



La profesión periodística ante sus retos éticos: autorregulación profesional y comunicativa frente a regulación. La situación en España

Elena Real Rodríguez¹

Recibido: 8 de enero de 2017 / Aceptado: 3 de julio de 2017

Resumen. El sentido del deber de la profesión periodística, ¿cómo debe articularse? ¿Es preferible potenciar la autorregulación o dejarlo a la regulación del poder legislativo y judicial? Si potenciamos la autorregulación, ¿con qué mecanismos e instrumentos contamos? ¿Es suficiente la autorregulación con las entidades de índole privado de las que ya disponemos? ¿Qué papel han de jugar los Colegios profesionales? ¿Cómo hacer viable la Deontología que corresponde al Colegio profesional con la Ética aplicada que pueden observar los mecanismos privados para articular la autorregulación? Estas son las principales interrogantes que trata de plantear este artículo ciñéndonos al caso español. Para ello se ha procedido a analizar, mediante la oportuna reflexión, la situación actual utilizando al tiempo las impresiones de docentes de la asignatura de Ética y Deontología Profesional del Periodismo, y otras de periodistas Graduados o Licenciados en Periodismo con la necesaria experiencia en su ejercicio.

Palabras clave: Profesión periodística; autorregulación; regulación informativa; ética y deontología periodística; colegio profesional.

[en] The journalistic profession to its ethical challenges: Professional and communicative self-regulation against regulation. The situation in Spain

Abstract. The sense of duty of the journalistic profession, how do should articulate it? Is it preferable the self-regulation or legislative and judicial power? If we promote self-regulation, with which mechanisms and instruments are counted? It is enough with this private self-regulation? What role should play the Professional College? How to make viable the Deontology that corresponds to the professional College with the applied ethics that can observe private mechanisms for develop self-regulation? These are the main questions that come to consider this article focusing to the Spanish case. For this purpose it has been analyzed, through the timely reflection, the current situation with the impressions of teachers of Ethics and Deontology of Journalism and journalists graduates in Journalism with the necessary experience in its practice.

Keywords: Journalistic profession; self-regulation; information regulation; ethics and journalistic deontology; professional college.

¹ Universidad Complutense de Madrid
E-mail: ereal@ucm.es

Sumario. 1. Introducción. 2. Objetivo, hipótesis y metodología. 3. Principales resultados; 3.1. Una precisión terminológica; 3.2. Autorregulación frente a regulación; 3.3. La autorregulación posible; 3.4. Los mecanismos e instrumentos de autorregulación existentes; 3.5. El Colegio Profesional como vertebrador de la autorregulación. El caso peculiar de los Colegios Profesionales de Periodistas; 3.6. La autorregulación compartida. 4. Conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Real Rodríguez, Elena (2018): "La profesión periodística ante sus retos éticos: autorregulación profesional y comunicativa frente a regulación. La situación en España", en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 24 (1), 341-360.

1. Introducción

El Periodismo ha sido, es y será, básico y determinante para el buen funcionamiento de un Estado democrático. "Pueden cambiar los instrumentos, el modelo de empresa, los hábitos profesionales, las herramientas. Pero la función seguirá siendo la misma: informar con los criterios clásicos de veracidad, selección, jerarquización, interpretación y contextualización" (Diezhandino, 2012: IX). 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. La información se manifiesta como una clara exigencia social, como un bien comunitario, que sólo cobra sentido cuando está al servicio del hombre. Es ese derecho que toda persona tiene a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión, la base y sustento que alimenta, justifica y legitima la función informativa que llevan a cabo empresas y periodistas.

Los públicos–audiencias de los medios de comunicación desempeñan así el papel principal del proceso informativo–comunicativo. Los profesionales de la información actúan, pues, en virtud de un mandato del público. Hay una delegación tácita por parte del público en el periodista, y eso no ha cambiado con el mal llamado "periodismo" ciudadano. Dicha delegación pone a los periodistas ante el compromiso profesional y social de cumplir adecuadamente con los requerimientos de la información, porque si no lo hacen así están dejando a los ciudadanos desamparados en el disfrute o ejercicio del derecho a la información que les corresponde. Ser periodista implica orientar su actividad a la consecución de ese claro interés general.

Se puede decir, por tanto, que cualquier actuación de la empresa que impida el ejercicio de la responsabilidad profesional del periodista, bien tratando de ocultar información, bien seleccionando la información al servicio de intereses particulares, bien acentuando caprichosamente la información de acontecimientos que le interesen, cualquier intervención en ese sentido –en cuanto modifiquen sensiblemente la percepción de la realidad por el público–, es ilegítima².

