

# HERRAMIENTAS ÉTICAS Y DEONTOLÓGICAS PARA LA EXCELENCIA INFORMATIVA EN EL PERIODISMO

## Defensa del colegio profesional como pieza angular

ELENA REAL RODRÍGUEZ

*Universidad Complutense de Madrid*

### 1. INTRODUCCIÓN

La labor informativa que llevan a cabo los profesionales del periodismo en un Estado democrático resulta básica y determinante. Su papel se mostró fundamental durante el siglo pasado y está llamado a condicionar profundamente a la civilización del presente siglo XXI. Los medios de comunicación desempeñan una función de alto contenido social al ofrecer, por un lado, la educación y, por otro, la información que los ciudadanos precisan para participar con plenas garantías en la toma de decisiones públicas que toda sociedad democrática plantea. Este derecho (que reciben por delegación tácita) es, al mismo tiempo, un deber para el informador que tiene como obligación y responsabilidad orientar su actividad a la consecución de ese claro interés general.

Para lograr que este fin social se desarrolle con la mayor eficacia posible, necesaria y deseable, los medios de comunicación y los periodistas deben asegurar su independencia y autonomía frente a todo tipo de presiones,

bien sean internas (que partan de los propios profesionales y empresas del sector) o externas (provenientes de los poderes fácticos sociales de carácter financiero, político o ideológico). Sólo unos medios libres son capaces de responder a estas exigencias. La libertad de información y de opinión (los dos niveles en los que se desglosa la libertad de expresión) debe estar plenamente garantizada y únicamente restringida por los límites lógicos y razonables.

Por otra parte, la libertad informativa y de opinión sin sentido de la responsabilidad es tan cuestionable en la práctica como imposible la responsabilidad sin libertad suficiente. Libertad y responsabilidad son términos que se implican mutuamente, son las dos caras de una misma moneda. Por eso, podemos definir la responsabilidad como el uso correcto de esa libertad y viceversa. El periodista responsable es aquel que pone cuanto está de su parte para cumplir con los deberes éticos y deontológicos específicos de su profesión, teniendo siempre presente el deber primordial de responder con la mayor fidelidad posible al derecho que el público tiene a saber ciertas verdades esenciales para la humana convivencia social.

El ejercicio de la libertad de prensa sin control tiende al abuso y ninguna sociedad está dispuesta a soportar abusos de los medios de comunicación, y mucho menos aquellas sociedades que, como la nuestra, cuentan con poderosas instituciones que rinden culto al orden y a la moral tradicional; de lo que podemos deducir la siguiente situación: o bien los medios de comunicación y los periodistas se adelantan y establecen un sistema de autocontrol ético o, de lo contrario, se encontrarán heterocontrolados por el Estado a través de la vía legal.

## 2. PERIODISMO Y ÉTICA

O lo que es igual: Periodismo ético, porque sin Ética no hay Periodismo. Si el periodista no respeta los valores, obligaciones y responsabilidades que caracterizan su peculiar quehacer informativo, la calidad se resiente, su credibilidad queda en entredicho y la desconfianza del público merma considerablemente su función social. Un servicio a la sociedad que está presidido ante todo por los imperativos de la verdad y el interés público, a los que el periodista debe siempre anteponer a sus intereses y a los de su empresa informativa. En esto consiste la esencia de la específica tarea del informador pe-

riodístico. La comunicación de una información rigurosa y verdadera (con la honestidad profesional necesaria) es la obligación más importante señalada por las normas ético-deontológicas. La veneración por la verdad y la consideración del público a la verdad, de la forma más objetiva<sup>1</sup> y exacta posible, ha de ser la actitud principal del periodista. El periodista debe ejercer su labor en los marcos de la integridad y la dignidad propias de la profesión, su actitud principal ha de ser la de respeto: respeto a la información como proyección del respeto que debe al público-usuario de la información. La buena fe hacia el público es la base, el cimiento del buen Periodismo.

Deben hacerse todos los esfuerzos necesarios para garantizar que el contenido noticioso sea fiel, esté libre de prejuicios y se ajuste al contexto, y que todas las opiniones sean presentadas de modo imparcial. Sabiendo ponderar los diferentes pareceres con justicia, colocando a cada uno en el sitio que le corresponda. Esto es, sin razonamientos personalizados que no tengan su base en los datos y los hechos acontecidos. El Periodismo es ante todo compromiso con la democracia y los valores que la sustentan, y una neutralidad mal entendida puede situar a los medios de comunicación en posiciones inhumanas y de preocupante tibieza ante la defensa de los derechos humanos, por ejemplo. Lo que no implica caer en el subjetivismo, la parcialidad o la militancia partidista<sup>2</sup>. Esto es importante aclararlo. El periodista procurará, pues, ofrecer al público únicamente informaciones conformes con los hechos. Debe metódicamente buscar, investigar y confirmar cada información, la cual debe comunicar entonces con precisión y rapidez al público, sin ocultar ni falsificar ninguno de los componentes estructurales de la misma, ya sea para obtener un beneficio personal o para servir a otro propósito, sin sacrificar la exactitud por la rapidez o la verdad por el oportunismo. Es asimismo importante, que ésta aparezca claramente diferenciada de la opinión para evitar cualquier confusión<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Por objetividad no me refiero a una tendencia filosófica, social o política. Aludo a una actitud —que ha de convertirse en virtud— que debe estar siempre presente en la información de hechos, como acompañante indispensable de la veracidad del periodista que se esfuerza por conocer fielmente lo ocurrido y transmitirlo en ese modo al público.

<sup>2</sup> Cfr. H. AZNAR, *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*, Paidós, Barcelona 2005, p. 55.

<sup>3</sup> Las noticias son informaciones de hechos y datos, y las opiniones expresan pensamientos, ideas, creencias, juicios de valor por parte de los medios de comunicación, los editores o los periodistas. La exposición “del programa ideológico” debe limitarse a la opinión y no ha de invadir el ámbito informativo, porque la opinión fragmenta, desfigura y, a fin de cuentas, puede anular la información. El derecho del público a saber lo que pasa con fidelidad y autenticidad así lo exige.

La empresa informativa está afectada, de igual manera, por todos aquellos deberes profesionales que soporta el periodista, lo que se traduce en la obligación, entre otras cosas, de disponer las condiciones para que los periodistas puedan cumplir adecuadamente su responsabilidad pública. La Ética periodística también atañe a los empresarios, que no deben dejar que se diluya y quede postergada frente al legítimo objetivo del beneficio económico. Todo lo que afecte negativamente al derecho a la información es algo que le está vedado a la empresa informativa. El periodista debe disponer, por tanto, de la necesaria independencia y autonomía profesional en su labor informativa. Responde ante su empresa, para la que trabaja, pero sobre todo ante el compromiso adquirido con el público, el verdadero titular del derecho a la información. Un público que también tiene sus obligaciones en este proceso comunicativo. La responsabilidad ética ha de estar presente en la conciencia de todos ellos.

### 3. MECANISMOS E INSTRUMENTOS DE AUTORREGULACIÓN<sup>4</sup>

Por autorregulación periodística (no confundir con la autocensura) debe entenderse una forma de control responsable a través de un orden normativo que adoptan los sujetos que intervienen en el proceso de la información periodística. Dicho orden normativo no parte de una imposición externa interesada en su dominio por razones políticas o económicas, ni tampoco interna. Sino que es fruto de la convicción de sus protagonistas en aras de la función social y los bienes internos que procura y tiene encomendado el Periodismo en las sociedades democráticas. Surge del consenso, de una puesta en común dialogada. Es preciso diferenciar entre dos tipos de autorregulación: profesional y comunicativa. La primera parte exclusivamente de los propios profesionales para sí mismos, los periodistas. Con el fin de desarrollar la Deontología (en sentido estricto) que les ha de ser imputada. Por su parte, la segunda, ceñida más al ámbito de la Ética aplicada, reúne a los sujetos integrantes del proceso de comunicación en el ámbito de la información perio-

---

<sup>4</sup> En este apartado, ante la imposibilidad de contar con el espacio suficiente, nos limitaremos a enumerar la relación de mecanismos e instrumentos de autorregulación existentes, en la actualidad, en España. Para un conocimiento de sus características y funcionamiento pueden consultarse, por ejemplo, las obras del profesor Hugo Aznar citadas en la Bibliografía.

dística. A saber: empresas comunicativas (sujeto organizador), periodistas (sujeto cualificado) y audiencia (sujeto universal)<sup>5</sup>.

