

¿EXISTE UN MÉTODO DE ANÁLISIS DE LA ÉTICA PERIODÍSTICA?

Juan Carlos Suárez Villegas
Universidad de Sevilla
icsuarez@us.es

Resumen

La deontología es una disciplina a caballo entre la ética y el Derecho. Sus pautas no tienen las fuerzas normativas de las leyes pero adquieren un importante peso como obligaciones profesionales, las cuales podrían ser refrendadas posteriormente por los tribunales de justicia como exigencias de la diligencia debida del ejercicio de una determinada profesión. La deontología se puede convertir en un instrumento de análisis de la actividad informativa y ofrecer así un paradigma de la ética de la profesión periodística. La definición de una serie de principios básicos de la ética periodística, la delimitación de un procedimiento para llevar a cabo el análisis deontológico, o la distinción entre el análisis y la crítica son algunas de las ideas básicas en las que se basa la presente propuesta.

Palabras clave: ética, deontología, crítica, análisis, información, códigos.

1. La deontología profesional

La ética profesional tiene su propio estatus y no debe ser confundida ni con la ética de los profesionales, que correspondería a las creencias y actitudes arraigadas en la educación de cada persona, ni tampoco en el ámbito de la norma jurídica. La ética profesional quedaría fundada en criterios objetivos que emanan de las funciones que la profesión desempeña en la sociedad y del posterior acuerdo con lo que los profesionales asumen como restricciones mutuas para hacer viable un marco de actuación común. Este ejercicio colectivo de dotar de eficacia práctica a los valores éticos de la profesión y convertirlas así en pautas de conductas asumidas de manera voluntaria como seña de identidad social, será lo que justifique la deontología profesional. Por tanto, podríamos decir que la deontología es la ética de la profesión, que encuentra su fundamento en su función social, más el acuerdo de los profesionales para hacer de la ética un marco normativo interno de la profesión por el que se exigirán responsabilidades mutuas.

De este modo, la deontología se propone lograr dos objetivos fundamentales.

1. Asegurar los fines de la actividad, lo que significa adoptar como principio de actuación la tutela de los derechos de los administrados. A este respecto, la mayor pericia del profesional en relación con el bien que administra le concede una posición de superioridad que le debe llevar a tomar las decisiones más convenientes para sus administrados (una relación vertical), pero al mismo tiempo no debe olvidar la

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

dimensión de igual respeto que le debe como persona (relación horizontal). Por eso, la tutela de los derechos como profesional debe ir también acompañado de la humanidad que requiere la igualdad consideración de las otras personas.

2. Reforzar los acuerdos internos y establecer deberes y derechos entre los profesionales.

Los códigos deontológicos pueden observarse como referentes de los criterios de calidad exigibles a la praxis profesional. Aunque su contenido suele ser bastante escueto y general, permite establecer al menos unos mínimos sobre el contenido de los principios deontológicos. Algunos de los estudios recientes han puesto de manifiesto cuáles son precisamente las pautas deontológicas que se repiten con más frecuencia en los distintos códigos deontológicos. En esta línea, siguiendo un Tesauro elaborado por el profesor Salvador Alsius, hemos elaborado un marco de las principales pautas deontológicas que caerían de manera prevalente bajo cada uno de los principios éticos señalados. Decimos de manera prevalente porque la deontología periodística aunque pueda ser presentada a través de la estrategia metodológica de estos principios, forma un marco unitario y la infracción de uno de estos principios comporta de manera indirecta la infracción de los otros en mayor o menor grado. El Tesauro que propone sería el siguiente:

2. Dimensiones prácticas de la deontología periodística. Análisis y crítica de la información

Cabría establecer dos modos diversos de realizar un análisis ético de la noticia. El primero corresponde a lo que podríamos denominar una revisión de los parámetros deontológicos que acreditan que la noticia ha sido elaborada de un modo correcto, siguiendo los criterios establecidos en el principio de veracidad, y con el debido respeto a los derechos de las personas implicadas en la noticia (principio de honestidad). Efectivamente, el cumplimiento de estas exigencias comporta al mismo tiempo que se ha actuado de acuerdo con el código deontológico (principio de justicia), y si con el debido respeto a los derechos de los otros compañeros. Por tanto, un análisis deontológico de la noticia consistiría en someter la praxis del periodista al molde de los códigos deontológicos y examinar en qué aspectos se produce una contravención o no de las pautas allí recogidas. Ahora bien, el periodismo no es una actividad meramente mecánica que consista en elaborar noticias como meros productos de consumo. La noticia tiene una dimensión crítica y social que debe corresponder a una serie de valores a los que corresponde el periodismo. Por eso, el análisis deontológico debe ser completado con esta perspectiva teleológica que interroga por el valor crítico de la noticia, es decir, por los valores que se transmiten a través de ellas. En este sentido, el análisis ético no sólo atiende a si una noticia está bien hecha, es decir, si cumple o no con los criterios deontológicos, sino también si es una buena noticia, en su sentido de ser una noticia que respeta los valores en los que se asienta la convivencia democrática. Esta dimensión crítica del análisis ético de la información quedaría recogida a través de las exigencias propias del principio de responsabilidad social. Este principio nos ubica en el ámbito de los discursos sociales

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

de los medios y cómo estos pueden influir en el imaginario social. Los medios de comunicación educan a la ciudadanía y la instruyen acerca de cómo observar la realidad. Esta educación no se produce a partir del contenido de una noticia sino de otras estrategias comunicativas que contribuyen a reforzar ciertos discursos sociales. Por ello, la educación mediática ha de partir de una educación cívica comprometida con los valores democráticos como referencias del valor crítico de la comunicación.

De este modo, se establecen dos dinámicas complementarias en el análisis ético de la noticia; una referida a las formas de hacer la noticia (deontología), y otra referida a los fines (valores) de la información, es decir, teleológica. En otras palabras, las noticias no sólo tienen que estar bien hechas, de acuerdo con los criterios de diligencia profesional, sino que ha de ser una buena noticia, es decir, atender a los fines de la información en el marco de una sociedad democrática. Estas finalidades conciernen a las responsabilidades sociales de los medios de comunicación y aportan una dimensión creativa al periodismo, pues existen valores humanos cuya vigencia dependen de la buena comunicación, tales como la propia calidad política de los ciudadanos, la formación de actitudes cívicas y tolerancia hacia la diversidad cultural. Por esta razón, desde esta perspectiva de las responsabilidades públicas cabría ponderar tanto lo que hacen los medios como aquello que “no hacen” y cuya dejación constituye un perjuicio para la ciudadanía. Por ejemplo, cabría criticar a los medios cuando sustituyen la programación infantil por formatos destinados al público adulto, perdiendo así las oportunidades pedagógicas del medio para los más pequeños o, en otros casos, cuando se reiteran discursos discriminatorios contra la mujer o actitudes de menosprecio hacia colectivos sociales vulnerables.

Estas responsabilidades también podrían detectarse a través las pautas que recomiendan precisamente la tutela de estos colectivos. Sin embargo, contemplarlo como una responsabilidad más que como un “deber” refuerza el carácter positivo de que no se trataría meramente de “no infringir” un límite sino más bien potenciar un valor asociado a la esencia de la información en la sociedad democrática. Es aquí donde surge el esfuerzo creativo del periodista para hacer de su compromiso social una oportunidad no sólo informativa sino también “formativa”.

En los códigos deontológicos la ética del profesional se concreta en deberes y serán estos los que permitan llevar a cabo un análisis de la información. Estos deberes constituyen lo que podríamos denominar un protocolo de actuación diligente del profesional ante los distintos supuestos que se pueden encontrar en su práctica diaria. Por tanto, el conocimiento de los códigos por parte de los profesionales se antoja una exigencia ineludible para garantizar su competencia. No se trata de “ser bueno” en un falso sentido moralizante, sino de ser competente, es decir, cómo se ha de actuar para hacerlo demostrando una competencia humana y profesional en el servicio que se le presta a otras personas. Por tanto, la deontología es un modo de objetivar la diligencia ejercida a través de conductas que se les presuponen a quienes ejercer una actividad profesional. Por eso, no podemos entenderlo como “censura” o control gratuito por razones de purismo moral, sino más bien como una conducta exigible a la responsabilidad asumida por quien ocupa una posición profesional. De no ser así, no

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

cabría establecer diferencias entre las conductas de particulares y profesionales, quedando un derecho tan importante como la información al arbitrio y discreción de cada cual.