² Porque si la empresa condiciona el trabajo de los profesionales hasta el punto de no permitirles un ámbito profesional de libertad, al margen de deseos ideológicos o de otro tipo que pudieran afectar a la veracidad de la información, está afectando negativamente al derecho a la información del público. Del derecho a la información no es propietario ni el periodista ni la empresa, sino cada uno de los ciudadanos. La empresa periodística no puede arrogarse la titularidad del derecho de todos los demás, sino que debe servirlo, para lo

Por eso podemos afirmar que la empresa periodística no es una empresa como las demás. Es una empresa singular de cuya actuación depende nada menos que el disfrute de un derecho humano, lo que lleva a afirmar que todo aquello que afecte negativamente a ese derecho del individuo es algo que le está vetado a la empresa informativa. Aquí es donde radica la necesidad de una libertad interna para el desempeño de la responsabilidad profesional que compete al periodista³. Tratar de obtener un beneficio económico de la actividad de informar y comunicar, al igual que ocurre en otras profesiones o actividades sociales, no tiene por qué resultar deontológicamente inaceptable⁴.

La UNESCO (1983) nos ha recordado que: “La tarea primordial del periodista es la de servir el derecho a una información verídica y auténtica por la adhesión honesta a la realidad objetiva, situando conscientemente los hechos en su contexto adecuado, manifestando sus relaciones esenciales, sin que ello entrañe distorsiones, empleando toda la capacidad creativa del profesional, a fin de que el público reciba un material apropiado que le permita formarse una imagen precisa y coherente del mundo, donde el origen, naturaleza y esencia de los acontecimientos, procesos y situaciones sean comprendidos de la manera más objetiva posible”⁵. En esto consiste la esencia de la específica tarea del informador.

Para lograr que este fin social se desarrolle con la mayor eficacia posible, los medios de comunicación y los periodistas deben asegurar su independencia y autonomía frente a todo tipo de presiones⁶. Sólo unos medios libres son capaces de responder a estas exigencias. Por otra parte, no podemos obviar que la libertad informativa y opinativa 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 mutuamente⁷.

2. Objetivo, hipótesis y metodología

La Ética y la Deontología profesional son irrenunciables en toda actividad que se precie de ser considerada profesión. Hay que desarrollarlas y cultivarlas, buscando

cual en su seno debe disponer de un ámbito de independencia y libertad profesional que, por supuesto, debe ser aprovechado por los periodistas correctamente para servir al público.

³ Una empresa, cualquier empresa, es soberana en la determinación de su producto, pero la empresa periodística es una organización condicionada por el derecho a la información de los ciudadanos y eso le impone unos límites estrictos a la hora de elaborarlo. En consecuencia, la empresa periodística no puede difundir las noticias que quiere, sino que debe producir las noticias que deben ser, las noticias –o sea los relatos verídicos– sobre la realidad del momento. Y quienes elaboran esos productos útiles para el público son los periodistas cuando ejercen adecuadamente su responsabilidad profesional.

⁴ En el medio de comunicación confluyen pues tanto las exigencias de obtener el mayor beneficio posible como empresa y las de prestar un servicio a la sociedad como medios de comunicación. El problema surge cuando esas exigencias colisionan entre sí.

⁵ Principio 2º, “La dedicación del periodista a la realidad objetiva”.

⁶ Bien sean internas, que partan de los propios profesionales y empresas del sector, bien externas, provenientes de los poderes fácticos sociales de carácter financiero, político o ideológico.

⁷ El informador 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.

los medios que las hagan factibles. La profesión debe establecer unos principios, valores y criterios éticos sobre los que se sustentarán los deberes, obligaciones y responsabilidades propios de su actividad profesional. Concretar a través de unas normas, sobre las que van a pivotar la toma de decisiones de su conducta, las reglas de la profesión. El sentido del deber de la conciencia de cada profesional hay que canalizarlo a través de unos medios que lo doten de efectividad. Este es el objetivo principal de este artículo: abogar por la autorregulación posible de los periodistas, como garantía de una libertad responsable en el seno de la información periodística, al tiempo que se aprecia su asimilación y desarrollo⁸.

La hipótesis de partida es clara: el Periodismo sin Ética y Deontología es pura entelequia. El desarrollo de ambas en el ámbito profesional debe efectuarse a través de unos mecanismos e instrumentos de autorregulación que, estando ya al alcance del periodista, no ha potenciado adecuadamente por impedimentos laborales y empresariales principalmente. La figura del Colegio profesional, a pesar de la creciente y mal entendida liberalización de las profesiones, es la llave para enderezar la actual situación de estancamiento.