Ese orden normativo se refleja en un conjunto de medidas que han supuesto la adopción de diferentes iniciativas, acuerdos, organismos, instituciones, etc., que se traduce en un armazón conformado básicamente por: códigos deontológicos, consejos de prensa o de la información, observadores de medios de comunicación, defensores de la audiencia, estatutos de redacción, códigos internos y libros de estilo. Si a esto le añadimos las recomendaciones que han elaborado bien instituciones correguladoras como los Consejo de los Medios Audiovisuales, bien entidades públicas o privadas (muchas veces con la complicidad de organizaciones profesionales de periodistas o de las mismas empresas comunicativas), nos encontramos con un abanico heterogéneo de fórmulas que, con diferente acomodo y protagonismo, están encomendadas a lograr, por un lado, la ansiada autonomía e independencia profesional, y, por otro, el ejercicio con sentido de la responsabilidad de la función social informativa por parte de unos periodistas comprometidos con la calidad del bien que elaboran y dispensan, con el inestimable respaldo de una empresa igualmente implicada en su producción y difusión<sup>6</sup>.

Dentro de lo que hemos llamado autorregulación profesional, el primer código deontológico colectivo fue promovido por el Colegio Profesional de Periodistas de Cataluña, una iniciativa autonómica que únicamente goza del reconocimiento y respeto de aquellos periodistas catalanes que son miembros del Colegio. El código fue aprobado por la Junta de Gobierno en su reunión plenaria del 22 de octubre de 1992, y presentado oficialmente durante la ce-

---

<sup>5</sup> Algunos autores piensan que el ejercicio de una autorregulación profesional es contraproducente, pues lo único que se obtiene con ella es la actitud *denostadamente* corporativista de la clase profesional. Por lo que debe ser eliminada o, cuanto menos, minimizada reduciéndola a su mínima expresión. Dando así toda la prioridad a la participación no sólo de la empresa sino igualmente del público-usuario-audiencia, que es considerado el pilar fundamental del proceso informativo. No obstante, el público es el titular del derecho a la información al cual los otros dos, empresarios y profesionales, sirven como fieles depositarios. Sin embargo, la segunda no puede ser motivo ni razón para impedir que los profesionales lleven a efecto las normas deontológicas que sólo a ellos corresponden. Y por ende, los elementos necesarios para articularlas debidamente.

<sup>6</sup> Hay otra iniciativa que tal vez sea interesante de cara al futuro, en lo que se refiere a la autorregulación comunicativa, la cual, por el límite de espacio, me limitaré a mencionar sólo en este pie de página. Son los denominados Consejos de Lectores, que como los de la revista *Tiempo* (2006), pionera en nuestro país, y la edición digital de *La Vanguardia* (2008) —este último llamado Consejo Editorial de la Audiencia— buscan dar un paso más en la interactividad con su público, dándole la posibilidad de participar en la mejora del medio.

lebración del II Congreso de Periodistas de Cataluña, el día 1 de noviembre de ese mismo año en Barcelona<sup>7</sup>. Su ejemplo fue seguido por la Federación de Asociaciones de Periodistas (antes de la Prensa) de España (FAPE), que adoptó, el 27 de noviembre de 1993, durante su asamblea extraordinaria celebrada en Sevilla, un código deontológico al que se acogen todos los periodistas españoles que están afiliados a las Asociaciones de Periodistas/de la Prensa<sup>8</sup>. Este código, a diferencia del anterior, abarca una mayor extensión geográfica. Podríamos decir que es el primer código que goza de una aplicación nacional, aunque no sea aceptado por la totalidad de la profesión. Con el fin de lograr una mayor efectividad de las normas y principios recogidos en estos códigos, el Colegio de periodistas apadrinó la constitución en 1997 del Consejo de la Información de Cataluña (CIC), y la FAPE hizo lo propio en 2004 con la puesta en marcha de la Comisión de Quejas y Deontología (inicialmente denominado Consejo Deontológico) adscrito a su Comisión de Garantías y Asuntos Profesionales (por entonces conocida con el nombre de Comisión de Asuntos Profesionales y Deontológicos), que le cede sus prerrogativas en la materia. Este Código de la FAPE ha sido adoptado igualmente por la Asociación de Fotoperiodistas y Reporteros de la Comunidad de Madrid, creada en el año 1997. Otra iniciativa de código de naturaleza colectiva a nivel nacional fue el elaborado en 2001 por el Foro de Organizaciones de Periodistas (FOP)<sup>9</sup> en el anexo a su Propuesta de Estatuto del Perio-

---

<sup>7</sup> Siguiendo como referente el texto catalán, el Colegio Profesional de Periodistas de Galicia, en reunión ordinaria de la Junta de Gobierno celebrada el pasado 23 de febrero de 2008, suscribió una propuesta de código deontológico que será elevada a votación en la próxima Asamblea General para su conformidad.

<sup>8</sup> En abril de 2006, la FAPE se convirtió en Federación sectorial para representar a un mayor número de periodistas. De este modo, aparte de a las 46 Asociaciones de Periodistas/de la Prensa federadas que existen actualmente, la FAPE «acoge» como entidades vinculadas a la Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE), la Asociación Nacional de Informadores de Salud (ANIS), la Asociación Española de la Prensa Deportiva (AEPD), la Asociación Nacional de Periodistas de la Administración Pública (ANPAP), la Asociación Nacional de Informadores Gráficos de Prensa y TV (ANIGP-TV) y la Asociación Española de Periodistas y Escritores de Vino (AEPEV). Merced a este acuerdo, las asociaciones sectoriales mencionadas reconocen a la FAPE como su representante en cualquier ámbito territorial para las cuestiones que afecten a los periodistas con carácter general. Un vínculo del que, sin embargo, pueden desvincularse en aquellas cuestiones en que pudiera haber controversia y ejercer directamente la representación de sus asociados. Las asociaciones sectoriales pueden participar en las Asambleas Generales de la FAPE con voz pero sin voto.

<sup>9</sup> Entonces conformado por la FAPE, el Sindicato de Periodistas de Cataluña, el Colegio Profesional de Periodistas de Cataluña y las Agrupaciones de Periodistas de CCOO y UGT. A día de hoy, la FAPE se ha desvinculado de este organismo por discrepancias en el tema del Estatuto Profesional, y se han incorporado el Colegio Profesional de Periodistas de Galicia y la Federación Española de Sindicatos de Periodistas (a la que ha dejado su sitio el sindicato catalán). El texto fue refrendado un año después por la III Convención de periodistas de España.

dista Profesional, presentado a debate en la pasada legislatura en el Congreso de los Diputados para su aprobación como Ley orgánica<sup>10</sup>. Esta iniciativa contempla la creación de un Consejo Estatal de Información que, entre otras funciones, se encargaría de supervisar su cumplimiento.

El CIC, cuyo sostén económico corre a cargo de los empresarios catalanes, funciona como un organismo soberano que adopta la figura legal de una Fundación privada, no supeditado al Colegio de Periodistas, aunque éste le cede parte de sus atribuciones éticas y deontológicas. La Comisión de Quejas y Deontología, por su parte, está integrada dentro de la FAPE (que la sostiene y financia) a través de la Comisión de Garantías y Asuntos Profesionales que sirve de enlace entre ambas instituciones, aunque se define como una entidad con plena autonomía e independencia en su funcionamiento respecto a aquélla. El proyecto del todavía virtual Consejo Estatal de la Información es un híbrido entre Consejo de prensa y Consejo Audiovisual. Un órgano público cuya creación correría a cargo de las Cortes generales y estaría financiado vía presupuestos del Estado. Se alejaría, pues, de las entidades estrictamente autorreguladoras. A pesar de sus diferencias, todos estos consejos coinciden en contemplar en su composición representantes de todos los sujetos del proceso de la información periodística.

Dentro de los códigos promovidos por organizaciones profesionales, cabe citar también el código de conducta para los miembros de la Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE) aprobado en abril de 1989. Este código únicamente compete a los miembros de esta determinada corporación de carácter especializado. La APIE no ha instituido ninguna comisión específica para dotar de mayor efectividad a las normas y principios recogidos en el mismo. Otro tanto ocurre con el código que la Asociación Iberoamericana de Periodistas Especializados y Técnicos adoptó en 1994<sup>11</sup>. O con el código deontológico que el Sindicato de Periodistas de Madrid instauró en marzo de 2000. La Agrupación de Periodistas de UGT tiene reconocido el có-

---

<sup>10</sup> El 22 de noviembre de 2004, el Congreso de los Diputados admitió a trámite la Proposición de Ley de Estatuto del Periodista Profesional presentada en abril de ese mismo año por el Grupo Parlamentario de Izquierda Verde-Izquierda Unida-Iniciativa per Catalunya Verds (disponible en [http://www.ciberpunk.info/desvan/estatuto\\_periodista.pdf](http://www.ciberpunk.info/desvan/estatuto_periodista.pdf)). La iniciativa fue respaldada por todos los grupos parlamentarios a excepción del Partido Popular que votó en contra. Sin embargo, no pasó de ser estudiada por la Comisión Constitucional del Congreso. El Partido Socialista ha anunciado que intentará nuevamente la tramitación de un Estatuto para el periodista en la próxima Legislatura.

