soruco, “El papel de los medios de comunicación en el desarrollo”, en Ebert Friedrich, Stiftung-Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales, *Bolivia: visiones de futuro*, La Paz, FES-ILDIS, 2002, p. 476.

## Ética y técnica

No hay tecnología, por más avanzada que sea, que pueda compensar la falta de ética en un periódico. Creativos recursos y refinados artefactos aplicados al manejo de la información, a la presentación de opiniones y al diseño e ilustración pueden hacer muy valiosos aportes a la calidad técnica de un órgano de prensa. Pero sólo la ética puede asegurar para el mismo la credibilidad —la confianza y respeto de los lectores— que son indispensables para que exista y prospere. O sea, la calidad moral de un diario es lo que más aprecia el lector. Por tanto, como lo subrayan Herrán y Restrepo, la ética y la técnica son inseparables: “La naturaleza de esta profesión hace que técnica y ética sean una misma cosa, de modo que es imposible ser un periodista de altas calidades técnicas si al mismo tiempo no se tienen las mejores calidades éticas. En el periodismo, lo ético urge lo técnico y viceversa”.<sup>14</sup>

John Virtue comparte el criterio de esos distinguidos periodistas colombianos, al señalar que los diarios más exitosos de Latinoamérica conjugan técnica y ética a un alto grado, lo que le lleva a la conclusión de que “buena ética es buen negocio”.<sup>15</sup> En efecto, es muy probable que, más temprano que tarde, aquel órgano de prensa que privilegie la técnica en desmedro de la ética perderá lectores y anunciantes, poniendo en riesgo su subsistencia.

## En pos de la verdad

En el corazón de cualquier planteamiento de ética periodística está como valor central la veracidad, el ideal mayor de buscar la verdad para comunicarla. Es muy difícil encontrarse con un enunciado de esa ética que no proponga tal aspiración con clara preponderancia.

Hay quienes, como el periodista y sacerdote José Gramunt, creen que esa búsqueda se realiza en pos de la verdad absoluta.<sup>16</sup> Y hay quienes creen, como la periodista

<sup>14</sup> María Teresa Herrán y Javier Darío Restrepo, *Ética para periodistas*, Bogotá, Tercer Mundo, 1995, p. 39.

<sup>15</sup> John Virtue, “Problemas éticos en América Latina”, *Chasqui*, Ecuador, núm. 61, marzo de 1998, p. 17.

<sup>16</sup> José Gramunt de Moragas, “Ética periodística”, en *Opiniones y Análisis*, núm. 26, La Paz, Fundación Hanns Seidel y Fundemos, 1996, p. 33.

estadounidense Georgine Geyer, que sólo hay verdades relativas.<sup>17</sup> A los ojos de Juan Cristóbal Soruco, ex director de *Presencia* y de *La Razón*, esas proposiciones no son excluyentes, pues “dan una pauta del trabajo periodístico: buscar la verdad de los hechos, pero no creer que se es portador de ‘la’ verdad”.<sup>18</sup> Ni mucho menos, podría añadirse, que se es árbitro incontrovertible de ella. En todo caso, empeñándose en la exactitud, la precisión y la ecuanimidad, el periodista expresa su adhesión incondicional a la verdad. Raúl Rivadeneira señala en los siguientes términos lo que el periodista no debe hacer a fin de evitar la falta a la verdad:

Esto significa, sin concesiones a la manipulación maliciosa de los hechos, a la distorsión deliberada que consiste en divulgar rumores o conjeturas como si fuesen hechos comprobados o suprimir datos; fingir apego a los valores, instrumentar la intimidación, violar la privacidad e intimidad de las personas para arrancar informaciones escandalosas que estimulan tendencias morbosas de los públicos, amañar las disculpas y correcciones sin hidalguía, proferir injurias y calumnias desconociendo la condición humana del otro, negarse a reconocer errores y a corregirlos; cerrar la posibilidad de réplica y defensa de los ofendidos, vulnerar el valor de la confidencialidad cuando una información ha sido dada en ese carácter.<sup>19</sup>

## ¿El hombre que muerde al perro?

Podría pensarse que hay acuerdo unánime entre los periodistas sobre cuestiones capitales de su oficio, como es la veracidad. Pero ese no siempre es el caso.

Recientemente los periodistas estadounidenses Bill Kovach y Tom Rosentiel publicaron en forma de libro un estudio en el que se habían propuesto identificar los elementos fundamentales de la actividad periodística. Los condensaron en un decálogo. Comentándolo elogiosamente, el periodista español Juan Luis Cebrián, consejero del Grupo Prisa, hizo esta afirmación condensatoria: “Es decir, el periodismo debe ser

<sup>17</sup> Georgine Anne Geyer, “Periodistas: los nuevos blancos, los nuevos diplomáticos, los nuevos intermediarios”, en Robert Schmuhl, editor, *Las responsabilidades del periodismo*, Barcelona, Mitre, 1985, p. 93.

<sup>18</sup> Juan Cristóbal Soruco, “Primera parte: de medios y operadores: la información, asunto de todos”, en Juan Cristóbal Soruco y Gloria Eyzaguirre, *El derecho a la información y percepciones sobre instituciones*, La Paz, Friedrich Ebert Stiftung, Debate Político núm. 8, 1999, p. 45.

