

### Valoración profesional y social de los códigos éticos del periodismo en Euskadi

Begoña Zalbidea - Universidad del País Vasco (UPV/EHU) - bego.zalbidea@ehu.es - 946015747  
Juan Carlos Pérez - Universidad del País Vasco (UPV/EHU) - carlos.perez@ehu.es - 946015198  
Susana López - Universidad del País Vasco (UPV/EHU) - susana.lopezp@ehu.es - 946015265  
Santiago Urrutia - Universidad del País Vasco (UPV/EHU) - santi.urrutia@ehu.es - 946012390

#### Resumen

¿Qué valoración merece la Deontología Periodística en la sociedad actual? La pregunta adquiere mayor relevancia en una situación de crisis económica, cuando la necesidad de conducir a las empresas de comunicación por la vía de la rentabilidad lleva implícito el riesgo de olvidar los principios éticos. Esta realidad es la razón que ha llevado a nuestro equipo de investigación de la UPV/EHU a realizar un sondeo entre los profesionales, la ciudadanía y los estudiantes de Periodismo sobre esta cuestión, que se enmarca en un proyecto subvencionado por el MICINN.

El Libro Blanco que publicó la ANECA sobre los Estudios de Grado en Comunicación reconoce la importancia que el saber deontológico tiene para el buen desarrollo de la praxis periodística. Los estudiantes de Periodismo de la facultad de CC. SS. y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco, corroboran esta aseveración, ya que la mayoría de ellos entiende que la actividad informativa debe ser regulada.

La misma respuesta otorgan los ciudadanos vascos que, aunque muestran un gran desconocimiento sobre la existencia de esos documentos autorreguladores, valoran positivamente su utilidad. Ambos colectivos –estudiantes y ciudadanía- son partidarios de que se implanten sistemas sancionadores.

Resulta llamativo que esa conciencia generalizada de disponer de herramientas ético-deontológicas tenga casi nula respuesta en los mass media en Euskadi, donde se constata su práctica inexistencia. Y ello a pesar de que también los profesionales comparten su utilidad., aunque no se muestren tan favorables a la creación de instrumentos coercitivos.

**Palabras clave:** periodismo, códigos éticos, ciudadanía, País Vasco

#### 0. Introducción

Los medios de comunicación y sus profesionales actúan en el entorno social, contribuyendo de forma destacada a la configuración de la opinión pública. El espacio público constituye un ámbito vital para la sociedad, y presenta una naturaleza muy especial, pues está especialmente sujeto y regulado por los valores ético-morales, que son fundamentales para el funcionamiento de este espacio, ya que proporcionan cohesión moral al grupo, a los individuos y a las instituciones. La construcción de este espacio público, tal como lo conocemos, es algo propio de la época moderna, y ha evolucionado conjuntamente con el desarrollo de los medios de comunicación. Por ello, éstos funcionan como máximos exponentes de los valores éticos y morales asumidos (Habermas, 1986)<sup>1</sup>. En este sentido, desde sus propios comienzos se esperaba que la prensa tuviera una influencia positiva en “el gobierno, las maneras y la moral” (Fortner, 1981)<sup>2</sup>. Se acepta en general que los

---

<sup>1</sup> Habermas, Jürgen (1986): *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. París: Payot.

<sup>2</sup> Fortner, R. S. (1981): 'The Journalist's Albatross: Objectivity, Critical Reporting and Social Responsibility'. En: *Journal of Communication Inquiry*; vol. 6; 69, p. 70. La versión online de este artículo puede encontrarse en: <http://jci.sagepub.com>.

medios ejercen una significativa influencia en la ética de la vida pública (Francke, 1995)<sup>3</sup>. Todo esto ya fue claramente constatado por un pensador clásico como Tocqueville, cuando analizaba la sociedad norteamericana a mediados del siglo XIX, y decía que la libertad de prensa “no modifica únicamente las leyes, sino a la vez las costumbres”<sup>4</sup>.

Una forma de entender la influencia de los medios es que ésta deriva básicamente de su “poder para informar” (Goddard, 2000)<sup>5</sup>, suponiéndose que llevan adelante una actividad basada en valores generales unidos a la práctica periodística desde muy antiguo, como la búsqueda de la verdad y la no violencia, principios que en la actualidad tienden a universalizarse cuando se habla de la ética de los medios de comunicación (Rao & Wasserman, 2007)<sup>6</sup>. Los mass media son agentes vitales en una sociedad democrática, y su labor se desarrolla entre los ciudadanos y sus instituciones políticas, económicas y sociales<sup>7</sup>. No sólo establecen la agenda informativa, sino que además transmiten todo tipo de valores, a la vez que ofrecen modelos de conducta, incluyendo el comportamiento ético. La constatación de esta capacidad de influencia ha llevado a que a lo largo del siglo XX haya aumentado progresivamente la conciencia de que sus profesionales precisan de guías orientadoras para dar cuenta correctamente acerca de realidades cada vez más complejas. Sin duda la Teoría de la Responsabilidad Social supuso un estímulo para la reflexión de los propios periodistas acerca de la ética informativa.

El resultado de esta percepción son los códigos éticos que, especialmente en las últimas décadas, han sido propuestos en gran parte del mundo y que “constituyen indicaciones del modo actual o sobre todo futuro de entender la función de los medios y del periodismo en nuestras sociedades. De manera que estos documentos no sólo reflejan tendencias de la ética periodística, sino también tendencias del propio periodismo” (Aznar, 2004)<sup>8</sup>.

La conciencia de que la práctica del oficio está centrada alrededor de un conjunto de conceptos esencialmente éticos es más fuerte que nunca: hablamos de conceptos como libertad, igualdad, democracia, verdad, objetividad, honestidad. Si el rol del periodista es visto propiamente como el de proporcionar noticias, entonces las cuestiones éticas se centran alrededor de este problema: ¿cómo informar adecuadamente?<sup>9</sup>

## 1. Metodología

El título del presente trabajo establece su objetivo general en el hecho de conocer el valor que periodistas y ciudadanos otorgan a los códigos deontológicos en Euskadi. ¿Son útiles, necesarios y se respetan en el desempeño de la práctica periodística? Ésta es la pregunta de partida que da pie a esta comunicación, la cual deriva de dos proyectos de investigación consecutivos, subvencionados por el MEC y el MICINN respectivamente<sup>10</sup>.

---

<sup>3</sup> Francke, W. (1995): ‘The Evolving Watchdog: The Media's Role in Government Ethics’. En *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*; 537; 109, p. 110. La versión online puede hallarse en: <http://ann.sagepub.com/cgi/content/abstract/537/1/109>.

<sup>4</sup> Tocqueville, A. (1985): *La democracia en América*, Tomo I. Madrid: Alianza, pp. 168-169.

<sup>5</sup> Goddard, A. (2000): ‘Jacques Ellul and the Power of the Media’. En: *Studies in Christian Ethics*; 13; 66, p. 68. La versión online de este artículo puede hallarse en: <http://sce.sagepub.com>

<sup>6</sup> Rao, S., Wasserman, H. (2007): ‘Global media ethics revisited: A postcolonial critique’. En: *Global Media and Communication*; 3; 29; p. 30. La versión online de este artículo puede encontrarse en: <http://gmc.sagepub.com/cgi/content/abstract/3/1/29>.

