

BREVES NOTAS EN TORNO A LA DEONTOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Prof. Dr. Guadarrama Rico, Luis Alfonso
Universidad Autónoma del Estado de Méjico

Prof. Dr. Suárez Villegas, Juan Carlos
Universidad de Sevilla

1. Introducción

La deontología cifra su propósito en definir los deberes que garantizan los bienes humanos específicos que son administrados a través del ejercicio profesional. Como señala Augusto Hortal, conviene establecer unas pautas mínimas obligatorias que valgan de criterio comunes sobre la responsabilidad profesional:

“El bien es pluriforme; tiene muchas facetas. De ahí que no sea exigible a todos en todos sus aspectos. Por eso hacen falta normas. Ellas tratan de salvaguardar unos mínimos obligatorios para todos, compartidos por todos en los mismos términos y que a todos se debe aplicar con idénticos criterios. Sin normas, no hay universalidad ni igualdad en las exigencias; sin igualdad y universalidad en las cuestiones necesarias, la cooperación social consagra y legitima desigualdades y arbitrariedades. La deontología habla de lo que es vinculante para todos. De los espacios abiertos y plurales que quedan para el bien se ocupa la ética”. (Hortal, A., 1994, pp. 57-58)

Cualquier sistema normativo ha de ser interpretado en relación con los fines y valores que lo fundamentan y que constituyen al propio tiempo el referente para denunciar las disfunciones que puedan detectarse en su aplicación. También la deontología es un sistema de “normas”, aunque sea “soft law” pero se trata de exigir a quien asume una función pública, como es la de un profesional, una serie de comportamientos en razón de su responsabilidad con la ciudadanía.

Las profesiones son prácticas institucionalizadas para administrar con garantía bienes humanos básicos, tales como la enseñanza, la salud, la justicia o la información, entre otros. Por otro lado, en la práctica profesional hay que distinguir los bienes internos de la actividad, que son aquellos que los fundamenta y que constituyen su finalidad (el del periodismo es, por ejemplo, la información de la ciudadanía), de aquellos otros bienes externos que se derivan de su ejercicio y que reportan un beneficio social o económico al profesional (en el mismo caso podría ser la notoriedad pública o la influencia política). La profesionalidad se deteriora cuando los bienes externos, es decir, enriquecimiento económico, fama o poder, son buscados como el objeto principal en el ejercicio de la profesión, desencadenando una inversión en el orden de los bienes asociados al ejercicio profesional (CORTINA, A., 2004). A este respecto, el periodista ha de recordar siempre que la información no ha de estar al servicio de otros intereses que el propio interés de los ciudadanos por conocer la verdad de manera independiente, honesta y veraz.

2. Razones para el autocontrol en el ámbito del periodismo

Hemos de comenzar por recordar el sentido atribuido a la ética de los medios de comunicación que planteaba la Resolución 1003 del Consejo de Europa sobre este

particular. Aunque el eje fundamental de los Códigos Deontológicos debe ser el periodista, no puede ignorarse que la actividad informativa se ejerce a través de empresas informativas y, por tanto, además de los códigos deontológicos, se deben establecer acuerdos de naturaleza profesional entre medios de comunicación y sus profesionales. En esta línea hay que enmarcar el desarrollo de los estatutos de redacción como documentos que regulan la participación de los periodistas en las decisiones de la empresa editorial. El objetivo de estos documentos se cifra en garantizar la independencia “ética” del profesional y su compromiso con la ciudadanía, frente a las posibles presiones internas que pueda recibir por parte del medio. Uno de los retos más importante de la libertad de expresión en las sociedades occidentales, como ya señalara el profesor Núñez Encabo, consiste en preservar la libertad en el medio de comunicación, pues será aquí donde se produzcan los nuevos procesos de censura informativa y, en consecuencia, la fuga de la libertad de expresión. La autorregulación contribuiría a paliar la defensa de la autonomía profesional frente a las presiones internas como ante la posible intromisión de los poderes políticos.