Los códigos cumplen así la función de concretar conductas profesionales que, con posterioridad, permitirán dirimir sobre el grado de adecuación de los profesionales a dichas normas en su práctica diaria. El código deontológico constituye una seña de identidad del profesional y también un referente de su crédito social. Esta circunstancia no es óbice para que el periodista pondere cuáles son las formas más adecuadas para atender el derecho a la información de los ciudadanos, pero esta libertad no puede ser tan amplia y discrecional como para saltarse cualquier límite, con total desprecio a los valores comunes compartidos por la profesión. Por eso, la respuesta de la profesión a conductas desaprensivas valdrá cuando menos para deslindar la ética del periodismo de la de quienes dicen llamarse periodistas pero actúan sin ningún escrúpulo en contra de las exigencias mínimas de la profesión.

El análisis ético de la noticia es un análisis normativo, pues su objeto consiste en poner de manifiesto de qué modo los distintos aspectos de una noticia se ajustan o no a las pautas deontológicas. A fin de evitar una dispersión en los argumentos presentados sobre dicha conducta se requiere identificar la naturaleza de dichas infracciones de acuerdo con los contenidos expresados en el código deontológico. De este modo, el demandante deberá justificar y mostrar las pruebas pertinentes que avalen la falta deontológica cometida por el profesional. Será competencia de la instancia que delibere sobre dicha conducta poner en conocimiento de la parte afectada la queja y darle el derecho de ofrecer las razones que estime oportunas en su defensa. Una vez analizadas la documentación y argumentaciones ofrecida por una parte y por otro, corresponde llevar a cabo un análisis que partiendo de la naturaleza del caso en cuestión, vincule y establezca la relación entre la conducta profesional que es objeto de la queja y la interpretación correspondiente del artículo del código deontológico en cuestión. Este análisis habrá de tener en cuenta la doctrina deontológica ya establecida tanto de dicha comisión como de otras que pudieran ser pertinentes al caso, así como el marco jurídico dentro del cual cabría ubicar los límites más precisos de la deontología.

Una vez examinada la conducta en relación a la doctrina deontológica se emite una resolución en la que se haga constar si dicha conducta se ajusta o no a la deontología periodística. De este modo, se logra así que la conducta de quienes actúan bajo una posición institucional como es la de ser profesionales del periodismo, quede expuesta no sólo a la opinión crítica de los ciudadanos, sino también a una contestación de la profesión que contribuya a esclarecer las razones de la buena praxis periodística. Más allá del reproche moral, cabría esperar que la legitimidad de este tipo de instancia deontológica de la profesión alcance suficiente *autoritas* como para que vengam refrendadas posteriormente en sede judicial, en el caso de que alguna de las partes recurran a esta vía, convirtiendo así la *autoritas* en *potesta*.

3. Criterios para un análisis deontológico de la información

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

En este apartado ilustramos cómo la ética se convierte en un método de análisis de la información, basado en una serie de principios presentes en todas las propuestas deontológicas del periodismo.

El ciudadano puede recabar de los profesionales de la comunicación las razones que justifican su tratamiento informativo. Esta dinámica de interactividad entre medios y público ha aumentado de manera extraordinaria con los medios digitales, pero todas persiguen a fin de cuenta demandar una información más completa que incluya las versiones de los propios protagonistas de las noticias. Por eso, debería ser una práctica habitual que los ciudadanos podamos consultar a través de diversas vías a los medios por aquellas prácticas informativas que nos parezcan controvertidas y que puedan afectar tanto a los derechos de las personas afectadas como al posterior derecho de los ciudadanos a una información veraz, contrastada y respetuosa. No hemos de olvidar que en todo acto informativo es a la par un acto de educación cívica, no sólo informamos sobre la realidad, sino que enseñamos a mirarla y a tratar a los demás colectivos a través del modo de presentarlos a la opinión pública.

Este propósito sería la razón de ser del conjunto de documentos deontológicos con el que se dota la profesión y los medios de comunicación para cumplir con sus responsabilidades frente a la ciudadanía. Vamos a continuación a señalar cuáles serían estos distintos criterios que el profesional debe mantener a la hora de fundar la calidad de su conducta profesional.