<sup>7</sup> Day, Louis A. (1997): *Ethics in Media Communications: Cases and Controversies*, Wadsworth Publishing Company, pp. 22-23.

<sup>8</sup> Aznar, H. (2004): ‘Nuevos códigos de ética y nuevas formas de entender el periodismo’. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 58, de julio-diciembre. La Laguna (Tenerife). Este artículo puede encontrarse en [www.ull.es/publicaciones/latina/20042158aznar.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/20042158aznar.htm).

<sup>9</sup> Belsey, A. & Chadwick R. (eds.) (1995): *Ethical Issues in Journalism and the Media*. Routledge, Prefacio, p. xi.

<sup>10</sup> El primero de estos proyectos llevaba por título *Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de la ciudadanía* (código SEJ2006-05631-C05), y fue coordinado por la Universidad Pompeu Fabra, de Barcelona. En él participaron también la Universidad Carlos III de Madrid, la Universidad de Sevilla y la Universidad

Para responder a esta cuestión se ha optado por conocer, en primer lugar, lo que estipulan los principales códigos deontológicos de los medios de la Comunidad Autónoma Vasca, como marco de referencia para un mejor desempeño de las funciones informativas. En una segunda fase, se ha buscado la opinión de los periodistas en activo y de los estudiantes de periodismo, así como la de los ciudadanos.

La metodología del trabajo ha seguido técnicas cualitativas y cuantitativas: entrevistas estructuradas y encuestas a los diferentes colectivos. A los profesionales, se realizaron 172 encuestas *on line* y 20 entrevistas en profundidad, teniendo en cuenta las siguientes variables: tipo de medios (prensa escrita, televisión, radio, Internet), sexo, edad, territorio y categoría profesional. Entre los ciudadanos de los tres territorios se han realizado 600 encuestas telefónicas; en este caso todos los encuestados respondían al perfil de adultos con edades comprendidas entre los 20 y los 70 años. Con representantes de este colectivo se organizaron también cuatro grupos de discusión, en los que participaron 32 personas, en función del sexo, edad y lugar de residencia. Finalmente, se planteó una encuesta a 89 alumnos de Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la UPV/EHU (44 de segundo curso y 45 de cuarto), teniendo en cuenta el sexo. Las preguntas han versado sobre la necesidad de un código ético para orientar la práctica periodística, acerca de quién vulnera en mayor medida sus normas deontológicas dentro de las empresas de comunicación, y sobre si creen conveniente la existencia de sanciones en caso de incumplimiento.

## 2. Marco teórico

La repercusión que el trabajo periodístico tiene en el seno de cualquier sociedad ha llevado a numerosos autores a reflexionar acerca de esta actividad de intermediación entre los acontecimientos y el público general. La profesión como tal, las vías educativas para acceder a ella, y sobre todo, su dimensión ética, han sido objeto de análisis desde que el periódico se convirtió en un medio de masas. La mayoría de los estudios pioneros que pusieron su atención en el asunto trataban sobre nombres propios de aquellos considerados ‘ilustres periodistas’, aunque pueden hallarse, no sin cierta dificultad, otros más generales: unos se fijan en la formación del informador (Araujo Gómez, 1899)<sup>11</sup>, otros en la relación de la prensa con la ética (Arlas Abad, 1919)<sup>12</sup> y alguno se preocupa de la profesión como ocupación laboral (González-Rothvoss, 1932)<sup>13</sup>.

Desde aquellas primerísimas reflexiones hasta la actualidad, mucho se ha escrito sobre el periodismo. Una de las áreas que ha despertado gran interés es el perfil del periodista, para lo cual, a menudo, se ha seguido la técnica de la encuesta a los profesionales. Así por ejemplo, a principios de la década de los ochenta la Asociación de la Prensa de Barcelona realizó un sondeo para conocer qué pensaban los informadores acerca de ellos mismos: objetividad, curiosidad y espíritu crítico, eran las tres características más valoradas por ellos mismos (De Guzmán, 1989)<sup>14</sup>. Años más tarde, tres profesores de la Universidad del País Vasco publicaron ‘La élite de los periodistas’, un trabajo dedicado a los cargos de responsabilidad en los medios, quienes apuntaban la capacidad de trabajo, el talento, la discreción y la humildad como algunas cualidades más apreciadas<sup>15</sup>. En esta misma

---

del País Vasco. El segundo, bajo el título *Ética y excelencia informativa. El cumplimiento de los principios deontológicos en la praxis de los medios en Euskadi. Introspección profesional y proyección social* (código CSO2009-13802), lo desarrollará, hasta el 2012, un equipo de investigadores de la Universidad del País Vasco.

<sup>11</sup> Araujo Gómez, F. (1899): *La primera escuela de periodismo*. LEM, pp. 147-151.

<sup>12</sup> Arlas Abad, F. (1919): *La prensa y la moral pública*. Jaén.

<sup>13</sup> González-Rothvoss, M. (1932): *Las condiciones legales de trabajo de los periodistas en España*. Madrid.

<sup>14</sup> De Guzmán, M. (1989): *Persona y personalidad del periodista*. Barcelona: Promoción Publicaciones Universitarias.

<sup>15</sup> Diezhandino, M.P., Bezunartea, O. y Coca, C. (1994): *La élite de los periodistas*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

línea se encuentran los estudios que Humanes y Ortega<sup>16</sup> realizaron a informadores de prensa, radio, televisión y agencias, o la obra colectiva coordinada por García de Cortázar y García de León<sup>17</sup>, entre otros.

Muy vinculada a la preocupación anterior se halla la línea de investigación que se ha centrado en la formación del periodista. En un principio el debate se focalizaba en si el periodismo requería o no una titulación específica y si ésta debía ser universitaria. Este debate, ya superado, se ha sustituido por investigaciones que buscan mejorar su enseñanza en nuestras facultades, adaptándola a las necesidades del mercado. Dos de los trabajos más profundos en este ámbito son las tesis doctorales de Elena Real y de José Videla, coincidentes ambas en la importancia de la formación ética de los periodistas en las facultades de comunicación<sup>18</sup>. La entrada en vigor de los principios aprobados en Bolonia provocó nuevas reflexiones en torno a la formación de los futuros periodistas, entre las que cabe destacar el Libro Blanco que publicó la ANECA<sup>19</sup>.

Las investigaciones acerca de la profesión periodística tienen generalmente en común la preocupación sobre la asunción de la deontología por parte de los profesionales en activo, y su inclusión en los planes de formación de los futuros informadores. De hecho, la ética periodística ha dado lugar a una extensa bibliografía que cubre un amplio abanico de temas, que van desde el repaso a los códigos existentes hasta los análisis de contenido que buscan conocer la aplicación de los mismos, pasando por deliberaciones más profundas acerca del valor de la ética en el trabajo comunicativo. En este interés se mueve el propio Libro Blanco de la ANECA, arriba mencionado, que extrae sus conclusiones a partir de una encuesta entre los colectivos considerados clave para afrontar el paso de la licenciatura al grado: alumnos, profesores, gestores universitarios y profesionales.