Dentro de este marco, los acuerdos deontológicos para supervisar las nuevas responsabilidades que surjan en el ejercicio informativo pueden ser muy amplios, potenciando así una vía de co-regulación en la que deberían estar también presentes los ciudadanos. Esta es la idea que inspira al profesor Núñez Encabo a defender un máximo ético de autonormación frente a un mínimo jurídico que establezca los límites dentro de los cuales debe producirse dicha actividad. De otra forma, podría incurrirse en el riesgo, ya mencionado, de que la regulación jurídica produzca un efecto contraproducente para el propósito de asegurar una mayor libertad de expresión,

“Si los contenidos de la actividad periodística se intentasen garantizar principalmente a través de normas jurídicas el peligro es que se podría encorsetar, sofocar y obstaculizar la propia libertad de expresión a través de una rígida coacción exterior y de una tipificación exagerada de conductas y manifestaciones en que lo lícito o ilícito se encuentra a veces en fronteras muy difíciles de deslindar. Por tanto parece más adecuado establecer un control asumido desde el interior de los medios y que se ejerza como autocontrol ético. En definitiva en relación con el ejercicio del periodismo es preferible aplicar un máximo ético y un mínimo jurídico. Sin embargo esta solo será una solución válida a condición de que los compromisos y la responsabilidad ética se asuman públicamente porque la ética del periodismo debe concebirse como una ética social y pública ya que los medios de comunicación sean públicos o privados ejercen claramente una función pública que afecta al mismo tiempo a todos los ciudadanos”. (Núñez Encabo, 1999: 161)

Para paliar estos males endémicos del periodismo como organización profesional sostenemos que la mejor vía sería la de la co-regulación, ejercida a través de un Consejo de información en el que quedaría integrado tanto la profesión como la sociedad civil para dirimir las controversias que se plantean desde la deontología profesional. Este tipo de instrumento tendría efecto en la medida que vincule a todos los medios de comunicación y sea refrendado jurídicamente, dotando así de eficacia al proyecto de exigir una comunicación responsable con los derechos de la ciudadanía. Se trataría de un órgano con capacidad jurídica pero con una dinámica de actuación más ágil, flexible y próxima a la realidad de la profesión para atender los perjuicios causados tanto a los ciudadanos como a la propia profesión. Esta es la sugerencia que se desprende también de la Resolución 1003 sobre ética del periodismo del Consejo de Europa cuando señala en el punto 37: *“Para la supervisión de la aplicación de estos principios, es necesario crear organismos o mecanismos de autocontrol, compuestos por editores, periodistas, asociaciones de usuarios de medios de comunicación,*

representantes del ámbito universitario y jueces que elaboren resoluciones sobre el respeto de los preceptos deontológicos para los periodistas, que los medios se encargarán de hacer públicas. Todo esto ayudará al ciudadano que tiene derecho a la información, a tener un juicio crítico sobre el trabajo del periodista y sobre su credibilidad”.

3. Relaciones entre Deontología y Derecho en el ámbito de la información

El Derecho y la deontología son instancias complementarias. La deontología es necesaria para aquilatar la responsabilidad de los profesionales y establecer un marco de interpretación de la posterior labor jurisprudencial de los tribunales de justicia sobre su diligencia. De hecho, el Tribunal Europeo de Derechos Humanos ha elaborado una prolífica doctrina sobre los derechos de información que remiten de manera directa a la función de la deontología profesional como instancia desde la que entender y resolver tales conflictos. De ahí que la deontología deba adquirir un carácter institucional que sirva como primera instancia para la reflexión sobre las diversas cuestiones que atañe al ejercicio de la profesión. La deontología adquiere un valor jurídico en la medida en que desciende a un plano de la praxis profesional y de las dimensiones éticas que deben acompañar a su actividad. Por ello, insistimos en señalar que ambas forman parte de un continuo normativo que se debe contemplar al mismo tiempo para compensar el peso de la norma con las razones que asisten a cada caso de acuerdo con los cánones profesionales. La deontología se convierte en fuente del Derecho e incluso en algún tipo de regla jurídica para dirimir la aplicación de las normas en el ámbito de las libertades informativas. Este dato vendría refrendado por las sentencias del TEDH, sobre el artículo 10 del Convenio, que se refieren a la ética o a la deontología periodística – considerada como una fuente del derecho o destinada a atenuar las consecuencias de éste- para apreciar el fundamento de la intervención de los jueces nacionales en el ejercicio de la libertad de expresión de los periodistas, y de la sanción que ha podido considerarse como un abuso, según indica el profesor Derieux:

“¿El TEDH hará deontología sin saberlo, quererlo o reconocerlo? ¿Por qué motivo? ¿No se convertiría de este modo la deontología en una fuente del derecho e incluso en regla del derecho? Si la ética periodística parece más suave, menos limitativa y restrictiva que la regla del derecho, ¿Cuál sería entonces el valor de éste? ¿No se encontraría reemplazado? Si, por el contrario, la deontología se sobreañade al derecho, los profesionales, a quienes se imponen las nuevas obligaciones complementarias ¿no se verían desanimados de preocuparse de la deontología...en detrimento de su libertad, de su sentido de responsabilidad, de la calidad de las informaciones difundidas y del servicio debido al público? En cualquier caso, no hay mucho que obtener o esperar, sobre este punto, de la jurisprudencia del Tribunal Europeo, globalmente favorable a la libertad de expresión, y con una amplia tendencia a considerar que la injerencia de las autoridades nacionales (legisladores y jueces, e incluso de instituciones de deontología) en el ejercicio de esta libertad no es «necesaria en una sociedad democrática».

Deontología y autorregulación en el ámbito digital.

En un reciente estudio llevado a cabo en tres países europeos sobre el desarrollo de criterios deontológicos en el periodismo digital, los periodistas consultados mantienen una visión dual sobre los aspectos más influyentes a la hora de propiciar o dificultar el ejercicio ético del periodismo, en la que los factores externos (empresariales

y económicos, políticos, tecnológicos) pesan tanto como los factores personales. El grado de independencia del medio en el que se trabaja y los valores del profesional de la información son percibidos como los más condicionantes. Frente a ellos, la interacción con los públicos y la respuesta u opinión de éstos se sitúa en un segundo plano.

Parecen especialmente sensibilizados contra la práctica de modificar, reelaborar o adaptar las informaciones por intereses políticos, de grupos sociales o de carácter económico. Este tipo de peticiones, según ellos mismos señalan, son sin embargo poco frecuentes por parte de las empresas periodísticas, frente a la petición de reescribir una información para conseguir más tráfico o visitas o al hecho de obligarles a dedicar demasiado tiempo a resolver aspectos técnicos en detrimento de la investigación periodística.

Consideran que la forma más eficaz de resolver los conflictos éticos que se producen en la actividad cotidiana es la negociación interna e individual con empresarios y editores, por delante de otras alternativas como la apelación a la cláusula de conciencia o acudir ante instancias externas de garantías y protección de los periodistas. La denuncia pública, o la de acudir a compañeros de otros medios que puedan considerarse competidores del propio son las posibilidades que generan mayores reticencias.

Por otro lado, puestos ante el dilema ético de publicar o no una información por las consecuencias negativas que dicha publicación pueda conllevar, entre los encuestados prima la solución de pedir consejo a algún profesional con experiencia o con quien se tiene confianza, por delante de la posibilidad de acogerse a un código deontológico u otro mecanismo de autorregulación o buscar el apoyo colectivo de los compañeros, por ejemplo a través del comité de redacción. También en este caso la posibilidad más beligerante, negarse a firmar, presentar o locutar la información, queda en último lugar. Los consultados atribuyen más responsabilidad, u otorgan mayor capacidad de actuación en la resolución de los problemas éticos y deontológicos, a los profesionales del periodismo que a los empresarios de la información, aunque también hacen hincapié en la necesaria formación de periodistas y empresarios de los medios de comunicación.