La indagación para la demostración de esta hipótesis, queda formulada a través de diversas interrogantes: ¿Cómo entienden los académicos y los periodistas españoles que debe ser articulada esa autorregulación? ¿Son conscientes de las obligaciones que tiene encomendadas la profesión? ¿Tienen los periodistas, hoy por hoy, la independencia suficiente para actuar de acuerdo al fin social del Periodismo? ¿Poseen ya los profesionales de los mecanismos necesarios para que la autorregulación sea exitosa? Si aún la autorregulación estuviera en un estado incipiente, ¿cómo podría mejorarse para lograr un mayor auge? ¿Respaldan, en cambio, que la regulación jurídica y legal adquiera el principal protagonismo tomando incluso el lugar de la autorregulación?

Para lograr respuesta a estas preguntas, además de por la deliberación personal a través de una reflexión razonada de la cuestión, se ha apostado por la elaboración de un cuestionario⁹, con una parte cuantitativa para obtener porcentajes de rechazo o respaldo a las diferentes variables planteadas, pero sin renunciar a otra cualitativa que dejaba opción, en cada pregunta, a añadir la valoración propia de cada encuestado. Para la elección de la muestra se seleccionó a un número determinado de docentes en el ámbito académico de la Ética y la Deontología profesional¹⁰, y a

⁸ Por autorregulación periodística 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. Como pone de relieve su nombre, autorregulación, quiere ser una regulación desde dentro. 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 libre 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.

⁹ Con 15 preguntas en el caso de que sus destinatarios fueran docentes, y 18 si eran profesionales, tres preguntas más para valorar el comportamiento dentro de la empresa en la que llevan a cabo su trabajo periodístico.

¹⁰ Se eligieron a 16 profesores-investigadores que imparten la enseñanza de la asignatura de Ética y la Deontología Profesional en el Grado de Periodismo de varias Universidades españolas (8 públicas y 5 privadas). Concretamente: Autónoma de Barcelona, Complutense de Madrid, La Laguna, Málaga, País Vasco, Pompeu Fabra, Santiago de Compostela y Sevilla, de carácter público, y Abat Oliva-CEU de Barcelona, Cardenal Herrera-CEU de Valencia, CEU San Pablo de Madrid, Navarra y Ramón Llull, de naturaleza privada. El motivo del porqué de estos centros y no otros se debe a que son las Universidades españolas con mayor

unos pocos periodistas para que nos dieran su punto de vista. Se buscaba especialmente un enfoque cualitativo y no tanto cuantitativo, de ahí que se optara por esta fórmula que, en ningún caso, invalida los resultados obtenidos. Por lo que respecta a los profesionales se escogieron a periodistas titulados, a los que se conocía previamente, con más de diez años de experiencia profesional, actualmente en activo en labores periodísticas¹¹, sin que tuvieran que ser la cabeza directiva de sus equipos de redacción¹².

Ficha técnica

- **Técnica aplicada:** Cuestionario enviado por separado a docentes y profesionales, con una parte cuantitativa y otra cualitativa.
- **Medio de realización:** Formulario de Google docs, remitido por correo electrónico a los destinatarios, garantizando el anonimato.
- **Muestra:** Académicos y periodistas previamente seleccionados.
- **Fecha de realización:** 1 de enero-31 de marzo de 2016.

3. Principales resultados

3.1. Una precisión terminológica

La libertad de información ha de estar autorregulada por los propios profesionales. No hay que confundir la autorregulación o el autocontrol con la autocensura. Confusión que a veces lleva a un sector de la profesión a rechazar las normas éticas y deontológicas (Suárez Villegas, 1999). Tanto los académicos como los profesionales consultados, tienen claro que no deben involucrarse ambos conceptos salvo por su contradicción. Las contestaciones optan unánimemente por ello. En el caso de los profesionales, las respuestas se decantan en un 41,7% en responder que están “totalmente en desacuerdo” y un 58,3% “en desacuerdo” con equiparlos. En el sector de los académicos, es aún más abrumador el porcentaje que opta por “totalmente en desacuerdo” (83,3%) frente al que está solo “en desacuerdo” (16,4%) en pretender que ambos términos actúen como sinónimos.

Por autocensura se entiende la “ocultación informativa” debida a la coacción que procede bien de la empresa empleadora (que impone lo que le “conviene” decir u ocultar) bien de grupos de presión que ejercen sobre el profesional el poder de

experiencia en la formación de periodistas, que no han relegado de su plan de estudios los temas éticos y deontológicos. Además, reúnen -en su mayor parte- a los académicos con una trayectoria más dilatada en la enseñanza de dicha materia. Se obtuvieron 12 respuestas válidas.

¹¹ Fueron seleccionados 16 periodistas con estas características. No es lo mismo ser periodista titulado y en ejercicio, que ser periodista por la mera actividad profesional. Para una respuesta con garantías del cuestionario, la formación específica previa es indispensable, y se requiere que en la misma figure una preparación en cuestiones éticas y deontológicas del Periodismo. No se trata de condicionar la muestra, sino de asegurar el conocimiento debido a las preguntas planteadas. Se consiguieron igualmente 12 respuestas válidas.