Del análisis se deduce que es fundamental la formación ética profesional del alumno. De hecho, la mayoría de los autores que han trabajado sobre los estudios de periodismo y sobre las características del periodista han destacado, como ya se ha apuntado, la necesidad de ahondar en este conocimiento.

La importancia que los propios informadores otorgan a la deontología ha sido objeto de interés en aquellas investigaciones que se han acercado al conocimiento de la actividad desde la técnica de la encuesta y la entrevista. Además de las tesis señaladas, se pueden nombrar otros trabajos, como la serie encargada por el Colegio de Periodistas de Cataluña en los años 1992, 1996 y 2000, el que realizó Romero Rubio<sup>20</sup>, o el retrato de la profesión de María José Canel, Rodríguez y Sánchez Aranda, entre los años 1996 y 1999<sup>21</sup> y, más recientemente, el que Carlos Macià y Susana Herrera

---

<sup>16</sup> En 1995, Félix Ortega, Concha Fagoaga y José Luis Dader, profesores de la Universidad Complutense de Madrid, llevaron a cabo la 'Encuesta sobre periodismo y sociedad en la España de hoy'. Algunos de los resultados se encuentran en Humanes, M. L.: 'La profesión periodística en España'. En: *Zer*, pp. 265-275, y en Ortega, F. y Humanes, M. L. (2000): *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona: Ariel.

<sup>17</sup> García de Cortázar, M., y García de León, M. A. (coords.) (2000): 'Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación'. En: Madrid: *CIS/Siglo XXI de España Editores, colección "Monografías"*, n°181.

<sup>18</sup> Real Rodríguez, Elena (2006): *Formación y ejercicio profesional del periodista en la España del siglo XXI dentro del marco de la Unión Europea* [Recurso electrónico]. Director: Francisco Vázquez Fernández. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones.

Videla Rodríguez, José Juan (2004): *La formación de los periodistas en España: perspectiva histórica y propuestas de futuro* [Recurso electrónico]. Director: José Ignacio Bel Mallén. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones.

<sup>19</sup> ANECA (2005): *Libro Blanco de la Agencia Nacional de la Calidad y la Acreditación sobre Títulos de Grado en Comunicación*. Coordinador del proyecto: Marcial Murciano Martínez.

<sup>20</sup> Romero Rubio, A. (1997): 'El Periodismo: Ciencia, formación académica y titulación profesional (II)', en CEADE, *Información, Opinión, Mensaje y Medios*, n°2.

<sup>21</sup> Canel M. J., Rodríguez Andrés, R. y Sánchez Aranda, J.J. (2000): 'Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información'. En: Madrid: *CIS, colección Opiniones y actitudes*, n°33, pp. 94-96.

han publicado en la revista *Comunicación y Sociedad*<sup>22</sup>. En el Congreso Internacional IAMCR celebrado en Braga (Portugal) el mes de julio de 2010 se mostraron asimismo los resultados de algunas interesantes investigaciones en esta línea de trabajo<sup>23</sup>.

### 3. Lo que dicen los códigos sobre la ética

Entre los documentos deontológicos de aplicación en la actividad profesional de los periodistas en Euskadi, ya sean de eficacia general o de orden interno, sólo una pequeña parte reflexiona sobre la importancia en sí mismas de las actitudes éticas en el periodismo.

A escala general, y aunque en el proceso de redacción, desarrollo y aplicación de todo código se presume la autonomía de sus partícipes, respetando el ordenamiento jurídico, no deben obviarse, y sí tomar en consideración, los Principios Internacionales de Ética Profesional del Periodismo, de la UNESCO, como los inspiradores de los actuales códigos, surgidos de la iniciativa de los editores o en el seno de las organizaciones de periodistas<sup>24</sup>. Los Principios tratan de inspirar la elaboración de documentos éticos y deontológicos, al presentarse como el modelo marco básico a partir del cual cada colectivo dotará de las peculiaridades que considere oportunas a la redacción del texto final.

En el contexto de Europa, el denominado Código Europeo de Deontología del Periodismo reflexiona sobre que –más allá de los derechos y deberes que establezcan las leyes de cada estado– los medios de comunicación tienen una responsabilidad ética en relación a la ciudadanía y la sociedad en su conjunto, por lo que “deben comprometerse a asumir unos principios deontológicos rigurosos que aseguren la libertad de expresión y el derecho fundamental de los ciudadanos a recibir noticias veraces y opiniones honestas”<sup>25</sup>.

Circunscritos a las orientaciones de los medios y empresas de comunicación en Euskadi, hay que acudir a sus normas internas para observar alguna consideración en este sentido. Así, por ejemplo, el Libro de Estilo del Grupo Vocento establece que los campos en los que se mueven los periodistas vienen delimitados por unos principios generales, algunos de carácter deontológico y otros estilísticos. Ambos tipos sólo tienen como límites –señala– la ética periodística y las técnicas de los distintos estilos<sup>26</sup>. Escuetto al concretar la praxis ética en el funcionamiento cotidiano del Grupo, apunta solamente las “ideas básicas”, al dar por hecho que “cuantos contribuyen un día tras otro a realizar cada uno de los medios de comunicación a los cuales se destina este Libro de Estilo tienen sobrado conocimiento de las líneas maestras en que se apoya Vocento desde el punto de vista de la ética periodística”<sup>27</sup>.

En el Libro de Estilo de El Mundo, por su parte, se efectúa una declaración a favor de los códigos deontológicos, mencionando expresamente como modelos el de la FAPE y el del Colegio

---

<sup>22</sup> Maciá Barber, Carlos y Herrera Damas, Susana (2010): ‘La deontología periodística: praxis, disfunciones y retos desde la perspectiva de los profesionales de la Comunidad de Madrid (2006-2009)’. En: *Comunicación y sociedad*, Vol XXIII, nº 1, pp. 77-104.

<sup>23</sup> Ruth Rodríguez, Mareel Mauri y Christopher Tulloek, de la Universidad Pompeu Fabra, presentaron *Freedom and political Dependence from the Ethical Perspective of Spanish Journalists*; Carlos Maciá Barber y Susana Herrera Damas, de la Universidad Carlos III, presentaron *The Social Perception of Journalistic Ethical Attitudes in Madrid*; Juan Carlos Suárez Villegas, de la Universidad de Sevilla, *The Ethics of the Media on the Treatment of Immigration and Citizenship*; finalmente, los autores de la presente comunicación, Begoña Zalbidea Bengoa, Juan Carlos Pérez Fuentes, Susana López Pérez y Santiago Urrutia, de la UPV/EHU, presentaron *How Journalists and Citizenship consider Minorities and vulnerable groups should be treated by media in Spain*.

<sup>24</sup> *Principios internacionales de ética profesional del periodismo*, aprobados en la cuarta reunión consultiva de periodistas, auspiciada por la UNESCO el 20 de noviembre de 1983. [Puede descargarse el documento .doc en [www.docencia.unt.edu.ar/eticaylegislacion/content/cod\\_etica\\_unesco.doc](http://www.docencia.unt.edu.ar/eticaylegislacion/content/cod_etica_unesco.doc)]. Éste y otros códigos pueden consultarse en Pérez Fuentes, Juan Carlos (comp.) (2004): *Ética periodística. Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*. Bilbao: Universidad del País Vasco (UPV/EHU).