<sup>11</sup> En España funciona una sección con sede en Barcelona.

digo de la Federación Internacional de Periodistas (FIP), aprobado en 1954 y revisado en 1986. Por su parte la Asociación Nacional de Informadores Gráficos de Prensa y TV (ANIGP-TV) elaboró en noviembre de 2007 un código específico, para completar al ya citado de la FAPE, acorde con el ámbito laboral en el cual desarrollan sus asociados su trabajo profesional.

Las corporaciones de periodistas se han caracterizado igualmente, estos últimos años, por impulsar diversos documentos que contienen recomendaciones de comportamiento para sus profesionales en campos específicos como «Inmigración y Minorías»<sup>12</sup>, «Violencia de Género y Menores»<sup>13</sup> o «Comunicación Local»<sup>14</sup>. Dentro de la autorregulación comunicativa, encontramos asimismo bajo la denominación de decálogos, protocolos o manuales, iniciativas que aspiran a convertirse, a modo de un código ético, en un referente de actuación para los informadores. Estos documentos han sido elaborados por organismo públicos o privados y versan sobre cuestiones como la violencia de género y la igualdad, las minorías étnicas, la juventud o la salud<sup>15</sup>.

Realmente son pocos los medios de comunicación que cuenten como tal con la figura del defensor de la audiencia (lector, oyente o telespectador, también conocido como *ombudsman*). Podemos citar a *El País* (1985), *La Vanguardia* (1994), Radio y Televisión de Andalucía (1995), *El Punt* de Gerona

---

<sup>12</sup> «Manual de estilo sobre minorías étnicas», Colegio Profesional de Periodistas de Cataluña, enero 2002; «Inmigración e información», Asociación de la Prensa del Campo de Gibraltar, septiembre de 2004.

<sup>13</sup> «Manual de estilo periodístico para informaciones sobre casos de violencia doméstica o que afecten a menores», Colegio Profesional de Periodistas de Cataluña, junio de 2001; «Noticias con lazo blanco. Manual para periodistas sobre la violencia doméstica», Unión de Periodistas Valencianos, noviembre de 2002; «Medios de comunicación y violencia de género. Declaración de Compostela», Observatorio Gallego de Medios de Comunicación/Colegio Profesional de Periodistas de Galicia, octubre de 2004; «Pequeñas manos: Manual para periodistas sobre la protección de la infancia en los medios de comunicación», Unión de Periodistas Valencianos/FAPE, enero de 2005.

<sup>14</sup> «Decálogo de buenas prácticas de la comunicación local pública», Colegio Profesional de Periodistas de Cataluña, 2003.

<sup>15</sup> Algunas de estas iniciativas son: *Violencia de Género e Igualdad*: «Decálogo de recomendaciones a los medios de comunicación para el tratamiento de la violencia contra las mujeres», Instituto Andaluz de la Mujer, 1999; «Protocolo de actuación periodística y publicitaria sobre igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y tratamiento informativo de la violencia de género», Dirección General de la Mujer del Gobierno de Cantabria, 2007. *Minorías étnicas*: «El poble gitano. Manual per a periodistes», Unió Romànica. Cataluña, 1998. *Juventud*: «Decálogo: Cómo mejorar la imagen de la juventud en los medios de comunicación», Instituto de la Juventud de Andalucía, 2003. *Salud*: «Salud Mental y Medios de Comunicación», Confederación Española de Agrupaciones de Familiares y Enfermos Mentales, FEAFES/Fundación Pfizer, 2006; «Guía de estilo. Salud y medios de comunicación: El Alzheimer», Confederación Española de Familiares de Enfermos de Alzheimer y otras demencias/Fundación Pfizer, 2006; «Guía de estilo. Salud y medios de comunicación: Parkinson», Federación Española de Parkinson/Fundación Pfizer, 2006; «Guía de estilo. Salud y medios de comunicación: VIH/SIDA», Coordinadora estatal de Vih/Sida/Fundación Pfizer, 2006; «Guía de estilo. Salud y medios de comunicación: Cáncer», Asociación Española contra el cáncer/Fundación Pfizer, 2006.



(1995), *Regió 7* de Manresa (1995), *La Voz de Galicia* (2001), Net TV (2003) y RTVE (2006)<sup>16</sup>. Los estatutos de redacción tampoco son muy frecuentes. El primero en aprobarse, que se convirtió en precedente y modelo de referencia, fue el de *El País*, en 1980. Después vinieron los de *La Voz de Galicia* (1988), *El Mundo* (1990), *El Periódico de Cataluña* (1993), Radio-televisió Valenciana (1996)<sup>17</sup>, Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (2002. Modificado en 2006), *La Vanguardia* (2001), el diario *Sport* (2002), *El Punt* de Gerona<sup>18</sup>, Radio y Televisión de Andalucía (2005), Agencia EFE (2006) y, el último hasta el momento, el de la Corporación RTVE (2008).

Los códigos de autorregulación internos adoptan dos formas distintas: pueden tratarse de códigos de ética empresarial de la empresa de comunicación o de códigos de deontología periodística del medio. En el primer caso, el código comprende a la empresa en su conjunto, por lo que suele incorporar compromisos más amplios y ser vinculantes para todos sus miembros. En el segundo, mucho más común, el código se limita a recoger deberes y obligaciones propios de quienes trabajan en la redacción del medio. En España contamos con un ejemplo de código de ética de una empresa de comunicación. Se trata del Código de Conducta de Antena 3 Televisión, aprobado por su Consejo de Administración el 18 de agosto de 1997<sup>19</sup>. Tampoco abunda en nuestro país el otro tipo de código interno, el de deontología periodística del medio. Dentro de estos últimos, vamos a diferenciar entre los que adopta el medio por decisión propia, y los que por iniciativa externa han obtenido al tiempo el respaldo de las empresas dueñas de los medios.

---

<sup>16</sup> Otros medios contaron en su día con un defensor pero ya no disponen de él, tal es el caso del ya desaparecido *Diario 16*, RNE, Catalunya Ràdio y Antena 3 Televisión. Por su parte, la Asamblea de Madrid, en su sesión del 18 de abril de 1996, aprobó por unanimidad una Resolución para que Radio Televisión Madrid creara antes de final de ese año la figura del «Defensor de los Derechos de los Espectadores y la Imparcialidad Informativa», proponiéndose que su responsable fuera elegido por el Pleno de la Cámara. Sin embargo, años después sigue sin haberse creado. En algunas revistas como *Interviú*, *Teleeprograma*, *Mujer Hoy* o *PC Actual*, funcionaron o continúan haciéndolo un «defensor del lector» o similar, cuya labor, no obstante, no responde a la que normalmente se refiere con este mecanismo de autorregulación. También en algunos programas de radio se ha introducido una figura con la denominación de «defensor del oyente», más bien dedicado a atender y filtrar las llamadas en directo de la audiencia. Por otro lado, los diarios *ABC* y *La Razón* anunciaron en 2004 su intención de contar con un defensor, pero de momento no han aprobado nada al respecto.

<sup>17</sup> El primero de un medio no sólo audiovisual sino también de titularidad pública. Se renovó en el año 2000.

<sup>18</sup> No ha podido contrastarse el año de su aprobación.

<sup>19</sup> Cfr. H. AZNAR, *Comunicación responsable*, Ariel, Barcelona 2005 (2ª edición actualizada), pp. 120-121. Un código de este tipo supone que la empresa —y no sólo el medio o los medios de comunicación pertenecientes a la empresa— asume ciertos compromisos éticos relacionados con la naturaleza del bien con el que opera. De modo que, no sólo los periodistas, sino también los demás miembros de la empresa —gestores, directivos, etc.— están obligados a cumplir estos compromisos.