¹² Los medios y Gabinetes de comunicación en los que en aquel momento trabajaban los periodistas a los que se envió la encuesta, eran diversos: Telemadrid, Radio Nacional de España, VAV Compañía de Producciones, BCN Content Factory, Tinta Libre-Infolibre, Social Noise, Emergencias 112 CAM, Telefónica España, Enaire, Ayuntamiento de Madrid, Catalunya Radio, Invertia, Parlamento Europeo, Social Media Food...

intereses bastardos. La autocensura, que constituye uno de los peores males de la comunicación social, atenta directamente contra la más relevante virtud informativa: la veracidad (Vázquez Fernández, 1995). La autorregulación, en cambio, nace y vive de la libertad. Y de la audacia y el coraje. La autorregulación es un valiente ejercicio de independencia y autonomía. En este sentido, es obvio que para que pueda existir la autorregulación se requiere una sociedad democrática. Pero la libertad no es condición suficiente para que se dé la autorregulación. También se requiere del compromiso y la voluntad de quienes llevan a cabo una actividad para guiarse por los valores y bienes internos de ésta.

La primera función de la autorregulación es dar a conocer públicamente las normas éticas y deontológicas que deben guiar la actividad de los periodistas y de los medios entendidos como empresas comunicativas. La segunda es la de facilitar que las condiciones laborales, profesionales y sociales de los que deben llevar a cabo la tarea periodística, hagan posible que se apliquen dichas normas en su práctica diaria, sin represalias de ningún tipo. Una vez que conocemos las normas y criterios a tener en cuenta, y como deben ser modulados en su exigencia real de cada situación, solo queda reflexionar si se ha actuado de forma adecuada o, en cambio, han existido fallos y donde residen estos, aprendiendo de ellos para que no vuelvan a producirse, con la debida publicidad para conocimiento de la ciudadanía (público–usuario–audiencia) ante quien el profesional y la empresa–medio de comunicación han de rendir cuentas. Esto permite ir aprendiendo de la dimensión ética–deontológica de su quehacer público (Aznar, 1999b).

Tal y como ya avancé en una publicación anterior (Real Rodríguez, 2010: 277-278): “Es preciso diferenciar entre dos tipos de autorregulación: profesional y comunicativa. La primera, la autorregulación profesional, 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 imputada¹³. No se incluye a empresas ni a la audiencia. Por su parte, la segunda, la autorregulación comunicativa, ceñida más al ámbito de la Ética aplicada, reúne a los sujetos integrantes del proceso de comunicación en el ámbito de la información periodística. A saber: empresas comunicativas (sujeto organizador), periodistas (sujeto cualificado) y público (sujeto universal)¹⁴”.

¹³ La Deontología es aquella disciplina que se ocupa de la aplicación de normas y principios, que ha validado previamente la Ética profesional correspondiente, a las diferentes actividades profesionales. La elaboración de dichas pautas de conducta compete a cada grupo profesional, que es también el destinatario de las mismas. Y es asimismo una representación de dicho colectivo (normalmente a través del Colegio profesional) el encargado de su supervisión y aplicación. La Deontología se desnaturaliza cuando se introduce como juez y parte a elementos ajenos a la profesión, pudiendo en cambio actuar como meros observadores para evitar de este modo el temido corporativismo

¹⁴ Erróneamente hay quienes 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–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.

3.2. Autorregulación frente a regulación

Si la Ética y la Deontología profesional en lo que al Periodismo se refiere son hartamente necesarias, la autorregulación debe contemplarse sin ningún tipo de dudas. Así lo consideran nuestros encuestados que optan de forma mayoritaria por las opciones de respuesta “bastante importante” (33,3% de los profesionales y los académicos) y “muy importante” (58,3% de los periodistas por un 66,7% de los docentes-investigadores). Plantearse si es preferible la autorregulación, en sentido general de la profesión, o si en su lugar debemos optar por la mera regulación jurídica y legal no tiene mucho sentido. Las respuestas se inclinan igualmente por el “totalmente en desacuerdo” (50% de los académicos y 25% de los profesionales) y “en desacuerdo” (41,6% y 50% respectivamente).