<sup>19</sup> Raúl Rivadeneira Prada, *Temas de comunicación*, La Paz, Signo, 1998, p. 72.

veraz e independiente. En tan sencilla, aunque resonante, sentencia se asume toda la esencia”.<sup>20</sup>

El periodista boliviano Rafael Archondo cuestionó mordazmente las apreciaciones de Cebrián y refutó con dureza algunos de los principales enunciados de aquellos autores en su decálogo. Uno había sido este: “La primera obligación del periodismo es la verdad”. “No lo crea, amable lector”, recomendó Archondo y agregó:

[...] Habría que responderle desde la sinceridad desnuda que, para desencanto del pueblo, la primera obligación del periodismo es la novedad [...] Los que buscan la verdad son los científicos, mientras lo nuestro es la modesta y pura novedad. Así lo dice Luhman, el sociólogo universal, a todas luces más solvente e ilustrado que Kovach y Rosentiel.<sup>21</sup>

“Su primera lealtad es hacia los ciudadanos”, es otro de los enunciados en el mismo decálogo. Archondo reaccionó ante él en términos como éstos: “Tampoco le crea esta vez. Los periodistas no nos debemos a ningún público [...] Nuestra primera lealtad es hacia nosotros mismos, seres egoístas como todos, colocados a la diestra del poder [...] Los periodistas somos impunes, libres de pluma, arrogantes y ligeros de juicio. Así es, así nos duela”. Y en otro párrafo de su reciente artículo en *La Razón*, respalda sus afirmaciones con estas consideraciones:

Aquí no hay lugar para la duda, ¿cómo podríamos esperar algo tan gordo ypreciado como la verdad de parte de un grupo de profesionales como el nuestro, en el que impera la imprescindible improvisación y la prisa? Hacemos diarios y noticieros a velocidad de relámpago, ¿podremos acaso producir verdades? Nada más ilusorio. Los periodistas perseguimos novedades, sean o no verdaderas, y por eso, con frecuencia diaria, somos campeones para ventilar mentiras de todos los tamaños y espesores.<sup>22</sup>

Se diría, siguiendo estas drásticas afirmaciones autocríticas, que el periodismo continuara respondiendo esencialmente a la vieja concepción de que “noticia es cuando un hombre muerde a un perro”. Es decir, que lo único que interesaría al periodista sería lo nuevo, lo inusual, lo extraordinario y fugaz... sin que importara que ello fuera verdadero o falso.

<sup>20</sup> Juan Luis Cebrián, “Prensa: ¿veraz e independiente?”, *La Razón*, La Paz, Bolivia, domingo 7 de julio de 2002, p. A19.

<sup>21</sup> Rafael Archondo, “El periodismo como mentira pública”, *La Razón*, La Paz, Bolivia, domingo 7 de julio 2002, p. A20.

<sup>22</sup> *Ibidem*.

## El deterioro de la ética periodística

Desde hace aproximadamente 15 años la ética periodística ha venido deteriorándose considerable y aceleradamente en Latinoamérica. Así lo verificó el investigador canadiense especializado en ética periodística, John Virtue (1998, p. 14), mediante un centenar de estudios de casos realizados en encuentros con más de un millar de estudiantes y periodistas en 13 países de la región. Como producto de ello Virtue identificó estas tres categorías de comportamiento antiético:

Una categoría es la corrupción en la Sala de Redacción. Invariablemente se trata de pagos ilícitos a los periodistas, regalos, conflictos de interés o uso indebido de influencia [...] La segunda tiene que ver con la Gerencia. Es decir, que existe poca o ninguna independencia en la Sala de Redacción. Las notas se eliminan o se confeccionan a la medida, para satisfacer a determinados anunciantes, gobernantes, políticos, empresarios o a los intereses del dueño o director de ese medio de comunicación [...] La tercera trata del comportamiento antiético en la investigación, preparación y redacción de las noticias. Me refiero a la invasión de la privacidad, mal manejo de las fuentes, plagio, uso de subterfugios y engaños, edición distorsionada y manipulación de fotos.<sup>23</sup>

A mediados de la década de los noventa, la Universidad Internacional de la Florida realizó una evaluación del comportamiento de los periodistas en los países miembros del Pacto Andino: Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia. Una de las preguntas hechas a los periodistas encuestados fue si conocían a algún colega que hubiera aceptado un soborno. El 60% respondió afirmativamente en todos esos países. Pero los investigadores estimaron que el porcentaje real era probablemente mucho mayor en función de sugestivas diferencias en las respuestas de los jóvenes periodistas en comparación con las de sus colegas mayores.

En 1997 el Centro Internacional para Periodistas, con sede en Washington, hizo una encuesta entre editores y reporteros de once de los países latinoamericanos: México, Guatemala, Honduras, El Salvador, Costa Rica y Panamá, Venezuela, Ecuador, Colombia, República Dominicana y Brasil. De ellos, 40% informaron que sus diarios tenían códigos de ética, pero 20% de éstos indicó que no los consideraban adecuados. Separándolos en grupos de editores y de reporteros, se les pidió expresar conformidad o disconformidad con varios enunciados referentes a la ética. Uno de ellos fue el siguiente: “Es una práctica ampliamente aceptada para un reportero trabajar, además, por cuenta propia, como escritor de discursos, para un político, asesor o ejecutar otro

<sup>23</sup> John Virtue, *op. cit.*, 1998, p. 14.