- **El marco jurídico:** qué dispone el Derecho sobre el asunto tratado. ¿Hay una norma jurídica? El derecho marca el mínimo exigible en relación con las obligaciones del periodista. No hemos de olvidar que la norma jurídica obliga a todos y, además, genera una obligación moral en tanto que su cumplimiento no debe corresponder a una mera exigencia legal sino también al propósito de que su autoridad constituya una pauta común de justicia para todo. Por supuesto, esta actitud de respeto a la ley, no supone renunciar a la legítima crítica que cualquier ciudadano puede y debe ejercer ante lo que considera una mala aplicación de la ley o una mala ley, máxime cuando de dicha labor crítica dependerá que se ponga de relieve las deficiencias del sistema social y político. Por tanto, la primera exigencia en el ejercicio del periodismo es cumplir con la ley, pero también el primer deber del periodista es criticar a las leyes cuando estas pudieran adolecer de eficacia para lograr los fines de justicia que la fundamentan.

Por tanto, la labor de la deontología es complementaria con respeto a la ley y no sustitutiva. El criterio deontológico permite aportar una respuesta más ajustadas y concreta a las circunstancias del caso, complementando así las exigencias de la norma jurídica. De este modo, la deontología logra que de manera más discrecional y razonable las normas sean interpretadas en cada situación a la luz de los fines de la profesión.

En resumen, el periodista debe tener un buen conocimiento del marco legislativo que regula el derecho a la información y actuar en consecuencia, renunciando a

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

utilizar métodos ilícitos para conseguir la noticia o realizando un tratamiento que pueda atentar contra los derechos de las personas afectadas por la noticia.

- **El marco deontológico:** concierne a las pautas que los profesionales se dotan a sí mismo para atender a su compromiso de servir a la ciudadanía en su derecho a ser informado de manera veraz y plural sobre cuestiones de interés público. La deontología podría ser considerada como un mosaico de pautas de comportamientos que acreditan la especial responsabilidad de los profesionales frente a los administrados. El referente de la deontología periodística lo establecen los distintos documentos conformados por la profesión, por el propio medio o por instituciones relacionadas con ciertos temas de especial sensibilidad social y que exigen un respeto en el tratamiento informativo que se les presta. (asociaciones de mujeres, inmigrantes, minorías religiosas, juventud, enfermedades mentales). Los documentos deontológicos son muy variados y tienen un carácter de recomendación para el profesional. Sin embargo, el código de la FAPE, por ser el aprobado por la profesión y constituir un compromiso con la sociedad, adquiere una especial fuerza en sus exigencias como código de conducta que debe seguir cualquier profesional que se precie. En este sentido, se dan importantes pasos para que los medios, a través de acuerdos con la FAPE, acepten el carácter vinculante de sus códigos en relación con su responsabilidad ética y social, de tal modo que aceptarán las resoluciones emitidas por el Consejo de Quejas y Deontología como instancia que resuelva las controversias suscitada por ciertas noticias, aceptando la exigencia de publicarlas en el propio medio.
- **Doctrina jurídica y deontológica.** La cual incluye tanto los criterios establecidos por las instancias jurídicas (jurisprudencia establecida por el Tribunal Constitucional). En segundo lugar, y salvando la desproporción normativa con la doctrina jurídica, cabría aludir a los criterios hermenéuticos extraídos de las resoluciones dictadas por las instancias profesionales. A estas dos fuentes de doctrinas, jurídica y deontológica, cabría también incluir aquella que se pueda formular a partir de estudios científicos e investigaciones académicas que adviertan sobre ciertas cuestiones relativas a la actividad profesional que puedan ser pertinente para fundamentar un razonamiento en la deliberación de un determinado caso.
- **El sentido común:** debe ejercer una importante función para orientarnos sobre la conveniencia de ciertas actuaciones a la luz de las circunstancias presentes, pues la corrección de una conducta debe también ir acompañada de la elección y las formas adecuadas, a fin de evitar que ciertas decisiones puedan ocasionar perjuicios innecesarios. Por tanto, el periodista manteniendo como prioridad el bienestar de las personas, deberá discernir de qué modo gestionar su labor informativa para evitar molestias de las personas afectadas que sean innecesarias y que tampoco aporten mayor valor a la noticia. Por eso, el sentido común debe ser un criterio subsidiario para deliberar y resolver sobre situaciones no siempre contempladas por la casuística legal o deontológica.
- **La costumbre:** se trata de conductas espontáneas adoptadas como criterios de actuación en situaciones no regladas y que generan una expectativa razonable con

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

respecto a la conducta de terceros. Por eso, la costumbre también puede ser un criterio de actuación en ciertas situaciones, si bien es un criterio débil.