<sup>25</sup> Artículo 36 de la Resolución 1003, sobre la ética del periodismo, del Consejo de Europa (Código Europeo de Deontología del Periodismo).

<sup>26</sup> Libro de Estilo de Vocento: Introducción.

<sup>27</sup> Libro de Estilo de Vocento: Principios Generales.

de Periodistas de Cataluña, que han sido consensuados y pactados por editores o periodistas, contraponiéndolos –indica– a las leyes potencialmente coercitivas de la libertad de expresión e información. Este autocontrol profesional –dice– “no sólo se realiza a través de códigos generales o gremiales, sino dentro de cada medio”<sup>28</sup>.

La Corporación RTVE también se refiere a la deontología de la profesión periodística en dos documentos internos: el Estatuto de Información y el Libro de Estilo. En el primero de ellos confiere una importancia extraordinaria a las consideraciones éticas del propio Estatuto, al referirse a los profesionales, los cuales –según lo dispuesto en la Ley reguladora de la Cláusula de Conciencia– “podrán negarse motivadamente a participar en la elaboración y difusión de informaciones contrarias a los principios éticos y deontológicos de la comunicación, especialmente –puntualiza– a los enunciados en este Estatuto”<sup>29</sup>. En su Libro de Estilo, finalmente, establece que “los profesionales de RTVE deben adoptar una actitud responsable y activa en el fomento de la convivencia y la promoción de valores éticos”<sup>30</sup>.

#### 4. La opinión de los profesionales

Información y formación es un binomio del que no todas las partes implicadas resultan satisfechas por igual. Quienes así lo ponen de manifiesto son los profesionales que realizan su trabajo en Euskadi, al reconocer que el despertar social ante los riesgos y amenazas de una mala praxis periodística obliga a dotarse de un marco normativo, producto de la autorregulación, que salvaguarde la ética en el ejercicio del periodismo.

Ese reconocimiento obliga a trasladar el análisis a parámetros ligados a régimen y condiciones laborales, grado de libertad y dependencia, o asunción de responsabilidad y riesgos. En esa línea los profesionales de los medios de comunicación reconocen y aceptan que ser asalariado equivale a tener que seguir las líneas generales que marca la empresa para la que trabajan. Tal situación, sin embargo, no incide negativamente en su quehacer diario. Lo demuestra el hecho de que más del 80% de los periodistas encuestados manifiestan que las presiones que reciben no condicionan su libertad ni la aplicación de prácticas éticas alejadas de lo que se entienden por correctas.

Entre el colectivo que dice haber sentido tales presiones con bastante frecuencia (8,7%) destacan los que tienen entre 31 y 40 años, son trabajadores de televisión, fotógrafos y cámaras televisivos y su actividad está ligada al ámbito de la política nacional e internacional.

Las respuestas obtenidas derivan de la pregunta: *Desde tu punto de vista, ¿en qué grado piensas que vulneran en mayor medida los valores éticos del periodismo...?* De las opciones y resultados (Tabla 1) se deduce que son los propietarios de los medios los que provocan más vulneraciones ético-deontológicas. Y lo hacen a través de las consignas que transmiten (75%). Les siguen los cargos directivos y los responsables de las programaciones (64%). En el otro extremo; es decir, en el de los que se atienen a los principios o normas de regulación periodística se encuentran los llamados periodistas de base (55,8%) y los cargos intermedios de las redacciones (27,9%).

Tabla 1: Grado de vulneración de los valores éticos del periodismo por...

	Poco	Algo	Mucho	Ns/Nc
...los periodistas de base en general	55,8%	23,8%	8,2%	12,2%
...los cargos intermedios de las redacciones	27,9%	39%	22,1%	11%

---

<sup>28</sup> Libro de Estilo de El Mundo: Capítulo 8: Normas de práctica y ética del periodismo.

<sup>29</sup> Estatuto de Información de RTVE: Art. 15 [Puede descargarse el documento pdf en [www.sindicato-periodistas.es/.../RTVE-Estatuto-de-Informacion-y-Consejos-de-Informativos.pdf](http://www.sindicato-periodistas.es/.../RTVE-Estatuto-de-Informacion-y-Consejos-de-Informativos.pdf)].

<sup>30</sup> Libro de Estilo de la Corporación RTVE: Artículo 5.1 4: Inmigración, racismo y xenofobia.

...los cargos directivos y responsables de las programaciones	6,4%	18,6%	64%	11%
...los propietarios de los medios a través de las consignas que transmiten	4,1%	11%	75%	9,9%

De los cuatro grupos diferenciados de la *Tabla 1*, los periodistas de base son los que incumplen mucho el comportamiento ético exigible, según opinan los redactores menores de 30 años. Las mujeres, en mayor porcentaje en comparación con los hombres, optan por el no sabe/no contesta (17% frente al 7,1%).

Para el 33,3% de los informadores que tienen entre 31 y 40 años y para los que no tienen un título universitario (66,7%), los cargos intermedios incurren en bastantes vulneraciones. Los que manifiestan ese parecer ejercen en revistas y en empresas privadas especializados en corazón (66,7%), economía (60%) y deportes (42,9%).

Los articulistas con edades que van de los 31 a los 40 años (80,6%) sienten que los cargos directivos y los responsables de las programaciones desatienden altamente las exigencias deontológicas. También ante este ítem las respuestas de los varones superan a las de las féminas (71,4% y 56,8%, respectivamente). En este supuesto, la cobertura del medio aparece como factor diferenciador, siendo lo local/comarcal y lo nacional/internacional elementos que destacan con un 77,3 y un 68,3 por ciento para cada uno de los bloques.

Como se ha apuntado, el mayor peso en cuanto al incumplimiento o actuaciones poco o nada acordes a una práctica reglada y respetuosa con los principios rectores de la profesión periodística recae sobre los titulares (dueños) de los *mass media*, aunque no de forma directa, sino de las órdenes e instrucciones que trasladan. La acusación la hacen los que superan la treintena (82%), trabajan en gabinetes de comunicación y en la radio, con porcentajes que alcanzan el 85,7 y el 82,1%, en medios locales/comarcales (90,9%) y en secciones como deportes (92,9%), política (83,3%) o cultura (75%).

#### 4.1 El interés por los códigos

El ejercicio en libertad del periodismo, o sin rupturas con los postulados éticos de la profesión, no excluye la necesidad de contar con un código que regule su praxis. Es la opinión, al menos, del 65,1% de los encuestados (Gráfico 1). Las voces más unánimes corresponden a informadores con amplia trayectoria y dilatada experiencia (más de 50 años; 77,8%), parámetros ambos que otorgan fiabilidad e invita a compartir una reflexión ya de por sí extendida: “se ha dado y existe un claro deterioro, que se traduce en una pérdida de prestigio en la profesión periodística. Hay un claro deterioro de la imagen pública del periodista y eso hace que resulte necesario un serio ejercicio de autocrítica, junto con una reflexión de los grupos empresariales, que nos lleve a pensar en cuáles son los parámetros éticos y deontológicos en los que queremos que a futuro evolucione la profesión”.