La visión que predomina sobre los modelos de autorregulación asociados a los códigos éticos es poco ambiciosa desde el punto de vista de su capacidad y competencias; por ejemplo, en relación a su poder sancionador. Tampoco concita porcentajes mayoritarios de acuerdo la intervención del Estado con el fin de garantizar que se dieran las condiciones para ejercer un periodismo responsable. A pesar de todo, sólo una minoría piensa que los problemas éticos no tienen solución por la vía de la regulación (sea voluntaria o legal), al tratarse de cuestiones inherentes a la propia naturaleza del periodismo.

Ello aporta un balance positivo desde el punto de vista de la “utilidad” de los principios éticos y deontológicos, que permiten aspirar a un entorno profesional más seguro, más digno y más consciente de su función social, evitando un pesimismo naturalista que viene a desembocar en la resignación y en la melancolía. Sin embargo, frente al dinámico y cambiante ámbito de la información en internet se requiere desarrollar pautas deontológicas que permitan a los profesionales actuar con rigor, evitando contagiarse de malas prácticas que puedan ser lesivas de los derechos de los ciudadanos. Una ética del público es también necesaria para completar una alianza comunicativa entre periodistas y ciudadanos.

Sobre la necesidad de la autorregulación en el ámbito del periodismo online, ha sido ya analizado por diversos autores que han llevado a cabo estudios tanto de la dinámica periodística en las redacciones digitales (García Capilla, 2012; Díaz-Campo y Segado-Boj, 2014; García Avilés, 2014; Suárez-Villegas, 2015a, 2015b y 2015c). Los

primeros antecedentes de esta tarea reguladora del periodismo en internet, lo encontramos American Society of Newspaper Editors (ASNE) y el Instituto Poynter y el documento hacía referencia a los siguientes aspectos (Mann, 1998). En nuestro país, por ejemplo, las recomendaciones elaboradas por el Consejo de la Informació de Cataluña, o algunas de las indicaciones derivadas de la actividad de la Comisión de Quejas, Arbitraje y Deontología de la FAPE (Suárez-Villegas, 2015a). Durante estos años también se han sucedido diversos estudios que analizan la adaptación de los códigos deontológico de la profesión a los nuevos desafíos éticos planteados en el desafío digital. (Mico, 2008; Hulin y Stone 2013; Diaz-Campo, Segado-Boj, 2014; González Esteban et al., 2011). En líneas generales, todas insisten en que el ecosistema comunicativo ha cambiado sustancialmente. El periodista no es alguien que informa hacia el público sino que informa con el público, consiguiendo canalizar a través de las nuevas vías de interacción una comunicación fluida, en la que las noticias van más allá de su publicación y requiere una gestión social de la actualidad en la que la ciudadanía puede y quiere estar presente en sus distintas fases. Esta situación requiere una nueva manera de entender tanto la identidad del profesional como el proceso informativo. En este artículo hemos realizado una sumaria interpretación de cómo los profesionales de tres países observan estos distintos dilemas éticos del periodismo.

Conclusiones.

Resumiendo algunas de las ideas expuestas podríamos decir.