A la hora de resolver una cuestión en la que entre en juego las responsabilidades del profesional, un litigio si se deriva en un procedimiento jurídico, y una controversia si da lugar a una queja en el ámbito deontológico, se realiza un juicio práctico en el que partiendo de la premisa de lo establecido por la norma o la pauta deontológica, se delibera sobre la propiedad o no de la conducta en relación a lo establecido en ella. En el caso del Derecho da lugar a una sentencia por parte de un tribunal de justicia, mientras que en el caso deontológico da lugar a una resolución. La sentencia es una respuesta del ordenamiento a una conducta y tiene previsto todo un sistema de sanciones que garantiza su obligatoriedad. En caso de la deontología el propósito consiste en el reproche público de una conducta y sus efectos sancionadores sólo podrían derivarse del desmérito de dicha conducta y la respuesta que pueda dar a ella un público responsable.

La profesión periodística está pretendiendo en nuestro país que la Comisión de Quejas y Deontología de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE), constituida en Fundación para actuar de manera independiente de esta, establezca convenios con los medios de comunicación para lograr que sus resoluciones sean vinculantes y se publiquen en los propios medios afectados.

Sería interesante que la labor eficaz de esta instancia de autorregulación profesional adquiriera suficiente prestigio como para que su reproche “deontológico” disuada a aquellos periodistas y medios que actúen de un modo irresponsable. Por otro lado, la solvencia profesional y social de esta fundación puede constituir una primera y útil referencia para los tribunales de justicia en el caso de que posteriormente pudiera presentarse el caso como una demanda judicial.

4. Los principios éticos como instrumentos de análisis

4.1 Cuestiones concernientes al principio de veracidad

- **El interés público** de los acontecimientos tratados. No olvidar que “el interés público” como un concepto crítico no coincide con el interés del público (preferencias subjetivas)

- **La calidad del proceso informativo (Diligencia profesional)**
 - Tipos de fuentes (fiabilidad, posible contaminación)
 - Comprobación de la información por diversas fuentes.
 - Respetar los hechos y evitar que sean adulterados por versiones informativas demasiado sesgadas. No es exigible la neutralidad informativa, pues cada medio y cada informador lo puede contar desde una perspectiva de intereses diversa, pero sí el rigor informativo.

Investigar la Comunicación hoy

Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

- Pluralidad informativa: incluir las versiones de las distintas partes implicadas en los acontecimientos.
- Adecuación del titular informativo con el relato del cuerpo de noticia.
- Evitar el sensacionalismo informativo, con expresiones que se adentran en detalles innecesarios de la tragedia, los cuales producen un daño añadido a las víctimas. Particular atención habrá que prestar al uso de las imágenes.
- Rigor en la terminología tanto jurídica como de carácter técnico cuando se trata de noticias de periodismo especializado.
- Evitar formas de manipulación audiovisual.
- Rectificaciones proporcionadas de noticias con datos falsos.
- Derechos de réplica de las partes implicadas

4.2 Cuestiones concernientes al principio de honestidad

En relación **con las opiniones**, no se exige “veracidad”, sino **honestidad** que, a nuestro juicio, incluiría las siguientes cuestiones:

- Pertinencia: que esté fundadas sobre los hechos relevantes de los acontecimientos sobre los que se construye la opinión.
- Respeto: Es admisible la máxima crítica pero siempre acompañada del máximo respeto a la dignidad de colectivos o personas sobre los que se vierte la opinión.
- Responsabilidad social: por la autoridad social que se le presupone a quien ejercer una opinión pública, parece lógico esperar que su discurso no incite a comportamientos inadecuados o que realice afirmaciones de mal gusto y poco sensible con la realidad social.