*Gráfico 1: Necesidad de contar con un código regulador.*

Para esos hombres y mujeres que llevan años consagrados a la tarea de informar, la existencia de reglas o pautas reguladoras no está exenta de temores, pero prefieren apostar en positivo (más las segundas, 70,5% que los primeros, 59,5%). Para unos “evitaría la competencia desleal en la profesión”. Para otros, “se daría un correcto tratamiento a temas como la eutanasia, la anorexia, la violencia doméstica, o la pederastia, ante los cuales se desconoce cómo actuar”. Para unos y para otros, “contar con un poco de ética en la jungla en la que nos encontramos no estaría mal”. La mayor apuesta en ese sentido la hacen quien trabaja en revistas (92,9%), agencias de noticias (83,3%), medios especializados en economía, o en el campo temático conocido por corazón (80%), y se dedica a capturar imágenes, fijas o en movimiento (80%).

Unos puntos por debajo (61%) del grupo que podría denominarse de “veteranos”, se posicionan todos los demás (hasta menos de 30 años), algunos bastante menos experimentados, y muchos realizando trabajos a la pieza y a la búsqueda de audiencia. Aunque no se muestran radicalmente contrarios acusan un menor entusiasmo que justifican con la precariedad del sector y la propia naturaleza del oficio. Entre los que piensan de ese modo prevalece la idea de que un código deontológico no va a arreglar la escasa regulación que existe en las condiciones laborales y el individualismo reinante entre los redactores. Es por ello que afirman que “lo realmente importante no son los valores, que cada uno ya tiene los suyos, sino los salarios, los convenios, la regulación laboral...” y que, “cuando tu prioridad es sobrevivir y salir adelante, la ética y lo que hagas para conseguir la noticia quedan en un segundo plano”.

También entre sus argumentos surge la desconfianza a que ese tipo de documentos invada la libertad, tanto individual como de expresión. Se comprende, por tanto, que afloran términos como “coartar”, “impedir”, etc., o que se rechace ese tipo de iniciativas porque “todo lo que suene a regulación no me gusta nada. Lo único que va a suponer es que más gente interesada va a decir qué es lo que vas a poner y qué no; más mediatizar la noticia”.

Cada una de las objeciones descritas se verbalizan en paralelo a reflexiones que describen malestar ante el periodismo sensacionalista y “amarillo” que se practica, y contra el que se debería actuar. Si bien, el miedo al intrusismo hace concluir que aunque sea cierto que “se ha perdido



rigurosidad y que a lo mejor debería controlarse el espectáculo, es más importante mantener la libertad y la independencia”.

#### 4.2 Necesidad, o no, de medidas sancionadoras

El grupo de periodistas que en la Comunidad Autónoma Vasca es partidario de establecer y contar con un instrumento que oriente y sirva para autorregularse en el trabajo, rompe su unitaria postura cuando se le pregunta, taxativamente, si “deberían existir instrumentos coercitivos para hacer cumplir los códigos”. Aunque mayoritariamente la respuesta es afirmativa (39,9%), un 33,6% considera que no y un 26,6% no se posiciona (Gráfico 2).

En el lado del sí se sitúan los que tienen menos de 30 años (40,9%) y en el del no los que superan los 40 y llegan a los 50 (43,8%). Mientras las mujeres no se decantan por ninguna postura en particular, los del sexo opuesto lo hacen a favor de aplicar medidas sancionadoras. Por esa línea apuestan, de igual manera, los que poseen una doble titulación universitaria, incluida el periodismo, trabajan en gabinetes de comunicación (63,2%) y desempeñan su actividad en empresas públicas (48,6%).

La negación proviene, junto a lo ya anotado, de los que profesionalmente se dedican a la producción/realización (38,5%), la plantilla supera los 50 trabajadores (42,4%) y es jefe o cargo directivo (47,6%).

Los que entienden que la sanción debe contemplarse en el articulado, creen que la responsabilidad de regular, vigilar y mediar en su cumplimiento deben ser los colegios y asociaciones profesionales (38,6%) o un tribunal de arbitraje instituido por los propios periodistas (35,1%).

En el ánimo de todos los que han participado en la investigación surge el deseo de revisar en profundidad si pueden y deben mantenerse las actuales tendencias “comerciales” o si lo correcto sería recuperar la esencia del periodismo, como es “la búsqueda de noticias e informaciones a través de las cuales dar a conocer y analizar los hechos de interés público sobre la actualidad”.



Gráfico 2: Conveniencia de contar con instrumentos coercitivos.

### 5. Postura del alumnado de Periodismo de la UPV/EHU con respecto a la necesidad de Códigos Éticos en los medios

El alumnado de la UPV/EHU muestra una similar sensibilidad que los profesionales en activo con respecto a las cuestiones éticas del periodismo. Los resultados obtenidos permiten señalar, de manera orientativa, su opinión en relación a los diversos aspectos planteados: la necesidad de un código ético, la existencia de sanciones, o a quién se le atribuye el cometer más vulneraciones de las normas.

Las cifras totales indican (*Tabla 2*) que más de las tres cuartas partes de los alumnos (76,4 %) consideran que la existencia de un código ético es “bastante necesaria” o “totalmente necesaria”. Aunque no existen diferencias notables entre cursos, sí se puede mencionar que aumenta el grado de la necesidad a medida que se sube de curso: en segundo son algo menos del 16% los que lo consideran “totalmente necesario”, mientras que en cuarto el porcentaje sube a más del 44%, con lo que se podría apuntar que a medida que se avanza en los estudios existe una mayor concienciación sobre la necesidad de dicho código.

*Tabla 2: Opiniones de los alumnos, por curso, en relación a la necesidad de códigos éticos.*

CURSO	NECESIDAD DE CÓDIGO				
	Totalmente innecesario	Poco necesario	Algo necesario	Bastante necesario	Totalmente necesario
2º	2,3%	6,8%	20,5%	54,5%	15,9%
4º	6,7%	4,4%	6,7%	37,8%	44,4%
% sobre el total	4,5%	5,6%	13,5%	46,1%	30,3%

Por otra parte, si se tiene en cuenta la variable sexo (*Tabla 3*), vemos que los discentes sitúan la necesidad de un código en los niveles “bastante o totalmente necesario” en un grado muy elevado: 70% en el caso de los chicos y 74,1% en el de las chicas. Sin embargo, existen ciertas diferencias reseñables: mientras un 57,1% de los estudiantes varones dicen que es “bastante necesario” y un 22,9% “totalmente necesario”, en el caso de las mujeres esas cifras varían notablemente: un 38,9% se sitúa en el “bastante necesario” mientras que un 35,2% lo hace en el “totalmente necesario”. Este resultado puede ser consecuencia de una mayor sensibilización por parte de las alumnas de la existencia de tratamientos discriminatorios en los medios, entre otras cosas, con respecto al género, por lo que tienden a valorar más la necesidad de códigos éticos para ir superando éste y otros problemas.