Por lo que respecta a los primeros, podemos citar los siguientes: *Actualidad Económica* (1988), Canal Sur TV (1995)<sup>20</sup>, CNN Plus (1999)<sup>21</sup>, Net TV (2002), RTVE («Información y Terrorismo», 2002 y «Protección de menores», 2004), *Tele 5* («Telebasura y protección del público infantil», 2004), Corporación Catalana de Radio y TV (2006)<sup>22</sup>, *Revista Infogay* («Tratamiento de las realidades de gays, lesbianas y hombres y mujeres transexuales», 2006), *Público* («Violencia de género», 2008)<sup>23</sup>. En cuanto a los segundos encontramos, por ejemplo, esta relación de códigos: «Manual de estilo periodístico en el tratamiento de la información de inmigrantes» (Gobierno de la Comunidad del País Vasco y una treintena de medios de comunicación, 2000); «Manual de estilo periodístico para informaciones sobre casos de violencia doméstica o que afectan a menores» (Gobierno de la Comunidad de Cataluña y medios de comunicación de la provincia de Gerona, 2001); «Mujer, violencia y medios de comunicación. Manual de urgencia. Cuestión de principios» (Decálogo aprobado en el I Foro nacional sobre esta temática. Cuenta con el respaldo de RTVE, 2002); «Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia» (Principales cadenas públicas y privadas de TV<sup>24</sup>, 2004. Impulsado por el Gobierno nacional. Cuenta con una Comisión Mixta de Seguimiento<sup>25</sup> y un Observatorio de apoyo<sup>26</sup> para garantizar su cumplimiento<sup>27</sup>); «Código para el tratamiento informativo de la violencia de género» (Junta de Comunidades de Castilla y León y una veintena de medios, 2006)<sup>28</sup>.

<sup>20</sup> Aunque parece que este código ya no goza de vigencia debido a un cambio en su dirección. De todos modos, también es cierto que su función la pueden suplir otros mecanismos de autorregulación como los libros de estilo o el apartado de derechos y deberes de los periodistas que contienen los estatutos de redacción.

<sup>21</sup> Tuvo que suscribir un código de ética periodística como una más de las condiciones exigidas por la empresa estadounidense para firmar su acuerdo de colaboración con la española.

<sup>22</sup> Aprobó unos principios para la actuación de sus medios de comunicación.

<sup>23</sup> No se tiene en cuenta el del antiguo Grupo Correo (1994), dada su desaparición como entidad al quedar ligada desde 2001 al actual Grupo Vocento, merced a su fusión con Prensa Española.

<sup>24</sup> RTVE, Antena 3, Telecinco, el Grupo Sogecable, la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicas (FORTA), Net TV, Veo TV y La Sexta.

<sup>25</sup> La composición de esta Comisión es la siguiente: cuatro miembros designados por las cadenas de televisión firmantes del acuerdo, y otros cuatro que nombran las entidades representativas de las organizaciones de la juventud y de la infancia, de los padres y educadores, y de los consumidores y usuarios.

<sup>26</sup> El Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales (OCTA).

<sup>27</sup> Anteriormente, en marzo de 1993, se adoptó una iniciativa similar que se diluyó por su nulo acatamiento. No contaba con un órgano encaminado a velar por su observancia. Esto es lo que se trata de evitar con este nuevo intento. Aunque de momento no parece correr mejor suerte que su precedente. La Comisión Mixta de Seguimiento, la OCTA, la Agrupación de Telespectadores y Radioyentes (ATR), el Defensor del Pueblo y el Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid, así como el Observatorio Europeo de TV Infantil, han presentado diversos estudios en los que se denuncia el incumplimiento permanente del código ético en las programaciones de las diferentes cadenas televisivas.

<sup>28</sup> El Gobierno de Zapatero trató de impulsar en 2006, con las mismas cadenas que firmaron el código de autorregulación ya citado sobre contenidos televisivos e infancia, dentro del Plan Nacional de Sensibilización y Prevención de la Violencia de Género, un código sobre esta temática y la discriminación por motivos de sexo. Sin embargo, no se obtuvo el acuerdo necesario con los operadores de televisión.

Los libros de estilo, en su mayoría, se limitan a plasmar las reglas lingüísticas (ortográficas, gramaticales, tipográficas, etc.) que deben guiar la adecuada redacción y presentación del diferente material informativo y opinativo de sus periodistas. Sin embargo, comienzan a ser cada vez más numerosos los que incluyen también, en esa concepción «de cómo debe escribirse», principios éticos y normas deontológicas. Entre estos últimos, conocidos como libros de estilo de segunda generación, podemos citar el de *El País* (1977), *La Vanguardia* (1986), Telemadrid (1993), *El Punt* (1994), *El Mundo* (1996), el grupo comunicativo VOCENTO (2003)<sup>29</sup>, los servicios informativos de la cadena COPE (2003), RTVA —Canal Sur Televisión y Canal 2 de Andalucía— (2004), *Berria* (2006) y Barcelona TV (2007)<sup>30</sup>.

Los observatorios de los medios de comunicación son un fenómeno reciente. Se constituyen en una iniciativa de autorregulación comunicativa cuya labor puede aportar una ayuda inestimable en esta dirección al requerir de los medios un comportamiento más ético, que no busque ante todo el rédito económico. Y por lo que respecta a los periodistas, exigirles que su conducta profesional esté presidida ante todo por el respeto a la deontología que les es propia. Logrando la independencia que necesitan para no plegarse únicamente a los intereses de los grupos de presión (económicos, ideológicos, políticos), o de las empresas o patronos que los emplean. En España existen, de momento, dos organizaciones de este tipo: el Observatorio Gallego de Medios de Comunicación (2004) y, de ámbito nacional pero específico para el medio televisión, el Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales (OCTA) (2006)<sup>31</sup>.

---

<sup>29</sup> Aplicable a todos los medios que se engloban bajo el mismo. Por esta razón, ya no señalamos el Libro de estilo que en 1993 aprobó el diario ABC.

<sup>30</sup> Hay más libros de estilo, pero en su mayoría sólo incluyen normas de tipo lingüístico. A modo de ejemplo, se puede citar la siguiente relación: *La Voz de Galicia*, *El Diario de Barcelona*, *El Correo Español-El Pueblo Vasco*, *El Correo Gallego*, *El Mundo Deportivo*, *Avui*, *El Periódico de Cataluña*, el semanario *Tiempo*, la Agencia EFE, TVE, RNE, TV-3, El 9 Nou, etc.

<sup>31</sup> El observatorio gallego nació gracias al empuje y respaldo del Colegio de periodistas. La OCTA, por su parte, surgió a instancia de asociaciones de consumidores, de padres y educadores, asociaciones de vecinos, sindicatos, plataformas de organizaciones de infancia e instituciones como el Defensor del Menor de la CAM, Cruz Roja y UNESCO. La OCTA apoya a la Comisión Mixta de Seguimiento del Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia y, en un futuro, también formará parte del Comité Asesor del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales. O, al menos, en esos términos fue la propuesta realizada en la pasada legislatura por el Gobierno central del presidente Rodríguez Zapatero. En 2003, la Federación Andaluza de Asociaciones de Periodistas, perteneciente a la FAPE, instó a la creación de un Observatorio Andaluz de Comunicación. Pero la iniciativa no parece haberse puesto en marcha.

Los Consejos Audiovisuales no son instrumentos de autorregulación, sino más bien todo lo contrario. El hecho de aludir a ellos en esta relación se debe a la elaboración de recomendaciones para el sector, en las que se plasman valores y principios éticos, así como normas deontológicas, que, en realidad, deberían de partir de instituciones creadas al efecto por empresarios y profesionales. Algunas, cierto es, han contado posteriormente con su apoyo. Sin embargo, no habría que confundir velar por la legalidad vigente y los fundamentos jurídicos propios de un Estado de derecho con la ética y la deontología profesionales. Ambos cometidos han de estar convenientemente separados<sup>32</sup>. El Consejo Audiovisual de Cataluña tiene recomendaciones sobre los juicios paralelos en televisión (1997), el tratamiento de las tragedias personales (2001), la inmigración (2002), la violencia de género (2004), la telebasura (2006), la calidad de la información en los procesos electorales (2007) y el tratamiento de la anorexia y la bulimia nerviosa (2007). El Consejo Audiovisual de Navarra, siguiendo el ejemplo catalán, ha desarrollado asimismo recomendaciones en relación con el tratamiento de la inmigración (2006), las noticias relacionadas con los procesos judiciales (2007) y la cobertura informativa del periodo electoral (2007). Por su parte, el Consejo Audiovisual de Andalucía, también ha confeccionado recomendaciones sobre el tratamiento de la inmigración (2006)<sup>33</sup>, la comunicación social de la ciencia y la tecnología (2007) y la información política en periodo electoral (2008).