servicio directa o indirectamente conexo con su trabajo como periodista”. La respuesta fue afirmativa en 64% de los casos. Otro ejemplo de los enunciados fue este: “Es una práctica ampliamente aceptada para un reportero usar ideas o palabras de otras personas sin indicar su origen”. La respuesta también fue afirmativa en 55% de los casos. Todos los encuestados dijeron que la prensa ética se caracteriza por decir siempre la verdad, por la independencia política, económica y social; por la responsabilidad social y por presentar todos los lados de una historia. Sin embargo, admitieron que las prácticas que más necesitaban ser cambiadas eran la falta de objetividad y el soborno. Y, por otra parte, indicaron como problemas a ser resueltos las presiones de gobiernos y de grupos económicos, los bajos salarios y la carencia de investigación.<sup>24</sup>

En un estudio de 1994 sobre el porvenir de la prensa en las Américas, Andrés Oppenheimer advirtió sobre indicios de deterioro de la ética periodística en Latinoamérica en estos términos: “Hoy en día, una de las principales amenazas a la libertad de prensa —y a la defensa de los derechos humanos— es la censura y la autocensura que es fruto de la corrupción de los propios medios periodísticos.”<sup>25</sup> Pocos años después, John Virtue coincidiría plenamente con esa apreciación al afirmar lo siguiente: “La amenaza más fuerte que enfrentan los medios de comunicación en América Latina no son los esfuerzos gubernamentales o de otra índole para restringir la libertad de prensa, sino la corrupción interna”.<sup>26</sup>

## La situación en Bolivia

Ciertamente, hay que lamentar que la prensa boliviana no sea excepción a ese fenómeno de descomposición moral del periodismo. Un significativo indicador de ello lo dio una encuesta realizada a fines del año 2002 sobre la confiabilidad de las principales instituciones de la sociedad, incluyendo a los medios de comunicación, en opinión de los ciudadanos. A lo largo de casi toda la década de los noventa, encuestas semejantes habían encontrado a la Iglesia católica en el primer lugar de confiabilidad y a la prensa en el segundo. Ya cerca del término de dicho decenio, ésta había comenzado

<sup>24</sup> Centro Internacional para Periodistas, Washington, “A. L.: la ética de los reporteros y editores”, *Chasqui*, Ecuador, núm. 61, marzo de 1998, p. 36.

<sup>25</sup> Andrés Oppenheimer, “Futuro de la prensa en el continente”, en Instituto Interamericano de Derechos Humanos, *Derechos humanos y control del poder político en Centroamérica*, San José, Costa Rica, Instituto Interamericano de Derechos Humanos, 1994, p. 37.

<sup>26</sup> John Virtue, *op. cit.*, 1998, p. 13.

a alejarse un poco de la Iglesia, si bien mantenía aún la segunda ubicación. Pero en el 2002 la prensa cayó al cuarto lugar en la escala con puntaje de 11% antecedida ya no sólo por la Iglesia (14%) sino por el gobierno y por las universidades, ambos con 13%. Y esto, según lo anota el periodista Hugo Moldiz Mercado, “refleja una reducción de los niveles de credibilidad de uno de los factores importantes de la sociedad boliviana”.<sup>27</sup>

Ello es así, en efecto, y el fenómeno obedece sin duda a que el comportamiento contrario a la ética se ha acentuado, especialmente en los últimos tres o cuatro años, al punto de mermar la fe del pueblo en la prensa. Los analistas Erick Torrico y Humberto Vacaflor, periodistas, y René Mayorga, politólogo, señalan como una primera instancia mayor de aquel deterioro el tratamiento del caso del ex ministro de Gobierno Guiteras por los medios del Grupo Garafulic. Y apuntan ellos a otra instancia, a la pugna intermediática en relación a las elecciones nacionales de junio de 2002, caracterizadas por el manejo irresponsable de datos de las encuestas, como una de las principales causas de la agudización del descrédito de la prensa. “El periodista ya no cotiza en la bolsa de valores. Ha perdido credibilidad; también seriedad”, afirma el periodista César Rojas.<sup>28</sup>

En el foro Poder Mediático y Sociedad Democrática, patrocinado a finales de abril de 2003 en La Paz por la Fundación Ebert, personeros de una decena de agrupaciones de la sociedad civil criticaron a los medios por referirse a los ciudadanos casi únicamente cuando éstos sufren situaciones de violencia que, además, son tratadas a menudo con sensacionalismo y morbosidad. Recomendaron, por tanto, a los periodistas acercarse más al pueblo raso, a sus problemas, aspiraciones y actividades, en vez de confinarse al contacto con los núcleos del poder político y económico del país.

En la edición de *La Razón* del 10 de mayo de 2003, diez redactores de varios órganos de prensa, radio y televisión, entrevistados por el Día del Periodista, reconocieron haberse alejado del ciudadano común. Admitieron críticamente algunos casos de sensacionalismo, afán mercantilista, cobertura coyuntural, superficial y espectacular, falta de rigor para la comprobación de hechos y poco interés por los derechos humanos, por la lucha con el subdesarrollo y por la conservación de los recursos naturales.

Y Jorge Canelas, director del semanario *Pulso* y fundador de los diarios *La Razón* y *La Prensa*, al recibir el Premio Nacional de Periodismo dijo:

<sup>27</sup> Hugo Moldiz Mercado, “Los medios en el ojo de la tormenta”, *La Época*, La Paz, Bolivia, domingo 22 de diciembre de 2002, pp. B6 y B7.