Otros aspectos que los que se pondría de relieve la “honestidad” sería en el respeto a las personas que participan como fuentes informativas, garantizándoles confidencialidad de su identidad cuando pueda verse comprometida por la naturaleza de los hechos relevados (secreto profesional), respetando su voluntad de que ciertas declaraciones no sean grabadas (off the record), evitando modos engañosos en la obtención de la noticia (falsa identidad) o que sea obtenida sin su consentimiento (grabaciones y cámaras ocultas)

4.3 Cuestiones concernientes al principio de justicia

Requiere cumplir con lo dispuesto en la ley en relación con la tutela de los derechos de las personas que pueden verse afectados en sus derechos por una mala praxis profesional. En el caso del periodismo se trataría de evitar prácticas que atenten contra el honor, la intimidad y la propia imagen de las personas de manera injustificada y motivada por el propósito de obtener una mayor rentabilidad económica, tratando las historias personas como si fueran meras mercancías del espectáculo informativo.

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

Que dicho principio adquiera una dimensión deontológica supone que su cumplimiento no debe venir motivado por las sanciones legales sino sobre todo por una voluntad ética y bien intencionada de respeto a las personas. Con este propósito, la deontología aspira a complementar al Derecho con pautas más específicas y adaptadas a las situaciones concretas. De ahí que en los códigos y otros documentos deontológicos encontremos de manera detallada criterios complementarios que deben presidir la actuación del profesional en relación con los derechos de las personas que protagonizan la información.

Dichos derechos deben venir respetados de manera más escrupulosa e intensa en los momentos de especial dolor y aflicción. En este apartado, la deontología puede constituir un complemento importante a los mínimos legales.

Otras prácticas que podrían quedar recogidas en este espíritu de la justicia entendida como respeto al “compañerismo” profesional, a la condición de igualdad de los otros colegas, serían las siguientes:

- No recurrir a métodos ilícitos para la obtención de la información
- No condicionar la verdad informativa por la influencia de grupos de poder o económicos, así como por intereses personales del periodista (Este principio afecta también a la verdad informativa, pues comporta un engaño para el público, pero además constituye una ventaja del profesional frente a sus compañeros y constituye uno de los mayores riesgos del periodismo en la actualidad: la información al servicio de intereses comerciales. Dada la relevancia de esta exigencia, trataremos sus distintos aspectos bajo el principio de independencia, el cual tendría sus raíces en este deber de defender la profesión frente al mercado.
- No plagiar informaciones de otros compañeros y citar debidamente la procedencia o autoría de informaciones tomadas de otras fuentes.
- Potenciar los derechos de los periodistas en las empresas informativas y en las organizaciones profesionales.
- Cumplimiento de los mismos deberes establecidos por la profesión para fortalecer bienes comunes, haciendo del código un punto de consenso para dirimir la buena praxis profesional. De este modo, el periodista acepta los cauces habilitados por la profesión para garantizar el cumplimiento del código profesional.

4.4 Cuestiones concernientes al principio de responsabilidad social

Los medios de comunicación constituyen un referente de normatividad social. Es decir, de lo que dicen los medios se habla, se piensa y se actúa. Ellos dirigen el debate y consiguen que proyectemos nuestra atención a los temas de actualidad que nos presentan cada día. Por tanto, los medios de comunicación dotan de visibilidad a los temas, a las personas y a los colectivos sociales y, además, lo hacen otorgándoles una “identidad mediática” que se convierte con frecuencia en el horizonte del imaginario

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

colectivo, es decir, de las creencias y prejuicios de la gente sobre las diversas cuestiones sociales.

Por esta razón, los medios adquieren una especial responsabilidad que ha de ser preservada con algunas pautas que garanticen un equilibrio comunicativo que presida la convivencia social. A este respecto, cabría recordar las siguientes como las más significativas:

- Se ha de evitar estereotipos de identidades étnicas, religiosas, sociales, sexuales o nacionales que sean gratuitas y deriven en perjuicios sociales. La identidad no es una explicación de los hechos ni tiene por qué presumir una relación de causalidad con los mismos.
- Respeto del derecho a la igualdad de todas las personas, lo que incluye un tratamiento informativo respetuoso. Particular importancia adquiere en este sentido, los comentarios sexistas contra las mujeres o expresiones culturales dirigidas a discriminarla de las mismas aspiraciones que los hombres. Esta misma atención se debe prestar con otros colectivos sociales especialmente vulnerables, tales como los inmigrantes, minorías religiosas, homosexuales, personas que padecen enfermedades mentales, etc.
- Protección de la infancia y la juventud evitando ofrecer datos que puedan conducir a su identificación en contextos conflictivos y que puedan condicionar su normal desarrollo psicológico y social.
- La información ha de ofrecerse de manera serena y con el sentido de la responsabilidad, a fin de evitar alarmas sociales que generen comportamientos irreflexivos y perjudiciales para los intereses de la ciudadanía.
- El tratamiento de temas de especial sensibilidad social, como los malos tratos contra las mujeres, los suicidios, comportamientos antisociales, etc., se ha de realizar con mesura y evitando el sensacionalismo que puede ocasionar conductas miméticas.
- Los medios de comunicación son educadores permanentes de la opinión pública y han de cuidar no sólo los contenidos sino también las formas con las que estos vengán expuestos, por lo que han de rehuir expresiones de mal gusto, insultos, expresiones soeces o formas agresivas en el lenguaje.
- Respeto hacia las señas de identidad de cualquier colectivo social, étnico, religioso o de cualquier otra naturaleza. Se puede ejercer la máxima crítica con el máximo respeto. La ofensa más que un ejercicio de libertad de expresión es una restricción a la igualdad de los colectivos más vulnerables para expresarse sin estar condicionado por los prejuicios y estigmas de los discursos dominante de la mayoría. De lo contrario se podría incurrir en la denominada espiral del silencio.

4.5 Cuestiones concernientes al principio de independencia

La información, además de un derecho de los ciudadanos, es una importante arma de influencia social. Con ella se pretende orientar ideológica a los ciudadanos y también incentivarle en sus preferencias de consumo. Con esta finalidad muchas empresas pretenden comprar el favor de los medios y periodistas para que les concedan un

Investigar la Comunicación hoy

Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

tratamiento informativo favorable a sus intereses comerciales. Este propósito se puede llevar a cabo de muchas maneras, pero desde luego existen algunas suficientemente explícita como para que merezca el reproche moral de la profesión. A este respecto hay que denunciar diversas formas de sobornos que el periodista acepta a cambio de favores económicos o de otra naturaleza, convirtiendo la información en una oportunidad para sus intereses personales. Dicho tratamiento, además de faltar a la honestidad que se le presume a un periodista, constituye un claro fraude a la buena fe del público que espera que la información no esté contaminada por intereses ajenos a los estrictamente informativos.

Por otro lado, el principio de independencia también hay que entenderlo de manera positiva, como una garantía de la ética del profesional frente a las presiones de la empresa para que ceda a favor de sus intereses.

La infracción de este principio se refleja porque se advierte un tratamiento más promocional que informativo, propiciando una imagen favorable de la marca y sin que exista una actitud crítica o distante sobre los pros y contras de los elementos de la noticia. También la deontología periodística establece la objeción ética de que el profesional que ha logrado un crédito social a través de su labor informativa lo ponga al servicio de intereses comerciales, evitando la realización simultánea de información y publicidad.

5. Metodología para un análisis ético de la información

La primera tarea para realizar un análisis deontológico será la de conocer los diversos documentos originados por instancias profesionales y también institucionales para ofrecer pautas que permitan un ejercicio responsable del periodismo. Entre todas ellas adquieren especial valor normativo para los profesionales aquellas elaboradas por la propia profesión y que se establecen como un marco común de actuación para los periodistas pertenecientes a una determinada sociedad. Este plus normativo radica en hecho de que dichas normas deontológicas se aprueban en la asamblea de los periodistas y se adoptan como un compromiso de la profesión para garantizar los derechos de la ciudadanía. Por tanto, el análisis deontológico parte de la expresión de esa voluntad que los periodistas en una posición de igualdad, como una especie de hipótesis de “estado de naturaleza”, entendido éste como el estadio previo al conocimiento de los intereses particulares que ostentará en el ejercicio de la profesión, aceptan un conjunto de valores en los que se basa la profesión. De tal manera que podríamos decir que si no existiera un código deontológico no habría lugar a una definición social de la profesión y de cuáles serían sus responsabilidades ante la ciudadanía. Por tanto, los códigos constituyen la expresión de la voluntad de los profesionales acerca de la conducta correcta que se ha de seguir para cumplir sus propósitos, al tiempo que se convierten en un instrumento de análisis de dichas conductas. Por tanto, sus exigencias más que un acto de censura o control cabría interpretarlo como un acto de coherencia personal y profesional.