Es preferible la autorregulación del Periodismo a su regulación legal. Los actores de la actividad periodística son los que mejor la conocen y están en una situación preferente para reconducir los errores y devolver al Periodismo la confianza de la audiencia, de los ciudadanos. Sin ánimos partidistas ni usos interesados. La autorregulación aumenta el sentido de responsabilidad y de deber hacia el público. El derecho informativo no puede prever todas las situaciones posibles en las que los periodistas pueden llegar a encontrarse en el desarrollo diario de su actividad. Si se intentara, entre otras muchas consecuencias, podría llegar a ahogar la propia información con un cúmulo de normas a buen seguro innecesarias. Hay una franja, amplísima, que tiene que quedar necesariamente reducida a la esfera de la Ética y la Deontología profesionales, en donde la norma jurídica es preferible que permanezca al margen. La autorregulación reduce la intervención del Estado (Bel Mallén, 1991). Este, a través del poder legislativo¹⁵, puede dictar una regulación mínima para que dicha información cumpla unos estándares de calidad ajustados a la función social que se espera de ello. En lo que a contenidos se refiere, hay que optar por un mínimo jurídico y un máximo ético-deontológico (Nuñez Encabo en González Torga, 2011).

En todo caso deben actuar ambas, cada una en su esfera, en su ámbito de actuación. El derecho no puede ocupar el lugar de la Ética y la Deontología, y estas, a través de la autorregulación, pueden hacer que la intervención del Derecho no sea tan necesaria. La Ética y la Deontología no buscan suplir al Derecho. Su papel es otro. Aparte de fomentar un desarrollo de la responsabilidad que queda al margen de lo legal (Suárez Villegas, 2013). El Derecho, por otro lado, cumple su función que nadie niega en un Estado democrático donde la Ley ha de prevalecer, pero en boca de uno de nuestros encuestados académicos “la heterorregulación siempre supone un margen de peligro para la libertad al depender de intereses políticos”. O como señala otro, “la Ley, el Derecho, supone permitir injerencias externas a la profesión, que mecanismos externos y ajenos a la propia índole de la información y de la comunicación, dicten sus normas de conducta y comportamiento profesional al gremio. Nunca la heterorregulación se puede equiparar a la autorregulación propia e interna de los medios. Es permitir que un poder externo a la profesión imponga sus normas legales al Periodismo y a la Comunicación”. O como aboga un tercero, “la autorregulación debe existir, como

¹⁵ Que completa el poder judicial, al hacer valer las leyes e interpretarlas.

mínimo para cubrir espacios nuevos de dilemas éticos sobre los cuales la sociedad y el derecho difícilmente pueden tener suficientes certidumbres”.

No cabe renegar de la autorregulación si esta no es todo lo efectiva que nos gustaría dejando que el derecho cobre protagonismo para reconducir la situación (Ruiz, 2008). Hay que hacer lo posible por potenciarla sin pedirle milagros que solo dependen de la voluntad humana. Del querer y sus facilidades. El querer está muy vinculado al saber, de ahí la inexorable necesidad de formar al periodista en su dimensión ética y deontológica. Pero también al resto de la ciudadanía, para ejercitarse en una activa cultura crítica y democrática (Aznar, 2010; Ruiz, 2008). Como alude uno de nuestros encuestados: “Hay actitudes éticas que se traen de casa, por así decirlo; otras que deben ser aprendidas o exigidas en cualquier caso porque los derechos que se administran a través del periodismo no pueden quedar a expensa de lo que cada uno piense sobre su modo de proceder. En este sentido, los periodistas han de aprender conductas profesionales que son exigidas por la función que desempeñan”.

¿Y cuál debe ser el lugar idóneo para aprender? La Universidad, la titulación de Periodismo, gana la partida para ser el germen inicial que luego el periodista ha de poner en práctica en el ejercicio (91,7% de los docentes y 100% de los profesionales).

3.3. La autorregulación posible

Los informes anuales de la profesión de la Asociación de Periodistas de Madrid (APM), analizados desde 2012 a 2016, arrojan una honda preocupación del periodista por la forma de desempeñar su trabajo. Condicionados de forma clara por la actual crisis (un 89,7% consideraba en 2013 que restringía claramente su labor), con un aumento del paro y la precariedad (51,4% en 2012 y 52,2% en 2016), seguido de la mala retribución (12,3% en 2012 y 16% en 2016), la falta de independencia (11,4% en 2012 y 12% en 2016) y la ausencia de rigor (7,1% en 2012 y 6,7% en 2016), como los problemas más acuciantes, a los que se une una falta de confianza preocupante que no hace más que descender (4,3 en el último barómetro del CIS del mes de noviembre de 2016)¹⁶, la autorregulación a su alcance tiene serias trabas que la dificultan enormemente.

En un estudio comparativo entre las Comunidades autónomas de Madrid, Cataluña, País Vasco y Andalucía llevado a cabo entre 2006 y 2009, en el que participé bajo la dirección de Salvador Alsius¹⁷, se revelaban datos muy parecidos (Real Rodríguez, 2010), que dejaban a la Ética y la Deontología profesional en una posición de clara desventaja ante las dudas de su cumplimiento efectivo. Lucía Mendez (2016:12), periodista del Mundo, apuntaba recientemente que “La crisis económica y la radical reconversión tecnológica de los medios [...] han desembocado en una crisis de ética y de valores. Los periodistas pierden

¹⁶ En 2006 ascendía al 5,57.