*Tabla 3: Opiniones de los alumnos, por sexo, acerca de la necesidad de códigos éticos.*

SEXO	NECESIDAD DE CÓDIGO				
	Totalmente innecesario	Poco necesario	Algo necesario	Bastante necesario	Totalmente necesario
Varones	2,9%	65,7%	11,4%	57,1%	22,9%
Mujeres	5,6%	5,5%	14,8%	38,9%	35,2%
% sobre el total	4,5%	5,6%	13,5%	46,1%	30,3%

También se les preguntó a los alumnos en qué grado consideran que vulneran diferentes grupos de profesionales y cargos los códigos éticos: de una parte los periodistas de base y los cargos intermedios (*Tabla 4*), y los cargos directivos y los propietarios de los medios, de otra (*Tabla 5*).

Si tomamos el total de la muestra, más de la mitad considera que tanto los informadores de base como los cargos intermedios vulneran “algo” los códigos éticos, con una mínima tendencia a atribuir más vulneración a estos últimos. Sin embargo, el factor curso introduce algunas diferencias: en el caso de los estudiantes de segundo, el porcentaje de los que creen que ambas posiciones vulneran “algo” es exactamente el mismo (52,3%); sin embargo, no llegan a la mitad (48,9%) los de cuarto que consideran que los periodistas de base vulneran “algo” los códigos, mientras que el número de los que piensan que son los cargos intermedios quienes vulneran “algo” alcanza el 60%.

*Tabla 4: Opinión sobre la vulneración del código por parte de los periodistas de base y los cargos intermedios.*

QUIÉNES VULNERAN	CURSO	GRADO DE VULNERACIÓN		
		Nada o poco	Algo	Bastante o mucho
Periodistas de base	2º	25,0%	52,3%	22,7%
	4º	24,4%	48,9%	26,7%
<b>% DE AMBOS CURSOS</b>		<b>24,7%</b>	<b>50,6%</b>	<b>24,7%</b>
Cargos intermedios	2º	11,4%	52,2%	36,4%
	4º	15,6%	60,0%	24,4%
<b>% DE AMBOS CURSOS</b>		<b>24,7%</b>	<b>50,6%</b>	<b>24,7%</b>

Con respecto a los cargos directivos y los propietarios de los medios, la opinión cambia drásticamente. Al contrario de lo que ocurriría con los periodistas de base y los cargos intermedios, el alumnado cree que tanto los cargos directivos como los propietarios vulneran en gran medida – “bastante” o “mucho” – los códigos: cerca del 80%. Se constata que existe una clara tendencia a atribuir una mayor vulneración a medida que aumenta la responsabilidad de las personas y cargos. De modo distinto al caso anterior, tanto los estudiantes de segundo como los de cuarto presentan cifras prácticamente similares, con lo que se puede afirmar que la opinión a este respecto es muy clara y uniforme.

*Tabla 5: Opinión sobre la vulneración del código por parte de los cargos directivos y propietarios de los medios.*

QUIÉNES VULNERAN	CURSO	GRADO DE VULNERACIÓN		
		Nada o poco	Algo	Bastante o mucho
Cargos directivos	2º	9,1%	11,4%	79,5%
	4º	2,2%	17,8%	80,0%
<b>% DE AMBOS CURSOS</b>		<b>5,6%</b>	<b>14,6%</b>	<b>79,8%</b>
Proprietarios de medios	2º	6,8%	13,6%	79,6%
	4º	4,4%	13,4%	82,2%

QUIÉNES VULNERAN	CURSO	GRADO DE VULNERACIÓN		
		Nada o poco	Algo	Bastante o mucho
Cargos directivos	2º	9,1%	11,4%	79,5%
	4º	2,2%	17,8%	80,0%
<b>% DE AMBOS CURSOS</b>		<b>5,6%</b>	<b>14,6%</b>	<b>79,8%</b>
Propietarios de medios	2º	6,8%	13,6%	79,6%
	4º	4,4%	13,4%	82,2%
<b>% DE AMBOS CURSOS</b>		<b>5,6%</b>	<b>13,5%</b>	<b>80,9%</b>

En lo que respecta a la opinión sobre la existencia de sanciones (*Tabla 6*) para quienes vulneren los códigos, la inmensa mayoría, el 82%, considera que debe haber esa posibilidad. En este aspecto, no hay diferencias reseñables en base al sexo ni tampoco en base al curso.

*Tabla 6. Opinión sobre las sanciones.*

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A FAVOR	73	82,0%
EN CONTRA	16	18,0%
<b>TOTAL</b>	<b>89</b>	<b>100,0%</b>

## 6. Valoración de los ciudadanos

La investigación realizada con actuales y futuros periodistas tuvo, como se ha apuntado, también reflejo entre los colectivos ciudadanos. El objetivo no era otro que explorar el conocimiento existente en la sociedad respecto a las normas de autorregulación aplicables en la labor informativa y cuál era su parecer respecto a cómo y con qué alcance o repercusión regular la actividad periodística.

Los resultados desprenden que, a pesar de existir ciertos documentos tanto a nivel internacional, europeo o nacional, los residentes en la Comunidad Autónoma Vasca poseen un importante desconocimiento sobre la existencia en sí misma de los códigos deontológicos, lo que se traduce en que algunos de los entrevistados demanden la creación de algún tipo de protocolo y organismo que regule la profesión y su desarrollo.

Más que orientar su actividad según unas normas de autorregulación, la ciudadanía cree que los periodistas se rigen fundamentalmente por las cláusulas estipuladas en sus contratos firmados con los medios.

Sin embargo, y ante el planteamiento de tener que crear un código y un organismo que regule la aplicación del mismo, la primera dificultad que surge es la determinar quién o quienes deben ser los responsables de la creación del mismo.

Los encuestados en su conjunto se muestran de acuerdo en manifestar que la redacción del mismo debería ser competencia de un equipo de expertos. Este comité –a su juicio– debería estar integrado por diferentes especialistas, ya que de este modo se podría dar una orientación integral al tratamiento de la información y sus repercusiones.

Para ello sería necesario integrar a personas con los siguientes perfiles:

- Profesionales del ámbito del periodismo y los medios de comunicación
- Expertos en materia judicial y legislación, así como otras figuras del cuerpo de justicia.
- Representantes del Gobierno

- Otros especialistas del ámbito de la psicología, la sociología y la ética.

Además, todos ellos deberían atesorar una probada trayectoria a sus espaldas, acreditada con años de experiencia y casos desarrollados en su respectivo sector. La elaboración del hipotético código debería incorporar las visiones y experiencia de cada uno de ellos, de modo que no solo las actuaciones a realizar quedasen reguladas, sino que además pudiesen posteriormente ser objeto de seguimiento y, en caso de incumplimiento, ser legisladas. Para ello, su contenido debería ir más allá de ser un listado de reglas a cumplir, elevándose y adquiriendo un rango de ley que posteriormente permita legislar y regular las actuaciones de los medios de comunicación.

El principal problema que se observa dentro de este ámbito es cómo se llevaría a cabo el posterior control de esta práctica y la figura sobre la que debería pivotar esa responsabilidad. Porque, si actualmente existen una serie de normas a las que nadie presta atención ni respeta, parece complicado afirmar con rotundidad que al existir una regulación o legislación más exhaustiva ésta vaya a ser cumplimentada en mayor medida.