#### 4. LA AUTORREGULACIÓN EN ENTREDICHO

¿Realmente están funcionando como debieran los mecanismos e instrumentos de autorregulación anteriormente referidos? ¿Contribuyen a que se den, especialmente por parte de empresas y periodistas, las condiciones laborales, profesionales y sociales que hagan posible el cumplimiento efectivo de las exigencias éticas y deontológicas? ¿Nos permiten afirmar que gracias a ellos tenemos un Periodismo más honesto y de mejor calidad?

Lamentablemente la autorregulación no parece estar dando los resultados que cabría esperarse de ella. Las razones de esa aparente inoperancia no que-

---

<sup>32</sup> Máxime en este tipo de instituciones que, aunque posean la forma jurídica de autoridades independientes, no dejan de ser instrumentos de la Administración pública ya estatal ya autonómica.

<sup>33</sup> Asumido expresamente por las Asociaciones de la Prensa de Cáceres y Huelva.

dan reducidas a una simple cuestión de bajo empeño o disposición, bien individual, bien colectiva. Tiene mucho que ver con ella la alta precariedad, tanto laboral como profesional, que padecen los periodistas<sup>34</sup>. Que sin margen para desarrollar con autonomía e independencia de criterio las estrategias informativas de la empresa comunicativa para la cual trabajan (o desean colocar sus colaboraciones periodísticas), anteponiendo siempre el derecho social a la información, pliegan su conciencia profesional a la voluntad de las exigencias preferentemente económicas e ideológicas que emanan de la organización empresarial. Por temor, como no, de verse invitados a una salida inminente acompañada de la inseparable resolución de un contrato ya de por sí ligado a múltiples arbitrariedades. Y si a esto le añadimos además la desestructuración profesional que de manera endémica viene padeciendo la profesión periodística, damos con el verdadero talón de Aquiles que, en cierto modo, explica el reducido margen de eficacia que procura la tan necesaria autorregulación. Especialmente la de carácter profesional, que ha quedado eclipsada incomprensiblemente por la de índole comunicativa, que, si bien deseable y a la vez importante, no permite del mismo modo a los periodistas desarrollar su deontología y compromiso comunitario en la medida precisa.

Estos problemas se agravan cuando el periodista asimismo deja de ser víctima y se convierte en culpable. Movido, unas veces, por un desconcertante afán de notoriedad y, en otras, por ser cumplido hacedor (no simplemente por una autocensura del miedo) de los intereses de la empresa para la que trabaja, el periodista deja a un lado su papel de informador y se convierte intencionadamente en un mero agitador de ideas ajenas. Inventa, tergiversa o falsea los acontecimientos, mezcla descaradamente opinión con información, abusa de las fuentes anónimas, trastoca imágenes, no rectifica, doblega todo al fin buscado sin reparar en la corrección de los medios,...

¿Qué hacer para reconducir esta situación? He repetido en más de una ocasión que al Periodismo sólo le puede salvar la profesión. Pero la de verdad, la que no encierra trampas, falsedades ni dobleces. La que pretende ante todo el bien general de la comunidad a la que sirve, lejos de entregarse en manos del mejor postor, defendiendo contra viento y marea su labor social frente a todo tipo de presiones, ya externas ya internas, que sólo desean suplantarla por otra más acorde a sus prebendas. Si el Periodismo queda supeitado exclusivamente a los intereses de la industria comunicativa, si su in-

---

<sup>34</sup> Que está siendo denunciada, de una manera generalizada, por periodistas, sindicatos, políticos y universidades.

formación de actualidad de claro interés público se transmuta en marketing y propaganda, si el periodista desalmado campea por sus fueros..., poco más queda ya de él salvo un nombre hueco, carente de su valor original. Se mantiene el signficante, expira el significado. Una burda patraña que muy pocos aciertan a vislumbrar. Triste porvenir el que tenemos ante nosotros, pero al que nos negamos a asistir impávidos. Si queremos que esta situación en la que se encuentra el Periodismo se reconduzca, habremos de empezar a colocar los pilares necesarios. La profesionalidad del periodista no puede desarrollarse si la profesionalización del Periodismo, su constitución como tal profesión, no camina en la dirección adecuada.

## 5. LA PROFESIONALIDAD POR LA PROFESIONALIZACIÓN: EL COLEGIO PROFESIONAL COMO PILAR ESENCIAL

La Ética y la Deontología se erigen en un elemento indispensable de la profesión. Para Carlos Soria son la misma cosa:

«La profesionalidad, el conocimiento del oficio y su ejercicio competente son la Ética de la información. Trabajar mal. Trabajar poco. Trabajar sin la calidad y las técnicas exigibles constituyen el primer ataque a la información. Constituyen el primer ataque a la Ética. (...) Toda una corriente de pensamiento que niega —por razones más o menos profundas, o por sinrazones más o menos de moda— que el periodismo sea una verdadera profesión, no suele ver la conexión que existe entre este hecho y la ausencia o el menosprecio de la ética»<sup>35</sup>.

Profesionalidad y profesionalización se entrecruzan en los ideales éticos y deontológicos del Periodismo. La conformación de una profesión empieza por tener claro en qué consiste una determinada ocupación y cuál es su misión ante la sociedad. Prosigue en el desarrollo de un cuerpo de conocimientos desconocidos para los no expertos. Bullough ve en este rasgo la clave decisiva para que una actividad pueda ser considerada o no como una profesión<sup>36</sup>. En el siguiente paso se institucionaliza la transmisión de dichos conocimientos, con lo que se consolida el monopolio o derecho exclusivo para ejercer el quehacer en cuestión. Esto conduce, como consecuencia lógica, a la instauración de una or-

---

<sup>35</sup> C. SORIA, *El laberinto informativo: una salida ética*, EUNSA, Pamplona 1997, p. 25.

<sup>36</sup> Citado por A. HORTAL ALONSO, *Ética general de las profesiones*, Desclée De Brouwer, Bilbao 2002, p. 49.

ganización válida que garantice tanto el control del acceso a la profesión como el desempeño responsable de la misma: nace así la figura del Colegio profesional, a cuya pertenencia habrán de acogerse obligatoriamente los profesionales. Para lo cual se hace necesario a su vez la elaboración de un estatuto profesional (en el que se indiquen sus correspondientes funciones, derechos y obligaciones), y del oportuno código deontológico. Todo ello se completa con una normativa laboral general y/o específica, según los casos, para el conjunto de los profesionales. Finalmente, y en común con el resto de trabajos, la profesión ha de ser una dedicación estable, principal, que constituya el primordial sustento económico como medio de vida.

### 5.1. *Los caracteres de la colegiación*

La titulación académica es la base sobre la que ha de erigirse el proceso constituyente de cualquier profesión. Junto a ella, se hace necesaria la presencia del Colegio profesional, ambas con carácter obligatorio. La colegiación remite de manera indispensable a una titulación determinada, normalmente universitaria, pues su finalidad esencial es la de garantizar a la sociedad que las personas que ejerzan esa profesión han sido convenientemente preparadas. El requisito de la titulación superior como medio único de acceso profesional, resuelve la exigencia de colegiación como una consecuencia lógica. El Colegio profesional acepta a todos aquellos que demuestran haber superado los estudios académicos requeridos para el desempeño de una profesión concreta. No otorga a capricho la condición profesional. El Colegio aún teniendo la potestad legal de decidir por sí mismo quién ha de formar parte de él, y autorizarle así para el ejercicio profesional, acepta y avala la formación universitaria. El título académico — sin ser en sí mismo un título profesional — es la llave que abre o cierra las puertas para ser miembro integrante del Colegio inicialmente. A la entidad colegial le corresponde certificar ese reconocimiento social a cargo de la Universidad<sup>37</sup>. Éste es el razona-

---

<sup>37</sup> El Colegio, como es lógico, debe colaborar en dicha capacitación en la medida y manera que acuerde con la institución universitaria. Pero debe ser esta última, la que lejos de un control estatal (más propio de las dictaduras) o de otro patronal o profesional (tampoco exento de despotismo) asegure la adecuada preparación de los profesionales. De igual modo, para aquellos casos en los que además fuera demandado un periodo determinado de prácticas profesionales, sería conveniente que éstas estuvieran integradas en el título académico, pues insisto las instituciones de educación superior están menos sujetas a las indeseables tiranías y ocultamientos que nacen de un corporativismo mal entendido.