¹⁷ La investigación *Ética y excelencia informativa. La Deontología periodística frente a las expectativas de la ciudadanía*, que contó con financiación del Ministerio de Educación y Ciencia (SEJ2006-05631-C05-03/SOCI), buscaba adentrarse en un mejor conocimiento de los estándares y postulados éticos y deontológicos que reconocen y ponen en práctica los periodistas, al tiempo que abordaba el punto de vista de los ciudadanos sobre ellos.

autoestima profesional, al mismo tiempo que los poderes políticos, económicos y financieros ganan terreno, aprovechando la debilidad de las empresas editoras”.

Para nuestros encuestados la autorregulación posible actualmente se sitúa claramente en las variables intermedias “a veces cumplen” y “cumplen moderadamente” (91,7% de los académicos por un 83,3% de los profesionales). En el caso de los periodistas, mucho más críticos y conscientes de su situación, llegan incluso a decantarse en un porcentaje no despreciable por el “no cumplen” (Tabla 1).

Tabla 1. ¿En qué medida cree que los periodistas actualmente cumplen con la autorregulación del Periodismo? Fuente: elaboración propia.

Criterios	Docentes-investigadores	Profesionales
1. No cumplen	---	16,7%
2. A veces cumplen	41,7%	25%
3. Cumplen moderadamente	50%	58,3%
4. Cumplen bastante	8,3%	---
5. Siempre cumplen	---	---

El periodista quiere, pero no siempre puede. El 58,3% de los profesionales de nuestra consulta se decantan por aplicar la autorregulación “con frecuencia, siempre que le sea posible”. Sabe la mayoría de las veces lo que debería hacer, sin embargo, no encuentra de forma invariable el respaldo suficiente en el seno de su empresa y la precariedad no ayuda.

En el informe de la APM del 2016, la imagen negativa de los periodistas en la sociedad viene producida, a juicio de los propios periodistas, principalmente por: el amarillismo, el sensacionalismo, hacer un espectáculo de la profesión (48,3%); la falta de rigor, la falta de calidad de la información, no contrastar la información (40,8%); los intereses económicos o políticos de los grupos editoriales y los empresarios (39,9%); la falta de independencia, por la falta de objetividad de los medios (38,9%). La suma de las dos últimas razones (78,8%), coincide con la opinión de nuestros encuestados, que se decantan en primer lugar por la variable 4 de la Tabla 2.

Tabla 2. Si consideró en la cuestión anterior, que el cumplimiento de la autorregulación por parte de los periodistas en su aplicación práctica es nulo, escaso o moderado, ¿por qué cree que esto es así? (Puede marcar tantas opciones como desee) Fuente: elaboración propia.

Opciones de respuesta	Docentes-investigadores	Profesionales
1. A los periodistas no les interesa la faceta ética y deontológica de su trabajo.	8,3%	---
2. Los periodistas suelen estar más interesados en medrar y ganar dinero.	16,7%	8,3%
3. El periodista sí quiere, pero no siempre puede aplicarla. La precariedad laboral no ayuda al fomento de una conciencia profesional responsable.	75%	83,3%
4. La empresa no lo pone fácil, ya que antepone	83,3%	91,7%

sus intereses particulares (el beneficio por encima de todo, su afinidad a determinado poder económico y político...)		
5. Ausencia de un organismo profesional que sirva como referente ético y deontológico (por ejemplo, la figura de un Colegio que asuma tales competencias)	50%	58,3%
6. Otras (diga cuáles)	---	---

A pesar de que la independencia del periodista en el seno de la empresa no está en los estándares de garantía necesarios, cuando se les pregunta por las presiones estas no parecen ser motivo de gran preocupación. En el Informe de la APM de 2016 un 9,7% de los profesionales se decantaba por “sí, en múltiples ocasiones”¹⁸, un 17,4% por “sí, en varias ocasiones”¹⁹, un 21,7% por “sí, en alguna ocasión”²⁰, un 30,2% por “en pocas ocasiones”²¹, y un 21,1% por “nunca”²². Es decir, un 73% de los periodistas²³ no percibe este asunto como un gran inconveniente. Y en nuestro cuestionario, los profesionales se decantan preferentemente por el “raramente” (50%) o el “nunca” (16,7%).