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

Una vez establecido este carácter práctico de código como medida de una correcta actuación profesional, cabría establecer una serie de pasos en el análisis deontológico de las noticias:

1. Recopilación y análisis de las noticias que sean objeto de la controversia deontológica, así como de otros documentos que pudieran remitir las partes para clarificar el proceso de elaboración de la noticia, a fin de ponderar el grado de diligencia observada por el periodista a la luz de las circunstancias concretas del caso.
2. Contextualización y antecedentes de la noticia para ubicar su tratamiento a la luz del propio proceso informativo anterior, la voluntad de las partes afectadas u otras circunstancias que puedan ser pertinentes.
3. Identificación y justificación de las pautas deontológicas infringidas.
4. Análisis del caso de acuerdo con la doctrina jurídica, deontológica y doctrinal sobre el asunto tratado.
5. Propuesta de resolución del caso.

Este proceso de deliberación y resolución de la controversia deontológica, más allá del reproche concreto a una determinada conducta, adquiere un carácter pedagógico para los profesionales, pues se trataría de aprender de los propios errores y ofrecer alternativas prácticas para un ejercicio responsable del periodismo.

6. Conclusiones

La deontología constituye una referencia fundamental de la identidad del profesional y de su función social en la sociedad. Por eso, desarrollar un método de análisis ético que permita objetivar el correcto ejercicio del periodismo de comportamientos desaprensivos y oportunistas se antoja fundamental.

La libertad de expresión se fundamenta en un sentido ético de lo humano y nada tiene que ver con el insulto, la calumnia, rumores insidiosos, la ligereza informativa, la falta de respeto a las personas, entre otras. El respeto es la base de cualquier comportamiento ético, consistente en darle a los otros su valor como personas y no someterlos a los intereses del mercado. Para lograr este objetivo es preciso un sentido ético en la mirada comunicativa.

La labor de intermediación del periodista requiere un grado de formación y de madurez ética que garantice su independencia profesional por encima de las presiones empresariales, políticas o de cualquier otra índole. No podemos determinar la libertad con medidas tasadas para cada situación. Se requiere apelar a la sensibilidad ética, a un sentido del valor humano presente en cada situación. Por eso, la ética es necesaria como una educación cívica. Existen valores que se construyen de manera silenciosa y rutinaria a través del buen hacer comunicativo. Virtudes como la prudencia, el compañerismo y la benevolencia son necesarias para ejercer una actividad con tanta responsabilidad social como la comunicación. El compromiso con la verdad hace del periodismo una profesión grande que merece la pena ser vivida con dignidad.

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

7. Bibliografía

AZNAR, H. (1999). *Comunicación Responsable*. Barcelona: Ariel.

AZNAR, H. (1997). "El debate en torno a la utilidad de los códigos deontológicos de periodismo". *Anàlisis*, 20, pp. 125-144.

CHRISTIANS, C.G (2010). "The Ethics of Universal Being", en WARD, Stephen J. A. y WASSERMAN, Herman. *Media Ethics Beyond Borders: a global perspective*. New York/London: Routledge

CHRISTIANS, Clifford (1998). *Media Ethics: cases and moral reasoning*. New York: Longman

KOVACH, B. Y ROSENSTIEL, T. (2003). *Los elementos del Periodismo*. Madrid: Santillana,

WARD, S. J. A. WASSERMAN, H. (2010). *Media Ethics Beyond Borders: a global perspective*. New York/London: Routledge

IS THERE A METHOD TO ANALYSE JOURNALISM ETHICS?

Juan Carlos Suárez Villegas
Universidad de Sevilla
icsuarez@us.es

Summary: The ethics is a discipline somewhere between ethics and law. Their guidelines are not regulatory forces of the law but are important professional obligations, which could be subsequently endorsed by the courts as due diligence requirements of the exercise of a particular profession. Ethics become a tool for analysis of information. The definition of a set of basic principles of journalistic ethics, the definition of a procedure for carrying out the analysis of ethics, or the distinction between analysis and criticism are some of the basic ideas on which this proposal is based.

Keywords: ethics, criticism, analysis, information, codes