<sup>28</sup> César Rojas, “Periodistas”, *La Época*, La Paz, Bolivia, domingo 18 de mayo de 2003, p. B11.

[...] Como lector, yo diría que ya casi no habrá diario digno de leerse en muy poco tiempo si las diferencias entre ellos han llegado a establecerse no por méritos sino por la mayor o menor suma de defectos. Las deficiencias éticas son las más notorias y no hay forma de corregirlas que no sea de la abstención ante lo que no se tiene la seguridad del correcto tratamiento periodístico, y de la autocritica si se ha obrado equivocadamente, unidas a la sanción del lector que deja de comprar un diario venido a menos o que ha perdido la credibilidad.<sup>29</sup>

## Una investigación elocuente

A mediados de 2001 el periodista Raúl Peñaranda, fundador y director del semanario *La Época*, encabezó una investigación para establecer las principales características de los periodistas bolivianos en cuanto a los aspectos principales en su desempeño profesional.<sup>30</sup> Franco Grandi coordinó la toma de datos para el “retrato” mediante un cuestionario anónimo de 74 preguntas para las que se obtuvo respuestas de 250 periodistas profesionales, hombres y mujeres, de prensa escrita, radiofónica y televisiva en La Paz, Cochabamba y Santa Cruz, cifra que representa prácticamente la mitad del total de ellos. Dos de los capítulos de la indagación correspondieron a la ética periodística.

Uno de ellos fue dedicado a la cuestión de censura y autocensura, fenómenos obviamente contrarios a la búsqueda de la verdad. El 64.4% de los encuestados admitió haber autocensurado alguna vez material periodístico; ello ocurrió básicamente para evitar posibles sanciones por los superiores. El 71.7% dijo haber sufrido censura identificando como responsables de ella principalmente a directores, a jefes de redacción o de prensa y a propietarios, y secundariamente a editores de área y a gerentes. Y tantos como 72.7% de los periodistas explicó que dicha censura tenía por objeto evitar conflictos con anunciantes o ceder a presiones políticas.

El otro capítulo fue el correspondiente a “Sobornos, ética y valores”. El 53.7% de los encuestados dijo haber recibido alguna vez una proposición de soborno para manipular información. Ellas habían provenido de políticos en 74%, de empresarios en 15% y de líderes sindicales en 4.7%. Al cambiar la pregunta para saber si el encuestado

<sup>29</sup> Jorge Canelas S., “Prensa boliviana: zancadillas propias”, *La Época*, La Paz, Bolivia, domingo 22 de diciembre de 2002, p. B7.

<sup>30</sup> Raúl Peñaranda Undurruga, “Capítulo I: Retrato del periodista boliviano”, en Raúl Peñaranda Undurruga, *Retrato del periodista boliviano*, La Paz, Centro Boliviano de Estudios Multidisciplinarios-Cebem, 2002, pp. 21-58.

conocía de manera directa a un colega que hubiera aceptado un soborno, la proporción de respuesta afirmativa subió a 59.5 por ciento.

Igualmente, 65% de los entrevistados dijo conocer a un periodista que había recibido algún regalo de alguna autoridad o empresario en un sentido en que la ética resultaba comprometida. Y 45.4% de los encuestados dijo conocer a algún colega que estaba ganando indebidamente un sueldo paralelo al que ganaba en su medio de comunicación.

A la pregunta sobre si en el medio en que trabajaba el periodista se debatían asuntos de ética, 53.2% contestó que “nunca” o “rara vez” ocurría aquello. Y el 63.4% indicó que la familia es el lugar donde se forjan los valores éticos en el periodista; ninguno indicó que el propio medio también lo fuera.

Peñaranda cierra el análisis de esta parte de los datos que obtuviera con el siguiente comentario sumatorio:

Periodistas que no entienden a cabalidad de lo que escriben. Periodistas que admiten que se equivocan al elaborar notas. Periodistas que reconocen que son pasibles de ser sobornados. Periodistas que admiten que autocensuran sus materiales. Con ese cúmulo de características uno podría suponer que los reporteros y redactores tienen una actitud autocrítica en su desempeño diario. Por el contrario, pese a las fallas mencionadas aquí, los hombres y mujeres de prensa muestran una actitud acrítica. El 50.7% de los encuestados dice que sus colegas tienen ese rasgo. El 46.8% restante, por el contrario, cree que son “autocríticos”.<sup>31</sup>

Y en otro acápite de la misma investigación Claudio Rossell anota que la mayoría de los encuestados, en este caso 44%, considera que la información que dan los medios es “en líneas generales negativa, puesto que hay una tendencia mayor al sensacionalismo y a las denuncias sin respaldo”. Y estima que esto debe constituir “un campanazo de alerta para todos los periodistas pues ser conscientes de esta debilidad en el tratamiento de la información (es decir, la historia inmediata que queda registrada) obliga a todos a trabajar para cambiar esta forma de retratar (o inventar) la realidad”.<sup>32</sup>

Es, pues, muy evidente que una grave crisis moral aflige al periodismo boliviano. La más leve revisión de la documentación pertinente, a la que los propios periodistas son contribuyentes mayoritarios, muestra fácilmente las facetas salientes del debilita-

<sup>31</sup> *Ibid.*, p. 47.