El periodista a la hora de la verdad se encuentra solo en su afán por seguir las reglas deontológicas y los principios éticos de su profesión. Cuando sufre presiones, el 74,8% de los periodistas, según el informe de la APM de 2016, cede a la presión por miedo a las represalias (52,9%)²⁴, que en su mayoría se manifiestan en ser relegados en la asignación de trabajos (48,6%). Como indica uno de nuestros encuestados: “¿Hay alguna entidad o asociación profesional que la defienda a capa y espada? [...] Al final todo apunta a que la autorregulación cae en el ámbito individual del informador, y de sus propias decisiones. Ese carácter individual del proceso de toma de decisiones debilita la propia fuerza e impacto de la autorregulación”. Por su parte, en el informe de la APM de 2012, un 97,4% de los periodistas estimaban que las organizaciones profesionales deberían asumir un papel mucho más activo en la defensa de sus condiciones laborales y profesionales. Incluso el 85,4% entendía que su presencia era urgente en los comités de empresa y en las negociaciones de los convenios colectivos. Está claro que hay cierto sentido de orfandad en este aspecto, que las asociaciones, sindicatos y colegios profesionales, en la parte que a cada cual le toca, debería mirar. ¿Y en el ámbito deontológico de la autorregulación?

¹⁸ 6,8% si es autónomo. En el Informe de 2016, la AMP por primera vez diferenció en las estadísticas entre el periodista con contrato en la empresa y el que colabora como autónomo, habiéndose dado de alta en esta categoría en el régimen de la Seguridad Social. Una figura contractual que crece exponencialmente, y no es ajena a la deriva que está tomando actualmente el mercado de trabajo.

¹⁹ 13,6% si es autónomo.

²⁰ 22,6% si es autónomo.

²¹ 36,2% en el caso de los autónomos.

²² 20,9% en el caso de los autónomos.

²³ 79,7% de los que ejercen como autónomos.

²⁴ En el caso de los autónomos, dice sufrir presiones el 81,2%, y claudicar por las represalias el 63,3%.

3.4. Los mecanismos e instrumentos de autorregulación existentes

El orden normativo de la deontología profesional se explicita 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, defensores de la audiencia, estatutos de redacción, códigos internos, libros de estilo, principios editoriales y auditorías éticas. Si a esto le añadimos las recomendaciones que han elaborado bien instituciones “correguladoras”²⁵ como los Consejos 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, buscan 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 procuran y elaboran, con el inestimable respaldo de una empresa igualmente implicada en su producción y difusión²⁶.

Los académicos y los profesionales consultados, se decantan por considerar el código deontológico y las recomendaciones y resoluciones de los Consejos de prensa o de la información como los instrumentos más efectivos. Seguidos por el defensor de la audiencia, los estatutos de redacción, libros de estilo... (Tabla 3). Todos los mecanismos suman y son complementarios unos de otros.

Tabla 3. ¿Qué mecanismos de autorregulación cree que pueden ser los más eficaces para el trabajo periodístico? (Puede marcar tantas opciones como desee) Fuente: elaboración propia.

Mecanismos re regulación	Docentes-investigadores	Profesionales
1. Principios editoriales	50%	25%
2. Estatuto de Redacción	66,7%	33,3%
3. Libro de estilo	58,3%	41,7%
4. Defensor de la audiencia	66,7%	41,7%
5. Código deontológico	75%	83,3%
6. Auditoría ética	41,7%	16,7%
7. Recomendaciones y Resoluciones emitidas por un Consejo de Prensa o de la Información en el ámbito periodístico.	75%	83,3%

Cuando se les pregunta a los profesionales con cuántos de estos instrumentos cuenta su empresa, la respuesta es bien diferente. El 33,3% nos dicen que no tiene ninguno. Los principios editoriales es lo más básico (41,7%), seguidos del libro de estilo y el estatuto de redacción con un 33,3%. Le siguen el código deontológico y

²⁵ Que es una forma más sutil de llamar lo que realmente representan: la heteroregulación.

²⁶ Para conocer qué son estos mecanismos, para qué sirven y las diferentes manifestaciones que hay de ellos puede consultarse: Aznar, 1999a y 1999b, Pérez Fuentes, 2004 y Real Rodríguez, 2008.

el defensor de la audiencia con un 25%. El desconocimiento y la indiferencia puede ser lo que subyace en las respuestas, como nos dice uno de nuestros profesionales consultados “he trabajado en varios medios y creo que esos mecanismos en algunos existían, pero nunca se tenían en cuenta en el día a día. [...] son papel mojado que o los periodistas desconocen o no tienen aplicación real”. Aquí parece radicar el problema: el periodista puede conocer sus valores éticos y normas deontológicas, pero en el seno de su empresa no se los exigen ni parece importarles si los aplica o no. Pero cuando se les cuestiona sobre la puesta en práctica de la autorregulación en el desarrollo de su quehacer periodístico, al menos de la que cada cual puede responsabilizarse, responden claramente “sí, siempre” (25%) o “con frecuencia” (58,3). Solo un 16,7% contesta “nunca”. De lo cual se deduce que los periodistas a título individual tiran como pueden de la Ética y la Deontología profesional. No se están dando las condiciones laborales, profesionales y sociales que hagan posible el cumplimiento efectivo de las exigencias éticas y deontológicas. A la hora de la verdad la “cultura” ética, que incluye no solo su conocimiento sino especialmente su aplicación, es precaria. Lo que resulta a todas luces insuficiente. De nada vale formar la conciencia profesional si luego no se lleva a cabo en la práctica real de las redacciones informativas, no solo la de las aulas universitarias. La autorregulación está en entredicho. Otro síntoma sale a la luz: la alarmante desvertebración profesional, parece estar en la raíz del problema.