Por otra parte, si este tipo de pautas se imponen para todo el colectivo del periodismo, y se confiere la responsabilidad del control y de la posible función sancionadora a unos profesionales concretos, en la medida de los ámbitos donde éstos desarrollen su actividad, la capacidad de ejercitarla de manera ecuánime se considera que quedará mermada. Así, la tarea de “ponerle el cascabel al gato”, a juicio de la ciudadanía, se convierte a la postre en una tarea poco atractiva, escasamente gratificante y tremendamente impopular entre los compañeros del sector.

Teniendo en cuenta lo anterior, una solución para garantizar la regulación y aplicabilidad de los códigos deontológicos establecidos podría ser a través de dos vías: la primera, a través de la imposición de sanciones en caso de incumplimiento; la segunda, mediante la creación de una especie de tribunal de arbitraje que sería el que determinara la aceptabilidad o no de las actuaciones y métodos que se están aplicando a la información.

La dificultad estriba en determinar cuál sería la figura más adecuada y a la que se podría dotar de potestad suficiente para regular, limitar, arbitrar y sancionar dentro del ámbito periodístico.

Determinar una única figura se antoja complicado por varias razones:

- Si se otorga esa potestad a los periodistas o gerentes de los medios, se considera positivo por el gran conocimiento que poseen del sector. Sin embargo, no se les atribuye la suficiente entereza y poder como para sancionar a sus compañeros de trabajo por las malas praxis realizadas. Existiría un conflicto de intereses.

- Si se delega esa función en un órgano gubernamental, también se acepta positivamente, pues se le dotaría de rigor en materia de seguridad y legislación. Pero se corre el riesgo de que, como agente de poder e influencia que es, mediatice aún más los medios y las noticias para sus propios intereses.

En consecuencia, la opción más aceptable para la ciudadanía sería la creación de un ente regulador en el que tengan presencia diferentes agentes y perfiles expertos en materia de comunicación y legislación: periodistas, juristas, cuerpos de seguridad, representantes del gobierno, psicólogos, etc. La presencia y colaboración de todos ellos podría no solo favorecer la creación de una normativa que regule de una forma integral el tratamiento de la noticia y de la información, sino también las sanciones y consecuencias derivadas de un no cumplimiento de la misma.

Asimismo, esta comisión eximiría a los trabajadores del propio sector de la responsabilidad de cuestionar y valorar las actuaciones de sus propios compañeros, siendo ella la que asumiría la tarea y el compromiso de evidenciar las actuaciones menos correctas.

A pesar de que tomar una decisión acertada a este respecto no parece sencillo, la sensación en el colectivo es que cualquiera de las actuaciones y decisiones que se tomase ayudaría a devolver el respeto a una profesión que en los últimos tiempos se ha visto desprestigiada y devaluada socialmente frente a otras.

## 6.1 Utilidad de los códigos

Un 83,3% de las personas encuestadas (*Gráfico 3*) considera muy útiles los códigos éticos en la profesión periodística, y de ellos un 83,9% considera que debería existir alguno que en caso de no cumplirse llevase asociadas sanciones que hiciesen al medio replantearse la importancia de llevar a cabo actuaciones saludables. Hay también un 10,4% que cree que no son de utilidad y un 6,3% que no se pronuncia.

En función de la edad de los encuestados, aquellos que más necesarios los ven se sitúan en la franja entre los 35 a los 49 años (88,2%) y los que menos, los más mayores, los que van de los 65 a 79 años (75,5%).

Donde mayor diferencia se produce es al tener en cuenta el nivel de estudios: alrededor de un 84% de los tienen alguno, ya sean primarios, secundarios o universitarios, los creen convenientes, mientras que aquellos que carecen de ellos sólo lo entienden así en un 54,9% de los casos.

Respecto a la tendencia política de los encuestados, la diferencia más significativa es la que se aprecia entre los que se dicen de izquierda (88,7%) y de extrema izquierda (69,3%), al tiempo que los de centro y derecha rondan el 79%.

Teniendo en cuenta su sentimiento identitario, más nacionalista vasco o más centralista estatal, los que se declaran moderadamente nacionalistas son los que estiman su necesidad en mayor medida (hasta el 95,7%), mientras que los de centro lo son en la menor (82,7%).

Los lectores de prensa, por su parte, son más proclives (85,3%) a considerarlos que los que no la leen (79,4%).



*Gráfico 3: Utilidad de los códigos éticos en el periodismo.*

## 6.2 Eventuales sanciones

Cuando se les pregunta a los ciudadanos si creen que deben establecerse sanciones a aplicar en caso de incumplimiento de los códigos éticos, la mayoría (83,9%) considera que sí, un 9,5% que no y un 6,6% no se pronuncia (*Gráfico 4*).

Respecto a la edad de los encuestados, otra vez los situados en la franja de los 35 a 49 años son los más estrictos, al considerar en un 90,1% la necesidad de las sanciones. Los más jóvenes, de 18 a 24 años, en cambio son los menos partidarios de este tipo de medidas (79,1%).

Parece que la tendencia política de los encuestados es un factor determinante de su posición ante esta cuestión: prácticamente la totalidad de los que se declaran de derechas (un 96,1%) creen en la necesidad de las sanciones, mientras que en las otras tres tendencias las respuestas favorables son alrededor del 80%.

Al considerar su adscripción al nacionalismo o al centralismo, los que en mayor medida ven necesarias las sanciones son los nacionalistas moderados (91,8%) y los que menos lo estiman, los independentistas (67,5%).