1. El Derecho constituye un marco de mínimos, mientras que la deontología amplía este círculo de exigencias profesionales para asegurar un correcto ejercicio de la actividad. Entre la deontología y el Derecho existe una relación complementaria, pues la ética aplicada en el ámbito de la actividad profesional pretenden aportar criterios más flexibles y ágiles para el desarrollo de los derechos de los ciudadanos.
2. La deontología profesional si bien se refiere de manera principal a las medidas adoptadas por la profesión, debería estar abierta y ser receptiva a las recomendaciones que desde distintas instituciones y asociaciones de la sociedad civil se puedan formular acerca del comportamiento de los medios de comunicación, asumiendo como parte de su corpus normativo aquellos que pudieran revestir especial interés para orientar la actividad profesional. Por tanto, la autonormación puede proceder de diferentes instancias sociales que en un diálogo horizontal con la profesión transmitan sus criterios sobre los posibles efectos de la actividad informativa sobre los colectivos sociales o circunstancia de especial sensibilidad para los derechos de los ciudadanos. Por eso, cabría decir que la autorregulación podría comprender también otras fórmulas más abiertas que admitan la integración de agentes sociales o especialistas que puedan ponderar los efectos de la comunicación social (AZNAR, H., 2010)
3. El periodista ha de establecer nuevas alianzas cívicas que refuercen su identidad profesional dentro del nuevo ecosistema comunicativo, lo que incluye no sólo destreza tecnológica sino también un compromiso ético y social con la ciudadanía, de la cual dependerá su credibilidad. Con este objetivo, deberá evitar conductas que puedan ser lesivas para los derechos de los ciudadanos, como hurgar en su intimidad a través de las redes sociales y publicar episodios no relevantes con los asuntos de interés público. En esta línea, convendría también recordar la importancia de respetar el derecho al olvido, evitando publicaciones

- de episodios pasados ya superados por el esfuerzo de quienes desean cambiar su vida y zanjar malas experiencias. (Whitehouse, 2010; Suárez-Villegas, 2014).
4. El periodista ha de ser todo caso un notario de una realidad contrastada, capaz de servir de guía a la opinión pública, y no una caja de resonancia de simples rumores. Su labor en el ámbito de las redes sociales debe ser complementaria a su actividad profesional, manteniendo coherencia en ambos contextos como periodista. Esta doble condición exige al periodista una mayor transparencia y honestidad, de la cual dependerá lo que se ha dado en llamar su marca personal, como seña de su crédito profesional incluso en esos espacios de interacción con los ciudadanos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AZNAR, H. (2010), “Por una teoría normativa de la comunicación a las alturas de los tiempos: ¿Más derecho, más política, más ética? (A propósito de la publicación de la agonía del cuarto poder de Carlos Ruiz)”, en *Dilemata*, nº 3, pp. 77-94.
- CANEL, M. J; RODRÍGUEZ-ANDRÉS, R.; SÁNCHEZ-ARANDA, J. J. (2000). *Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- CARRILLO, M. (1999), “Derecho a la información, ley y auto-regulación”, en JC. Suárez, ed., (1999). *Medios de Comunicación y Autocontrol. Entre la ética y el Derecho*. Mad. Sevilla. pp. 109-125.
- COCA, C. (1997): “Códigos éticos y deontológicos en el periodismo español”. *ZER*, 56, 107-128.
- CORTINA, A. (2004), “Ciudadanía activa en una sociedad mediática”, en Gozávez V., ed, *Ética de los medios. Una apuesta por una ciudadanía audiovisual*. Gedisa. Barcelona.
- DERIEUX, E., “Las referencias a la deontología de los medios en la sentencia del Tribunal Europeo de los Derechos Humanos”. Relaciones entre Derecho y deontología” (texto traducido por Ana Azurmendi. Inédito).
- DEUZE, M.; YESHUA, D. (2001): “Online Journalists Face new Ethical Dilemmas. Lessons from the Netherlands”. *Journal of Mass Media Ethics*. vol. 16, nº 4, pp. 273-292.
- DÍAZ-CAMPO, J.; SEGADO-BOJ, F. (2014). “La adaptación de los códigos de ética periodística europeos a Internet y las TIC”. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, n.26, <http://ambitoscomunicacion.com/2014/la-adaptacion-de-los-codigos-de-etica-periodistica-europeos-a-internet-y-las-tic/>
- GARCÍA CAPILLA, D. J. (2012): “From Postmodern Ethics to the New Ethics of the Me Generation: The Transition from Mass Media to the Internet”. *Comunicación y Sociedad*, vol. 25, nº 1, pp. 165-187.
- GARCÍA-AVILÉS, J. A. (2014). “Online Newsrooms as Communities of Practice Exploring Digital Journalists” *Applied Ethics, Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, 29:4, 258-272, DOI: 10.1080/ 08900523.2014.946600
- HORTAL, Augusto (2002): *Ética general de las profesiones*. Desclée De Brouwer, Bilbao, 2002.
- HUMANES, M. L. (1998). “La profesión periodística en España”. En: *ZER. Revista de estudios de comunicación*. Mayo, núm. 4 [en línea] < <http://www.ehu.es/zer/zer4/humanes12.html>> [Fecha de consulta: 02/03/2012]