miento que ofrece el Tribunal Constitucional (TC), al indicar que el Colegio profesional tiene en sus manos la función de «garantizar que el ejercicio de la profesión —que constituye un servicio al común— se ajuste a las normas o reglas que aseguren tanto la eficacia como la eventual responsabilidad en tal ejercicio, que en principio, por otra parte, ya ha garantizado el Estado con la expedición del título habilitante»<sup>38</sup>. Potestad que ha de ser vista como una salvaguardia social y nunca como un ataque discriminatorio contra las libertades de expresión, asociación y elección de profesión u oficio. La necesidad de servir a un interés público superior justifica tanto la demanda de titulación como la obligatoriedad de la colegiación. El resto de elementos profesionales, irán así acomodándose a su alrededor con pleno sentido y lógica<sup>39</sup>. Los Colegios profesionales son corporaciones de Derecho Público que integran a personas de intereses comunes a cambio de encomendarles algunas funciones, de especial provecho comunitario. Así, la simple presencia de bienes privados de los profesionales no justifica ni legitima la utilización de la forma colegial. Para eso son suficientes las libertades de asociación y sindicación<sup>40</sup>. Sólo la tutela de beneficios públicos relevantes del ejercicio de las actividades profesionales corresponde en exclusiva a los Colegios profesionales. De este modo, únicamente las profesiones tituladas que cumplen funciones públicas de trascendencia social están capacitadas para pedir la creación de un Colegio profesional<sup>41</sup>. Constituyen fines esenciales de los colegios, además de la ya mencionada supervisión de la formación de los profesionales con su consiguiente puesta al día, la ordenación y regulación del ejercicio de las profesiones, la representación exclusiva de las mismas, la defensa de los intereses materiales y profesionales de los colegiados, la definición y limitación del

---

<sup>38</sup> STC 89/1989, de 11 de mayo.

<sup>39</sup> Véase E. REAL RODRÍGUEZ, «Periodistas sin identidad profesional: puntualizaciones al proyecto para un futuro Estatuto», en *Ámbitos*, 15, 2006, pp. 340-343. Y, también de la misma autora, «Periodismo: ¿oficio o profesión?», en *Reflexiones en torno a la Libertad de Empresa Informativa* (Libro homenaje al profesor Pedro Farias García), Universidad Complutense de Madrid, Madrid 2005, pp. 541-564.

<sup>40</sup> A diferencia de las asociaciones y los sindicatos, los fines de los Colegios profesionales son de carácter institucional, vienen imperados por la misma naturaleza de la profesión de que se trata.

<sup>41</sup> Mientras la creación de las otras agrupaciones es libre, los Colegios han de constituirse a petición de los profesionales interesados por voluntad directa estatal o autonómica, mediante una ley formal. Poseen, como ya he señalado, un carácter forzoso. Es de pertenencia obligatoria para aquellos profesionales a cuya actividad el Colegio se refiera (sólo quedan dispensados de esta obligación aquellos profesionales funcionarios y contratados al servicio de las Administraciones públicas que tengan como destinatarios de sus actos profesionales a la propia Administración, lo cual no deja de ser discutible). Disfruta de exclusividad territorial y su personalidad jurídica pública posibilita la impugnación de sus acuerdos a través de la vía contencioso-administrativa.



ámbito jurídico de sus derechos y deberes, el amparo de la independencia profesional, el desarrollo y vigilancia de la Ética y la Deontología, así como el cuidado de la dignidad profesional en el desarrollo de la profesión y el respeto que los profesionales hacen de los derechos de terceros.

## 5.2. La peculiar colegiación periodística

En España existen en la actualidad tres colegios profesionales de periodistas: el de las Comunidades Autonómicas de Cataluña, Galicia y Murcia, aprobados por los Parlamentos Autonómicos respectivos<sup>42</sup>. Sin precedentes en la Unión Europea, salvo el caso italiano que no admite por su distinta naturaleza comparación posible<sup>43</sup>, estas tres Comunidades Autónomas españolas han constituido tres formas de agrupación de periodistas de derecho público, que salvo en esto poco distan de las simples asociaciones de derecho privado; y cuya validez está siendo cuestionada por expertos en Derecho Constitucional y Administrativo<sup>44</sup>.

No hay una titulación académica específica para formar al periodista, ni tan siquiera se da el necesario consenso acerca de cuál ha de ser la titulación requerida<sup>45</sup>. Si la Licenciatura en Periodismo fue diseñada para proporcionar

---

<sup>42</sup> Ley 22/1985, de 8 de noviembre, BOE de 3 de diciembre, de creación del Colegio Profesional de Periodistas de Cataluña; modificada por la Ley 1/1988, de 26 de febrero, BOE de 16 de marzo. Ley 2/1999, de 24 de febrero, BOE de 17 de abril, de creación del Colegio Profesional de Periodistas de Galicia. Ley 5/2007, de 16 de marzo, BORM del 12 de abril, de Creación del Colegio Oficial de Periodistas de la Región de Murcia. En diciembre de 2004, los Colegios de Cataluña y Galicia acordaron poner en marcha los mecanismos legales y organizativos necesarios para la creación del Consejo General de Colegios de Periodistas de España. El Gobierno central anunció que en breve se aprobaría su constitución, pero de momento no se ha producido. Esta iniciativa ha promovido que otras Comunidades Autónomas, a través de las Asociaciones de la Prensa, se hayan pronunciado a favor de la creación de un Colegio de similares características. Este es el caso, por ejemplo, de Andalucía, Aragón y Madrid.

<sup>43</sup> En Italia para ser y ejercer como periodista profesional es necesario cumplir los requisitos que la ley establece, entre ellos la inscripción obligatoria en el Colegio de Periodistas (*Ordine dei Giornalisti*).

<sup>44</sup> Profesores como Germán Fernández Farreres, Celeste Gay Fuentes, Enrique Gómez-Reino y Carnota y Guillermo Escobar Roca, han incidido públicamente en el falseamiento que supone para la figura del Colegio Profesional los existentes con dicha denominación en el ámbito periodístico.

<sup>45</sup> La licenciatura en Periodismo es para el Colegio catalán una de las muchas posibles, pues todo aquel licenciado en lo que sea que ejerza como periodista es considerado como tal. Mientras que para el Colegio Gallego además del Periodismo también es aceptada la licenciatura en Comunicación Audiovisual, siempre y cuando se desempeñen labores informativas. En cambio, para el Colegio murciano únicamente el título en Periodismo permite acceder como colegiado. A pesar de la iniciativa de impulsar una agrupación de Colegios de Periodistas, no se han molestado lo más mínimo en aunar criterios, y así se puede dar la ocurrente circunstancia de que una persona pueda ser investida como periodista «colegiado» en una Comunidad Autónoma pero no en las otras.

los oportunos y precisos conocimientos en este campo profesional, la labor del Colegio es, pues, la de asegurar en aras de la eficacia y la responsabilidad social que únicamente los que han superado dichos estudios ejerzan como tales periodistas. Velando así por el adecuado nivel de calidad de los servicios que prestan los profesionales. Sin la titulación no se concibe el Colegio profesional. Si aún existiendo dicha titulación, ésta no se exige para el fin profesional, el Colegio puede resultar una entelequia. La titulación académica, aderezada o no con un previo ejercicio profesional, ha quedado relegada a ser mera fórmula cuya posesión determina la pertenencia o no a la entidad colegial. Los Colegios de periodistas no son competentes para certificar la correcta formación académica y profesional de nuestros periodistas. Y como consecuencia de ello, han perdido la oportunidad de aclarar qué es el Periodismo, cuál es el sentido y finalidad de la pretendida profesión periodística, quién es periodista y en qué consiste su ejercicio profesional, y, por lo tanto, qué tareas le son exclusivas y deben ser ejecutadas solamente por él<sup>46</sup>. No pueden, por ende, ocuparse de las funciones relacionadas con el ordenamiento y la regulación del ejercicio.

Nos encontramos además, a diferencia de los colegios profesionales de larga tradición (médico, abogado, farmacéutico, arquitecto,...), con que no es requisito indispensable para los periodistas de Cataluña, Galicia y Murcia estar inscritos en estos Colegios de nuevo cuño para ejercer el Periodismo. De su carácter voluntario<sup>47</sup> se desprende tanto su dudosa legitimidad para ostentar la representación del parecer y sentir mayoritario del colectivo profesio-

---

<sup>46</sup> Véase una propuesta para las mismas en E. REAL RODRÍGUEZ, «Un intento por clarificar los actos propios del ejercicio periodístico», en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 11, 2005, pp. 129-151. El último capítulo en esta clara dejadez de funciones ha sido el intento en la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares de constituir, en 2006, un Colegio Profesional conjunto de Periodistas y Publicitarios. Finalmente, y ante las críticas recibidas, se conformaron con sacar adelante un Colegio sólo para Publicitarios y Relaciones Públicas, eso sí obligatorio.