<sup>32</sup> Claudio Rossell Arce, “Capítulo IV: Trabajo interno e intereses extra-periodísticos”, en Raúl Peñaranda Undurraga, *op. cit.*, p. 75.

miento de la ética profesional: teñir de opinión la noticia; distorsión de datos; titulares de noticias discordantes de los textos de ellas; divulgación de rumores y especulaciones; descontextualización; más dichos que hechos; fuentes unilaterales; irresponsabilidad, calumnia y difamación. Y, protuberantes, la frivolidad, el histrionismo, la morbosidad, el sensacionalismo y, a veces, hasta la obscenidad. Si al principio la mayoría de éstas y otras fallas a la ética eran características de unos pocos medios escandalosos y populacheros, ahora lo son también de algunos medios conocidos como “serios”, así sea con menor intensidad, frecuencia y desenfreno. El politólogo Felipe Mansilla percibe tan deplorable situación con apreciaciones como éstas:

[...] Una buena parte de la prensa se dedica a fragmentar la información hasta quitarle sentido y a maquillar los hechos hasta hacerlos espectaculares en la peor forma cinematográfica posible [...] Las noticias, por la tiranía del tiempo televisivo, tienen la fugacidad de un presente perpetuo y no ocasionan ninguna toma de conciencia en los receptores [...] La apariencia lo es todo, el contenido de programas y visiones se ha vuelto prescindible [...] la cultura se vuelve espectáculo de entretenimiento público, el discurso político-ideológico se transforma en fórmula vendible de relaciones públicas y los ciudadanos se convierten en espectadores de trivialidades [...]<sup>33</sup>

## Excesos de la competencia mercantil

Fenómenos como esos surgieron en el escenario de la comunicación masiva boliviana a partir de mediados de la década de los ochenta, cuando —violando la legislación que hiciera de la televisión un monopolio estatal de servicio público— comenzaron a instalarse canales privados y comerciales de televisión. Y crecientemente desde entonces los medios audiovisuales han sido los que con mayor desenfado, frecuencia e impunidad echan por la borda no pocos de los principios y normas de la ética periodística.

La proliferación de medios ha sido tal que un país con apenas ocho millones de habitantes como Bolivia cuenta hoy con más de 600 radioemisoras y con alrededor de 120 canales de televisión, algunos de los cuales operan en localidades con escasa población y de magra economía. Empeñados en absorber el máximo posible de la flaca torta publicitaria del país y produciendo programas nacionales sólo en ínfima proporción y de harto modesta calidad, se han enseñoreado en el campo noticioso

<sup>33</sup> Felipe Mansilla, “Medios de comunicación masiva y cultura popular”, *La Prensa*, La Paz, Bolivia, domingo 2 de junio de 2002, p. 12a.

haciendo gala en no pocos casos de ligereza e irresponsabilidad tanto como de arrogancia y falta de escrúpulos.

Obstinados en hacer *show* de todo para ganar la atención preferencial del público a fin de asegurarse anuncios, algunos canales han incurrido recientemente en la más indigna cobertura espectacular de monstruosos hechos criminales como son los linchamientos de presuntos ladrones y la quemadura de uno de ellos, inermes ante la indiferencia o la complicidad de la gente circunstante y la pasividad de la policía.

Acaso menos dramático pero no menos reprochable es el tratamiento que algunos canales televisivos dan a las prostitutas cuando se pliegan, en pos de escándalo, a “batidas” por las autoridades. En un seminario que acaba de realizarse en La Paz sobre la prostitución, una meretriz informó de ello así: “Mientras los gendarmes de la Alcaldía exigen licencias a los dueños de los locales, los policías patean las puertas de los cuartos donde nosotras estamos con los clientes y los medios nos filman y fotografían sin previo consentimiento, como si fuéramos animales”.<sup>34</sup> La organizadora del seminario, María Galindo, en declaración al semanario *La Época*, criticó duramente, por otra parte, a dos diarios “porque fomentan mediante sus avisos clasificados a la contratación de mujeres con engaños para luego prostituirlas [...]”. “Estamos seguras —afirmaron otras participantes del encuentro— que la investigación periodística profunda interesa al público más que la denigración”.<sup>35</sup>

Acosada por el impacto de la ultramercantilizada televisión, la prensa escrita se ha subido sin vacilar no sólo al carro de la trivialidad y del sensacionalismo sino también al de la mercantilización exacerbada de la información y al del entretenimiento a toda costa. En tratamiento de la noticia, en manejo del lenguaje, en estilo de ilustración y en diagramado, diarios y revistas se han “tabloidizado” —como dijera el analista español José Luis Dader<sup>36</sup>— para competir con el impacto de la televisión que vino a amenazar acaso su propia subsistencia. Más páginas, mucho colorido, nuevas historietas, trucos gráficos, revistas y suplementos especializados, concursos, acertijos, crucigramas, semidesnudos, horóscopos y hasta gangas y regalillos acuden a menudo en su auxilio. Todo ello pudiera no ser reprochable y hasta resultar justificable [...] a condición de no prestarse también para imitar el menosprecio de la moral que desborda las pantallas.

<sup>34</sup> “Las mujeres de la noche elevaron su voz”, en *La Época*, La Paz, Bolivia, domingo 3 de agosto 2003, p. A7.