- JONES, J.C. (1980). *Mass Media Codes of Ethics and Councils. A comparative international study on professional standards*. París: UNESCO Press.
- MAC BRIDE, Sean y otros (1987). *Un sólo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México: FCE, 2a ed. abrv., (1a ed. en inglés, 1980). Madrid: Ediciones Paulinas.
- MICÓ, J.-L. *ET AL* (2008): “La ética en el ejercicio del periodismo: credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en internet”. *Estudos em comunicação*, nº 4, pp. 15-39. [Consulta: 02/10/2013] <http://www.ec.ubi.pt/ec/04/pdf/02-Jose-Luis-Mico-La-etica-en-el-ejercicio-del-periodismo.pdf>
- NUÑEZ ENCABO, M. (1999), “Los requisitos para la existencia del autocontrol de los medios de comunicación: el código europeo de deontología del periodismo”, en J.C. Suárez, ed., *Medios de Comunicación y Autocontrol. Entre la ética y el Derecho*. Mad. Sevilla. pp. 149-158.
- NUÑEZ ENCABO, M. (2011), “Maximo ético y mínimo jurídico”. *REVISTA PERIODISTAS*, Nº 26, Madrid.
- REAL, E. (2005), “Un intento por clarificar los actos propios del ejercicio periodístico”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 11. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, pp. 129-151.
- REAL, E. (2010): “La autorregulación. Valoración de los códigos. Conocimiento de los mecanismos de autorregulación”, en ALSIUS, Salvador y SALGADO, Francesc (eds.), *La ética informativa vista por los ciudadanos. Contraste de opiniones entre los periodistas y el público*. Barcelona, UOC.
- RUIZ, C. (2008). *La agonía del cuarto poder. Prensa contra democracia*. Barcelona: Trípodos.
- SUÁREZ, J.C. ,ed. (1999), *Medios de Comunicación y Autocontrol. Entre la ética y el Derecho*. Mad. Sevilla.
- SUÁREZ-VILLEGAS, J.C (2014b): El derecho al olvido, base de tutela de la intimidad Gestión de los datos personales en la Red. *Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación)*, pp. 1-8. Vol. Febrero - mayo, 2014
- SUÁREZ-VILLEGAS, J.C (2015c): “Ethical and deontological aspects of online journalism. Their perception by journalists”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 91 to 109. <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1036us/06en.html> DOI: [10.4185/RLCS-2015-1036en](https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1036en)
- SUÁREZ-VILLEGAS, J.C. (2015a). “Selfregulation of offline and online journalism in Spain in the experience of the Arbitration, Complaints and Ethics Commission”. *Communication & Society* 28 (3), 135-149. Doi: 10.15581/003.28.3.135-149
- SUÁREZ-VILLEGAS, JUAN-CARLOS (2015b). "Nuevas tecnologías y deontología periodística: comparación entre medios tradicionales y nativos digitales". *El profesional de la información*, v. 24, n. 4, pp. 390-395. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.jul.05>
- WHITEHOUSE, G. (2010): “Newsgathering and Privacy: Expanding Ethics Codes to Reflect Change in the Digital Media Age”. *Journal of Mass Media Ethics*, vol. 25, nº 4, pp. 310-27.