<sup>47</sup> Lo contrario es visto como una limitación inconstitucional a las libertades de expresión y de información. Curiosamente, la Asociación de la Prensa de Murcia, precursora del Colegio de Periodistas de esta Comunidad Autónoma, quiso inicialmente instaurar la colegiación obligatoria y establecer la titulación académica específica en Periodismo como única forma de acceso posible al Colegio y al ejercicio de la profesión, tras superarse un periodo transitorio en el que se aceptarían además dobles y triples vías. Sin embargo, esto hubiera dado lugar a la existencia de dos clases de colegios profesionales en el campo periodístico: los propiamente dichos y los que amparados bajo una legalidad que vulneran (¿se puede encontrar mayor incongruencia?) se denominan y operan como tales. Esto hubiera desencadenado discriminaciones que no convenía infravalorar, amén de haber creado una seria dificultad en relación con la libre circulación de profesionales en territorio nacional. ¿Cómo se las hubiese ingeniado el futuro Consejo General de Colegios de Periodistas de España para actuar y hablar con una sola voz? La polémica estaba servida. Finalmente, la presión política surtió los efectos deseados y el anteproyecto de ley fue modificado para crear otro nuevo «Colegio» voluntario.

nal, como su ineficacia para ser garante válido de las restantes atribuciones que la ley le ha conferido. Tal ocurre con la vertebración y vigilancia de la Ética y la Deontología. Si el Colegio no actúa sobre todos aquellos que trabajan como periodistas para cerciorarse de que disponen de la habilitación necesaria, difícilmente puede erigirse en la organización encargada del desarrollo y supervisión de las normas ético-deontológicas en el seno de la profesión. La disciplina del Colegio —que ejerce dicho cometido aplicando las sanciones oportunas— sólo alcanza a los que están colegiados, y si los profesionales no tienen obligación de colegiarse,... ¿cómo se puede demandar la observancia de los principios deontológicos a todo el colectivo profesional? ¿De qué sirve reprochar el comportamiento indecoroso de un periodista si éste no pertenece al Colegio? Si la Deontología son aquellas normas que han de elaborar y asumir con firme voluntad y convicción todos los que ejerzan el Periodismo para garantizar una actuación honesta en interés de la sociedad, ¿cómo se articula si el Colegio sólo existe para unos pocos? Y ante las presiones y condicionamientos externos (poderes políticos, ideológicos y financieros) o internos (empresa y compañeros) que invitan al periodista a traicionar su conciencia profesional y obviar su criterio de experto en la labor informativa, favoreciendo una detestable actitud manipuladora, ¿cómo es posible protegerse y defenderse? El trabajo de las asociaciones y sindicatos en este sentido es insuficiente, ya que no son las instituciones corporativas indicadas para ello. La Ética profesional no puede quedar reducida a lo que buenamente cada periodista por sí mismo pueda y quiera hacer con permiso de su empresa. La autorregulación profesional, la libertad responsable de los periodistas, sólo puede articularse con verdadero éxito en torno a la figura del Colegio, el garante público de su quehacer profesional<sup>48</sup>.

Y si además los Colegios existentes se empecinan en ceder amigablemente a una entidad privada o pública diferente al colectivo profesional (ya que se alega que éstos no pueden ser competentes por cuanto propician un corporativismo deleznable ausente de la debida transparencia) la realización y vigilancia de las cuestiones éticas y deontológicas, ¿qué más se pue-

---

<sup>48</sup> El *ethos* profesional no es una mera cuestión de conciencia individual que cada uno buenamente decide y establece. Su dimensión social hace necesario arbitrar mecanismos de representación colectiva que le ayuden a perfilarse mediante un diálogo consensuado y una labor comprometida con los fines comunitarios que caracterizan a los quehaceres profesionales. Y esto debe hacerse a través de la institución del Colegio profesional. Cierto es que el Colegio no se erige en un organismo exclusivo para la autorregulación (pues, como estamos viendo, tiene entre sus cometidos otros menesteres), pero, qué duda cabe, es una de sus funciones prioritarias.

de pedir?<sup>49</sup> Este es el caso del Consejo de la Información de Cataluña (CIC), de la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE y del proyecto de Consejo Estatal de la Información. Esta situación es un claro ejemplo de cómo se confunden interesada o equivocadamente los conceptos de autorregulación comunicativa con otra estrictamente profesional, sin dejar espacio para cada una de ellas. Con ello quiero decir que la existencia de un Consejo de prensa cuya capacidad de correctivo no va más allá de la mera advertencia, es una opción deseada, respetable y beneficiosa, especialmente con el fin de involucrar también a la empresa y al público en el comportamiento y uso responsable de los contenidos informativos que se vierten en los distintos medios de comunicación. Pero, al mismo tiempo, es necesario que los profesionales tengan su propio organismo deontológico (la deontología no puede ser administrada por alguien ajeno a la profesión), que aplique las sanciones pertinentes (llamada de atención, multa económica, inhabilitación, etc.) sobre aquellos profesionales que falten a los principios y normas contempladas en el código ético.

Un Colegio Profesional no puede ceder sus funciones éticas y deontológicas a un Consejo ajeno a él con presencia de miembros que no son profesionales. No es factible la cohabitación de ambos organismos, al menos en los términos en que está planteado hoy en día el Consejo de prensa. Pues si el Colegio fuera realmente operativo en sus funciones y fines, el Consejo se quedaría sin atribuciones de «renombre» (ya que éstas pertenecen al Colegio). La solución pasaría porque el Consejo de prensa sea un órgano para el diálogo y la colaboración entre empresarios, profesionales (a través del Colegio) y usuarios de la comunicación. Por lo que más que Consejo (que no puede ocupar el lugar que al Colegio corresponde ni colocarse institucionalmente por encima de él) se podría crear una Plataforma para la Autorregulación Comunicativa (en la información periodística), un Foro, donde todos los implicados estuvieran representados. De esta manera, evitamos tener Colegios inoperantes en sus competencias éticas y deontológicas, y Consejos huecos sin carácter ejecutivo (ya que lo contrario es usur-

---

<sup>49</sup> ¿Por qué la mera constitución de una corporación profesional levanta todo tipo de suspicacias al respecto, e invalida a sus integrantes para un ejercicio libre y responsable de sus tareas? La presunción de independencia, así como el buen juicio y quehacer profesional, parecen ser que sólo sirven en el seno de la empresa informativa. ¿Acaso no son igualmente corruptibles los empresarios, públicos y demás colectivos a los que se implica en la ardua labor del desempeño ético y deontológico de la actividad periodística? La Deontología se desnaturaliza cuando se introduce como juez y parte a elementos extraños a la profesión, pudiendo en cambio actuar como meros observadores para evitar de este modo el temido corporativismo.

pación de funciones colegiales)<sup>50</sup>. Es preciso que todos entendamos (periodistas, empresarios, audiencia, políticos,...), que la Ética y la Deontología son competencia del Colegio profesional. Y el Colegio ha de comprender a su vez que no puede cederlas aunque sea amistosamente, en aras de una interpretación siempre envilecida del concepto corporativo. Dejando coja la articulación de las iniciativas que corresponden a la noción de la autorregulación profesional<sup>51</sup>.

Los Colegios de periodistas se muestran igualmente inoperantes para cumplir con el resto de sus funciones: no pueden representar en exclusiva a la profesión, ni defender —dada su gran debilidad— los intereses materiales y profesionales de los colegiados, así como la independencia y la dignidad profesional. Si esta clase de Colegios no están capacitados para asumir las competencias más elementales que la Ley les atribuye y el Estado les confía (en nombre de la sociedad), ¿para qué los queremos? Es obvio que para muy poco. Externamente tienen la forma de Colegios profesionales pero internamente, no nos engañemos, funcionan como asociaciones privadas. Las Leyes autonómicas que crean los tres Colegios profesionales de periodistas existentes, se acogen a una normativa general estatal y autonómica que no sólo prescribe la colegiación obligatoria para las profesiones tituladas, sino que además señala a este tipo de profesiones como las únicas autorizadas para tener un Colegio profesional. Por lo que al vulnerar ambos condicionantes cabría pensar en su invalidez jurídica. Sin embargo, la ambigua actitud del TC, que sin establecer las distinciones oportunas posibilita la coexistencia de colegios profesionales —ya estatales ya autonómicos— de adscripción voluntaria<sup>52</sup>, permite que no sean declaradas inconstitucionales. ¿Para qué entonces el legislador, en un momento dado, establece una cosa y luego, sin declarar la invalidez de la primera norma, autoriza otra totalmente contraria? Misterios del Derecho.