<sup>35</sup> *Ibid.*, p. A6.

<sup>36</sup> José Luis Dader, “Capítulo XII: los pecados capitales (crónicos) del periodista en su construcción de lo público”, en Raúl Peñaranda Undurraga, *Retrato del periodista boliviano*, La Paz, Centro Boliviano de Estudios Multidisciplinarios-Cebem, 2002, p. 179.

“La información ya no es más el alimento de las mentes, sino la sal de las emociones”, advierte el comunicador César Rojas y añade: “Así como los políticos dejaron de estar al servicio del ciudadano, los periodistas también trocaron verdad y calidad por el *raiting*”.<sup>37</sup>

La fuerte competencia entre los medios por público y publicidad no es el único factor contribuyente al deterioro de la ética de los periodistas en Bolivia. También lo son el bajo nivel de remuneraciones que ellos perciben en contraste con horarios excesivos, la deficiente formación para el ejercicio profesional, el desconocimiento y escaso interés por consideraciones éticas como elementos rectores de su trabajo. Y, por supuesto, las consabidas presiones políticas y empresariales.

## El delirio del poder

Pero hay, además, un factor causal no menos determinante. Es la adquisición por la prensa de un inusitado nivel de poderío en la conducción de la existencia social. Esto ha ocurrido a lo largo de los tres últimos lustros debido principalmente a dos fenómenos. Por una parte, grandes avances telemáticos en las técnicas de comunicación que han contribuido decisivamente a aumentar en mucho el alcance y la calidad de la información, así como a acentuar la concentración de la propiedad de los medios. Y por otra parte, con mayor peso aún que el de la innovación tecnológica, la profunda pérdida de credibilidad, de autoridad y de respeto que han experimentado los partidos políticos por su deficiente desempeño en la conducción de los negocios públicos y por su generalmente impune involucramiento en la corrupción en múltiples maneras.

Al desacreditarse los políticos por ese comportamiento y al crecer la influencia de los medios de comunicación gracias a la innovación tecnológica, se produjo un vacío de poder político. Queriéndolo o no, la prensa vino a llenar ese vacío y así la vieja visión británica que considera al periodismo el “Cuarto poder” del Estado ha llegado a alejarse de la metáfora rumbo a la realidad. En efecto, hoy la política ya no se juega mayormente en calles y plazas sino en pantallas televisivas, en planas de diarios y revistas y en emisiones de radio.

“Pero esto no significa —advierte Raúl Rivadeneira— que la prensa tenga un plan destinado a derribar al sistema político y pretenda ocupar su lugar”.<sup>38</sup> Sin embargo,

<sup>37</sup> César Rojas, *ibidem*.

<sup>38</sup> Raúl Rivadeneira Prada, “Comunicación política e imagen parlamentaria”, en Raúl Rivadeneira Prada, *Bosquejos comunicacionales*, La Paz, Bolivia, Signo, 2003, p. 136.

bajo una óptica algo distinta pero no menos crítica, el sociólogo Franco Gamboa Rocabado halla que en Bolivia el periodismo y la comunicación “están convencidos de que han hecho visible al poder e iluminan la ruta por donde camina nuestra democracia.”<sup>39</sup> Y afirma que no es raro escuchar a los reporteros decir que los futuros líderes políticos serán reclutados de los medios de comunicación.

Fue de ahí que los periodistas derivaron el poder que detentan. En 1997 Alberto Zuazo Nathes hizo a sus colegas esta exhortación: “Buena parte de la suerte de las sociedades contemporáneas está ligada a los medios de comunicación. El poder que han adquirido es inmenso [...] y lo más notable es que no tiene barreras ni frenos. Estos tienen que ponérselos sólo los periodistas a través de la ética, muralla que tiene que ser inexpugnable para los excesos y los despropósitos”.<sup>40</sup>

¿Habrán prestado alguien oídos a sensatas recomendaciones como esas? Todo indica que no, comenzando porque para entonces no sólo no se había dado un uso ponderado y ético del poder cobrado sino que ya se había estado haciendo uso indebido de él, cuando no abuso mismo. En efecto, la percepción de esto había llevado a José Gramunt de Moragas, al recibir en 1993 el Premio Nacional de Periodismo, a advertir que estaba naciendo una nueva dictadura en Bolivia, la de los medios de comunicación. Hizo entonces algunas severas reflexiones como estas:

Los hombres de la comunicación nos hemos constituido en una suerte de divinidades griegas que, desde el Olimpo de las maravillas tecnológicas, rigen a los hombres de la moderna Atenas global [...] Los viejos imperios se quedan chicos al lado de los otros nuevos de la comunicación [...] Así las cosas no hay poder que no nos tema, no hay juez que nos juzgue, no hay moral que nos cohiba, no hay sabio que nos supere, no hay anciano que nos oriente, no hay prudencia que nos modere, no hay institución que nos encuadre. La práctica de la comunicación tiende a extenderse sin control al conjunto de la sociedad. Y todo esto, si no es reorientado, puede conducir a graves males para la sociedad de nuestros tiempos [...] ¿Qué imagen de libertad nos dejan cuando todos obedecen al “*big brother*”? ¿Dónde queda el pluralismo cuando el poder se concentra en los más fuertes? ¿Qué rincón de privacidad nos queda cuando los medios se introducen en las alcobas? ¿Qué instituciones aguantan frente a la aplanadora del superestado comunica-

<sup>39</sup> Franco Gamboa Rocabado, “Poniendo en escena la dramatización política: los medios de comunicación como nuevos actores políticos”, en Franco Gamboa Rocabado, *Itinerario de la esperanza y el desconcierto: ensayos sobre política, sociedad y democracia en Bolivia*, La Paz, Bolivia, Muela del Diablo Editores, 2001, p. 188.