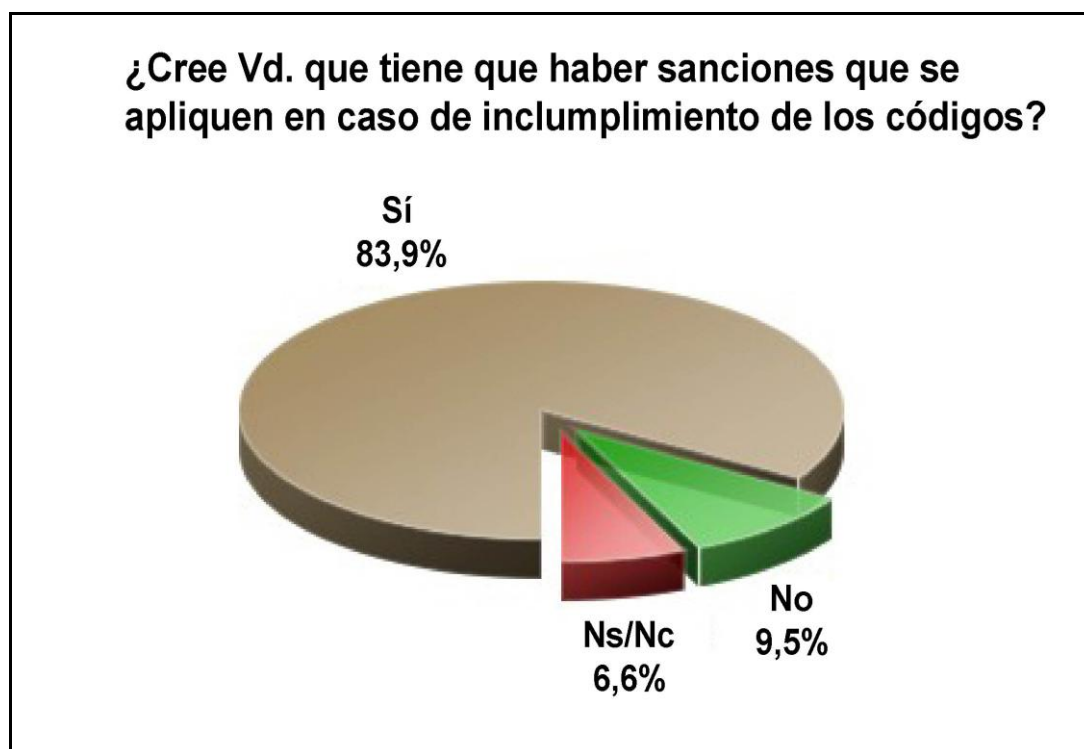


Gráfico 4: El establecimiento de sanciones ante su incumplimiento.

### Conclusiones

- Entre los documentos deontológicos aplicables en la Comunidad Autónoma del País Vasco, sólo una mínima parte reflexiona en su articulado sobre la importancia de la ética periodística en sí misma.
- Los periodistas vascos opinan que las presiones que reciben en su trabajo no condicionan su libertad ni les obliga a ejercer su labor contraviniendo la ética informativa.
- La mayoría de los informadores de Euskadi piensa que los propietarios de los medios, los cargos directivos y los responsables de la programación son los que provocan más vulneraciones. Esta opinión la comparte también el alumnado, exculpando a los últimos.
- Entre los profesionales, los mayores de 50 años y las mujeres son los más partidarios de establecer códigos deontológicos. Los periodistas jóvenes demandan, sobre todo, una mejora de sus condiciones laborales. El 76,4% de los discentes refuerzan esa postura. Las mujeres y los que cursan el último año de licenciatura son los que se pronuncian con mayor rotundidad. El 83,3% de ciudadanía considera de utilidad la existencia de estos documentos para aplicación en los medios de Euskadi.
- Entre los informadores, la aplicación de métodos coercitivos para el cumplimiento de los códigos cuenta con una mayoría exigua, a poca distancia del 'no' y con una alta indefinición. Los

ciudadanos no lo dudan; el 83,9% son partidarios de establecer sanciones cuando se vulneran los principios deontológicos.

**Referencias bibliográficas:**

- ARAUJO GÓMEZ, F. (1899): *La primera escuela de periodismo*. LEM.
- ARLAS ABAD, F. (1919): *La prensa y la moral pública*. Jaén.
- AZNAR, H. (2004): 'Nuevos códigos de ética y nuevas formas de entender el periodismo'. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 58 [Recurso electrónico]. La Laguna (Tenerife).
- BELSEY, A. y CHADWICK R. (eds.) (1995): *Ethical Issues in Journalism and the Media*. Routledge.
- CANEL M. J., RODRÍGUEZ ANDRÉS, R. y SÁNCHEZ ARANDA, J. J. (2000): 'Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información'. En: *CIS, colección Opiniones y actitudes*, nº33.
- Consejo de Europa (1993): *Resolución 1003, sobre la ética del periodismo* (Código Europeo de Deontología del Periodismo).
- DAY, L. A. (1997): *Ethics in Media Communications: Cases and Controversies*. Wadsworth Publishing Company.
- DE GUZMÁN, M. (1989): *Persona y personalidad del periodista*. Barcelona: Promoción Publicaciones Universitarias.
- DIEZHANDINO, M.P., BEZUNARTEA, O. y COCA, C. (1994): *La élite de los periodistas*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU).
- El Mundo (1996): *Libro de Estilo*. Madrid: Unión Editorial/Temas de Hoy.
- FORTNER, R. S. (1981): 'The Journalist's Albatross: Objectivity, Critical Reporting and Social Responsibility'. En: *Journal of Communication Inquiry*, vol. 6, nº 2.
- FRANCKE, W. (1995): 'The Evolving Watchdog: The Media's Role in Government Ethics'. En *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol 537, nº 1.
- GARCÍA DE CORTÁZAR, M. y GARCÍA DE LEÓN, M. A. (coords.) (2000): 'Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación'. En: *CIS/Siglo XXI de España Editores, colección 'Monografías'*, nº181.
- GODDARD, A. (2000): 'Jacques Ellul and the Power of the Media'. En: *Studies in Christian Ethics*, vol. 13, nº 1.
- GONZÁLEZ-ROTHVOSS, M. (1932): *Las condiciones legales de trabajo de los periodistas en España*. Madrid: Asoc. Progreso de las Ciencias.
- HABERMAS, J. (1986): *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. París: Payot.
- HUMANES, M. L. (1998): 'La profesión periodística en España'. En *Zer, Revista de Estudios de Comunicación*, nº 4. Bilbao: Servicio Editorial de la UPV/EHU.
- MACIÀ BARBER, C. y HERRERA DAMAS, S. (2010): 'La deontología periodística: praxis, disfunciones y retos desde la perspectiva de los profesionales de la Comunidad de Madrid (2006-2009)'. En: *Comunicación y sociedad*, Vol XXIII, nº 1. Pamplona.
- MARTÍNEZ DE SOUSA, J. (2003): *Libro de Estilo de Vocento*. Gijón: Trea.
- MURCIANO, M. (Coord.) (2005): *Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación*. Madrid: Agencia Nacional de Evaluación y Calidad Universitaria, Aneca.
- ORTEGA, F. y HUMANES, M. L. (2000): *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona: Ariel.
- PÉREZ FUENTES, J. C. (comp.) (2004): *Ética periodística. Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU).
- RAO, S. y WASSERMAN, H. (2007): 'Global media ethics revisited: A postcolonial critique'. En: *Global Media and Communication*, vol. 3, nº 1.



- REAL RODRÍGUEZ, E. (2006): *Formación y ejercicio profesional del periodista en la España del siglo XXI dentro del marco de la Unión Europea* [Recurso electrónico]. Madrid: Universidad Complutense, Servicio de Publicaciones.
- ROMERO RUBIO, A. (1997): 'El Periodismo: Ciencia, formación académica y titulación profesional (II)', en *Información, Opinión, Mensaje y Medios*, nº 2. Sevilla: CEADE.
- RTVE (2008): *Estatuto de Información de la Corporación RTVE*. Madrid.
- RTVE (2010): *Libro de Estilo de la Corporación RTVE*. Madrid.
- TOCQUEVILLE, A. (1985): *La democracia en América*; Tomo I. Madrid: Alianza.
- UNESCO (1983): *Principios Internacionales de Ética Profesional del Periodismo*. París.
- VIDELA RODRÍGUEZ, J. J. (2004): *La formación de los periodistas en España: perspectiva histórica y propuestas de futuro* [Recurso electrónico]. Madrid: Universidad Complutense, Servicio de Publicaciones.