---

<sup>50</sup> El hecho de que los Colegios sean creados mediante una Ley no debe depositar sobre ellos la sospecha de servir de instrumento de control político. Nada más alejado de la realidad. Sin Colegios profesionales ese control político crece peligrosamente sin el contrapeso de la ardua y siempre deseable labor de supervisión profesional con las garantías sociales y jurídicas oportunas. No debemos caer en el error de confundir Estado con poder ejecutivo, ni asimilar a éste las labores legislativas y judiciales, al menos en las sociedades democráticas que se precien de serlo.

<sup>51</sup> Lamentablemente, estamos asistiendo a una descarada suplantación de la colegiación con la aparente complicidad de los mismos Colegios. Para un análisis más detallado de la cuestión véase E. REAL RODRÍGUEZ, «Periodistas sin identidad profesional...», o. c., pp. 353-357.

<sup>52</sup> Lo que vacía de contenido las características definitorias específicas que las Leyes estatal y autonómicas señalan para los Colegios profesionales.

### 5.3. Otra colegiación es posible

Conviene cuanto antes rectificar este cúmulo de despropósitos jurídicos y devolver a los Colegios profesionales sus características diferenciadoras, tal y como está indicado por la Ley específica que lo desarrolla. El TC debería revisar su propia doctrina y no permitir la existencia de falsos Colegios, que sólo se asemejan a éstos por el nombre. El hecho de prolongar esta situación perjudica seriamente la finalidad profesional y social que prestan. De igual modo hay que evitar que salgan adelante en un futuro proyectos de Estatutos profesionales tal y como estos han llegado a redactarse<sup>53</sup>. A este respecto, un informe del servicio jurídico de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), elaborado en octubre de 2004, en relación con la Proposición de Ley Orgánica presentada por Izquierda Unida en el Congreso de los Diputados durante la legislatura pasada, señala que

«la obtención, elaboración, tratamiento y difusión de información de actualidad debe ser realizada por profesionales con una preparación académica previa e integrados en una organización profesional que garantice tanto a los poderes públicos como a la propia sociedad el cumplimiento de los requisitos para el ejercicio de algo tan importante como el tratamiento de la información (...); que el ejercicio profesional se realice conforme a unos principios éticos perfectamente definidos; y por último que pueda ejercitar en nombre de los profesionales de la información cuantas acciones sean oportunas para garantizar el cumplimiento de los derechos de libertad e independencia de dichos profesionales. (...) Creemos que si lo que se quiere es dignificar la profesión, darle un contenido auténticamente profesional, es necesario que en el futuro se exija tanto la titulación como la pertenencia a una Organización profesional, que en nuestra opinión debe revestir la forma de Colegio Profesional, por ser este tipo de organización la que de acuerdo con la Ley, es la única que, cuando está constituida, representa a una profesión ante la Administración, Instituciones, Tribunales, etcétera, evitándose de este modo la posibilidad de que existan diferentes organizaciones profesiona-

---

<sup>53</sup> Tanto el proyecto elaborado por el FOP como las dos alternativas barajadas por la FAPE (disponibles en las direcciones web [www.prensaen.com/doc/acta\\_estatuto\\_210505.pdf](http://www.prensaen.com/doc/acta_estatuto_210505.pdf) y [www.unioperiodistes.org/web/Estatuto/Estatutoalternativo.pdf](http://www.unioperiodistes.org/web/Estatuto/Estatutoalternativo.pdf)). Las grandes diferencias que se aprecian en las dos propuestas realizadas por la FAPE son esclarecedoras de la enorme confusión que gira en torno a la figura del Colegio Profesional por parte de aquellos que están en los puestos de responsabilidad de las agrupaciones de periodistas.

les con otra forma asociativa que pretendan reclamar para sí la representación de la profesión periodística»<sup>54</sup>.

Los Colegios profesionales no son, pues, como afirman sus detractores, caducos residuos del pasado, símbolos de los intentos del Gobierno de controlar la sociedad civil, sino todo lo contrario: el instrumento jurídico adecuado para proteger la indispensable autonomía de los profesionales frente al poder, los partidos políticos y los grupos económicos y empresariales. El Periodismo no se puede quedar atrás, precisa de un verdadero Colegio profesional. Su aspiración por alcanzar la plena profesionalidad depende de ello. Así lo entiende Enrique de Aguinaga, cuando afirma que «no se puede renunciar de ningún modo a la verdadera colegiación, a la colegiación de adscripción necesaria. Y no caer en esta otra trampa. La batalla no es por la voluntariedad o la obligatoriedad de la colegiación. La batalla es pura y simplemente por la colegiación, por la colegiación íntegra, que de otra forma no lo sería. La batalla, en definitiva, es por la profesionalización. Los que se oponen a la colegiación y a la colegiación obligatoria, no quieren, no les conviene, que el Periodismo sea plenamente una profesión, con todas sus consecuencias, y no quieren que el periodista deje de ser un mero empleado. Lo demás es literatura»<sup>55</sup>.

## BIBLIOGRAFÍA

S. ALSIUS, *Ètica i Periodisme*, Pòrtic, Barcelona 1998.

H. AZNAR, *Ètica de la comunicació i nous reptes socials*, Paidós, Barcelona 2005.

—, *Comunicació responsable*, Ariel, Barcelona 2005 (2ª edición actualizada).

—, *Ètica y periodismo*, Paidós, Barcelona 1999.

---

<sup>54</sup> SERVICIO JURÍDICO DE LA ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID, «Informe que presenta el letrado que suscribe en relación con el proyecto de Estatuto del Periodista Profesional elaborado por el Foro de los Periodistas», 2004, pp. 4-5, en la dirección electrónica [www.aprensamalaga.com/index2.php?option=com\\_content&task=view&id=125&Itemid=81](http://www.aprensamalaga.com/index2.php?option=com_content&task=view&id=125&Itemid=81). Resulta tan siquiera extraño que este informe no esté disponible en la página web de la propia APM, y lo encontremos, en cambio, en la de la Asociación de la Prensa de Málaga. Este planteamiento está «desaparecido» en las propuestas de Estatuto profesional que, como complemento a dicho informe, elaboró el Servicio Jurídico a modo de alternativa al presentado en el Congreso. Y en el que se recoge el reconocimiento de los Colegios Profesionales, la necesidad de pertenencia a dichos Colegios y la participación preponderante de los mismos tanto en lo que se refiere a la acreditación del periodista como en lo que atañe a la materia disciplinaria.

<sup>55</sup> E. DE AGUINAGA, *Periodismo Colegiado*, Conferencia pronunciada en el Club Internacional de Prensa de Santiago de Compostela, 6 de febrero de 1996.

## El derecho a la información judicial

- J.M. DESANTES GUANTER, *La información como deber*, Editorial Ábaco de Rodolfo Depalma, Buenos Aires 1994.
- , *El autocontrol de la actividad informativa*, Edicusa, Madrid 1973.
- A. HORTAL ALONSO, *Ética general de las profesiones*, Desclee De Brouwer, Bilbao 2002.
- C. MACIÁ BARBER, *La figura del defensor del lector, del oyente y del telespectador*, Universitas, Madrid 2006.
- J.C. PÉREZ FUENTES (comp. y ed.), *Ética periodística. Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*, Universidad del País Vasco, Bilbao 2004.
- E. REAL RODRÍGUEZ, «Periodistas sin identidad profesional: puntualizaciones al proyecto para un futuro Estatuto», en *Ámbitos*, 15, 2006, pp. 333-361.
- , «Un intento por clarificar los actos propios del ejercicio periodístico», en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 11, 2005, pp. 129-151.
- , «Periodismo: ¿oficio o profesión?», en *Reflexiones en torno a la Libertad de Empresa Informativa* (Libro homenaje al profesor Pedro Farias García), Universidad Complutense de Madrid, Madrid 2005, pp. 541-564.
- E. REAL RODRÍGUEZ-P. AGUDIEZ CALVO-S. PRÍNCIPE HERMOSO, «Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional: ¿somos todos periodistas?», en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 2007, pp. 189-212.
- C. SORIA, *El laberinto informativo: una salida ética*, EUNSA, Pamplona 1997.
- , *La hora de la ética informativa*, Mitre, Barcelona 1991.
- , *La crisis de identidad del periodista*, Mitre, Barcelona 1989.
- J.C. SUÁREZ VILLEGAS, *Principios de ética profesional*, Tecnos, Madrid 2001.
- J.C. SUÁREZ VILLEGAS (ed.), *Medios de comunicación y autocontrol. Entre la ética y el derecho*, MAD, Sevilla 1999.
- F. VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, *Ética y deontología de la información*, Paraninfo, Madrid 1991.