<sup>40</sup> Alberto Zuazo Nathes, *op. cit.*, p. 16.

cional? [...] Cuando el lucro y el poder, y no el sentido de servicio, es el que rige al periodismo, éste se vuelve un enemigo público de la sociedad [...]<sup>41</sup>

Una de las expresiones más notorias del abuso del poder de la prensa en la actualidad en Bolivia es la actuación de algunos periodistas como una suerte de magistrados instantáneos e inapelables, capaces de condenar a cualquiera ante la opinión pública sin siquiera haberle escuchado. Esto se debe, como observa el periodista José Luis Exeni, a que

hay una clara sobrevaloración del papel del periodismo expresada con extrema arrogancia y en no pocos casos, en una práctica periodística en la que quienes tienen el deber de informar se metamorfosean en una curiosa mezcla de jueces supremos con sentencias absolutas, sabuesos policiales con facultades sin límite, francotiradores infalibles con facultades sobrehumanas, buenos samaritanos con sensibilidad eterna, omniscientes dueños de todas las verdades y soberanas vírgenes intocables [...]. Es decir, la labor de servicio —el deber ser— de la mediación informativa se convierte en la magnificación del ser del periodista, dando lugar a una deformación funcional al poder político y al tener económico.<sup>42</sup>

## La salida: autorregulación

Existe, en fin, considerable evidencia de que la prensa boliviana está padeciendo una honda y grave crisis moral que la está desprestigiando crecientemente y que es dañina para la sociedad. Pero, afortunadamente, hay en el horizonte señales claras de que se da entre los periodistas la voluntad para superarlas. Y se percibe también entre ellos el convencimiento de que la herramienta clave para lograr esa superación es la autorregulación sincera y eficaz. Claramente indicativas de aquella voluntad y de esta convicción fueron algunas expresiones del presidente de la Asociación de Periodistas de La Paz, Víctor Toro, Premio Nacional de Periodismo, en la reciente celebración del Día del Periodista. Al ponderar la autorregulación, Toro dijo: “Todos deseamos que vuelva el total respeto de la ciudadanía a los medios de comunicación, para que no sea el miedo o el temor que nos abran las puertas de la información.

<sup>41</sup> José Gramunt de Moragas, “Dictadura de la comunicación”, en Alberto Zuazo Nathes, *op. cit.*, pp. 35-36.

<sup>42</sup> José Luis Exeni, “De periodismo y otros demonios: autorregular el oficio; apuntes para el debate”. Ponencia presentada en el Taller de Medios de Comunicación y Regulación, auspiciado por el OLDIS en La Paz, Bolivia, 1997.

Tenemos que servir a la verdad dejando a un lado las prácticas de convertimos en intermediarios de la noticia, jueces y verdugos, todo al mismo tiempo”.<sup>43</sup>

## Los Códigos de Ética

La autorregulación —el control voluntario por mano propia— se viene practicando desde hace algunos años en el terreno de las agrupaciones profesionales y gremiales de periodistas que han establecido sistemas normativos para guiar el comportamiento moral de sus miembros. Los más conocidos de ellos son los Códigos de Ética de la Federación de Trabajadores de la Prensa de Bolivia (1991), de la Asociación de Periodistas de La Paz (1993) y de la Asociación Nacional de Periodistas de Bolivia (1999). Todos ellos coinciden en plantear conductas que hagan del periodismo un oficio digno, justo y respetable. Todos ellos condenan la inmoralidad y abonan la decencia. Y, por lo general, conllevan sanciones para los infractores a esas normas que van desde la amonestación hasta la expulsión pasando por la suspensión temporal. Tribunales de Honor están a cargo de la vigilancia del cumplimiento de esa normatividad.

Algunos analistas dudan de que la aplicación de los indicados códigos sea muy frecuente y siempre eficaz. Pero aún si lo fuera, ello permanecería confinado a aquellos periodistas que son socios registrados en las agrupaciones profesionales mencionadas que no parecieran ser tan numerosos como los que no son socios. Sobre los primeros, algunos analistas han señalado que la adopción de principios morales en el ejercicio del periodismo no es fácil porque no existen los mecanismos adecuados para que la práctica de la ética llegue a constituirse en una exigencia imperativa en vez de ser solo una opción personal voluntaria. Por esa razón, lo anota el comunicólogo e investigador Erick Torrico, suelen presentarse en la actividad de los comunicadores diversos problemas como ocultamiento de información, distorsión de las noticias, plagios, soborno, injuria y otros. Y hace notar que tales conductas “en muchos casos ni siquiera llegan a conocimiento de los tribunales de honor de las organizaciones del sector, o, cuando lo hacen, estas instancias carecen de la fuerza necesaria como para hacer que sus sanciones sean efectivamente cumplidas”.<sup>44</sup> En cualquier caso, sin

<sup>43</sup> Víctor Toro, “Discurso en el acto de celebración del Día del Periodista”, La Paz, Bolivia, Asociación de Periodistas de La Paz, 2003, pp. 3-4 (mimeo).

<sup>44</sup> Erick Torrico, “La ética”, en Erick Torrico, *Legislación y ética periodísticas en Bolivia*, La Paz, Bolivia, Sindicato de Trabajadores de la Prensa de La Paz-Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, 1991, p. 16.

embargo, este ejercicio debe ser mantenido y perfeccionado para capitalizar lo que se ha logrado hacer hasta la fecha mediante tal recurso autorregulatorio.

## La defensoría del lector

A mediados de mayo del presente año empezó a implantarse en Bolivia un segundo mecanismo de autorregulación: La defensoría del lector. Ella nació al mismo tiempo, 1967, en Suecia, patria del *ombudsman* o defensor del pueblo, y en Estados Unidos de América bajo un formato individual. Comenzó a ser puesta en práctica en Latinoamérica en Brasil y en Colombia a fines de los años ochenta y está dando ahora sus primeros pasos en nuestro país. La creación es del Grupo de Prensa Líder que asocia a ocho diarios: *El Deber* y *El Norte* en Santa Cruz; *La Prensa* en La Paz; *El Alteño* en El Alto; *Los Tiempos* en Cochabamba; *Correo del Sur* en Sucre; *El Potosí* en la ciudad del mismo nombre; y *El Nuevo Sur* en Tarija.

Los empresarios y los periodistas de esos diarios adoptaron voluntariamente esa iniciativa para mejorar su desempeño en lo ético sobre la base de escuchar más y mejor al pueblo en resguardo de su credibilidad. Ellos me honraron con su confianza para actuar como Defensor del Lector ante todos esos órganos de prensa, garantizándome para ello completa independencia y amplias facultades para estimular y facilitar las críticas de los lectores y para propiciar entre ellos —dueños, directivos y redactores de los ocho diarios— la reflexión y la autocritica. Forjaron para institucionalizar la tarea tres instrumentos normativos: una declaración de principios del Grupo, un código de ética para sus periodistas y el estatuto de la defensoría. Además, para ayudar a los lectores a que hagan sus reclamaciones ante ellos, produjeron un manual de quejas que acaba de ser publicado.

El ensayo apenas está empezando y, tratándose de una innovación, se irá forjando y puliendo en función del aprendizaje a ganarse con la experiencia. Pero su sola iniciación marca un promisorio hito en la historia del periodismo boliviano.

## El Consejo Nacional de Ética

Un tercer formato de autorregulación de la prensa comienza a apuntar en el horizonte boliviano: es el Consejo Nacional de Ética, una entidad colectiva que ya tiene largos años de existencia en Europa —especialmente en Alemania y Holanda— y registra experiencias precursoras en Estados Unidos y en países de nuestra región como Chile y Colombia. Corresponde señalar por lo menos dos características dife-

renciales de este formato: una es que aspira a involucrar a todos los periodistas y no sólo a los socios de agrupaciones profesionales y gremiales; y la otra es que abarcaría todos los medios de prensa escrita, radio, televisión e internet.

La proposición inicial para pensar en crear en Bolivia el indicado Consejo se registró en un seminario de periodistas realizado en Huatajata, en diciembre de 2001; la Universidad Católica Boliviana y la Fundación Konrad Adenauer lo patrocinaron para considerar la posibilidad de establecerlo en el país. Valiosos aportes a la reflexión sobre ello hicieron entonces Ronald Grebe, Lupe Cajías, Freddy Morales y Juan Cristóbal Soruco, como lo hiciera algo antes Carlos Serrate.

Más tarde, sobre la base de un planteamiento preliminar encomendado por la Asociación de Periodistas de La Paz a Raúl Peñaranda, el Tribunal de Honor de dicha agrupación formuló un anteproyecto para debate. Pero considerable tiempo transcurriría antes de que el asunto fuera retomado con miras a la realización. En mayo de 2003, en el Día del Periodista, el presidente de la Asociación de Periodistas de La Paz, Víctor Toro, anunció que el proyecto sería puesto a consideración de las demás agrupaciones del gremio, así como de las asociaciones empresariales de comunicación y de las entidades académicas. Pareciera que no pocos pudieran estar de acuerdo, pero algunos tienen dudas o reticencias que deberán ventilarse. Lo que importa es que la plausible iniciativa no vaya a quedar engavetada, sobre todo si se tiene entendido que ella ni afectaría a la vigencia de la Ley de Imprenta ni perjudicaría a los periodistas para favorecer a los empresarios.

## Una voz de alerta

Entre tanto, parece apropiado cerrar la presente exposición con estas palabras admonitorias de la ex presidenta de la Asociación de Periodistas de La Paz, Lupe Cajías: “Creemos sinceramente que es un momento de encrucijada. Si los periodistas no somos capaces de autocontrol, llegará la censura y aplaudida por la opinión pública”.<sup>45</sup>

<sup>45</sup>Lupe Cajías, “Autorregulación, código de ética y ley de imprenta”, en Friedrich Ebert Stiftung-Proyecto Latinoamericano para Medios de Comunicación, *Memorias del Seminario Internacional: Mecanismos de Regulación de los Medios de Comunicación; Experiencias Latinoamericanas*, Quito, Ecuador, agosto 21-22, 1997, p. 72.