Para que la autorregulación con la que contamos pueda servir y resultar realmente efectiva, en el estudio anteriormente citado liderado por Salvador Alsius, un 60% de los periodistas pedían sanciones y medidas coercitivas para resolver los incumplimientos de la deontología (Real Rodríguez, 2010). ¿Cómo podemos realizar esto con ciertas garantías sin que ello derive en un abuso y ponga en peligro al mismo Periodismo? El Colegio profesional puede darnos la respuesta.

3.5. El Colegio Profesional como vertebrador de la autorregulación. El caso peculiar de los Colegios Profesionales de Periodistas

A la autorregulación no le es ajeno el estado y desarrollo de la profesión, en este caso del Periodismo. La identidad del periodista no es un tema baladí para saber si la Ética y la Deontología profesional podrán arraigar, y la autorregulación ser lo más efectiva posible. Si no se dan las necesarias condiciones laborales y profesionales dentro de las empresas periodísticas, gran culpa de ello lo tiene la falta de profesionalización que deja a merced de la empresa y del mercado quien puede desempeñar tales tareas. Urge, por tanto, corregir esta situación que no menoscaba la libertad de expresión, sino que la refuerza, poniendo el acento en la cualificación de los periodistas y en sus responsabilidades para con la función pública que desempeñan. Titulación académica específica y Colegiación profesional son los dos pilares fundamentales (Real Rodríguez, 2008 y 2009).

Los Colegios profesionales son mecanismos de gran utilidad para la autorregulación de la actividad respectiva, aunque no constituyen su única finalidad. Como ya he señalado anteriormente (Real Rodríguez, 2009: 113): “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. 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. Sólo la tutela de beneficios públicos relevantes del ejercicio de las actividades profesionales corresponde en exclusiva a los Colegios profesionales. De este modo, las profesiones que cumplen funciones públicas de trascendencia social están capacitadas para pedir la creación de un Colegio profesional²⁷. Constituyen fines esenciales de los colegios, la 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 mismas²⁸, la defensa de los intereses materiales y profesionales de los colegiados, la definición y limitación del 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”.

Preguntados nuestros encuestados sobre si se potenciara la figura del Colegio Profesional la autorregulación saldría reforzada, los académicos se decantan en un 66,7% por las variables “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”. Mientras que los profesionales lo hacen en un 75% por las mismas respuestas. Pero señalan un condicionante que ya quedó apuntado en el apartado anterior: siempre que pudieran imponer sanciones. Y eso es algo que la Ley le da al Colegio profesional, poder aplicar tres tipos de sanciones: de simple llamada de advertencia para los casos más leves; de carácter económico²⁹ para los más graves; y la inhabilitación, ya temporal ya definitiva, para los asuntos sumamente graves. La Deontología es una disciplina así a caballo del Derecho y la Ética. Al ser el Colegio una entidad de derecho público, y poder ser sus decisiones recurridas por la vía del contencioso-administrativo ante los tribunales de Justicia, la seguridad jurídica estaría asegurada para evitar abusos. El 66,7% de nuestros encuestados académicos y la misma proporción en los periodistas respaldan estas sanciones.

En España existen en la actualidad nueve Colegios profesionales de periodistas: el de las Comunidades Autónomas de Andalucía, Asturias, Castilla y León, Cataluña, Galicia, Murcia, Navarra, País Vasco y La Rioja aprobados por los Parlamentos Autonómicos respectivos³⁰. Son Colegios según la Ley, y como tal se

²⁷ 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 normalmente un carácter forzoso, ineludible cuando hay exigencia legal de titulación. Disfruta de exclusividad territorial y su personalidad jurídica pública posibilita la impugnación de sus acuerdos a través de la vía contencioso-administrativa.

²⁸ Cuando estén sujetas a colegiación obligatoria.

²⁹ Debidamente indicadas en el régimen de funcionamiento interno.

³⁰ Ley 22/1985, de 8 de noviembre, modificada por la Ley 1/1988, de 26 de febrero, que dio origen al Colegio Profesional de Periodistas de Cataluña, y por la Ley 14/2014, de 13 de noviembre; Ley 2/1999, de 24 de febrero, de creación del Colegio Profesional de Periodistas de Galicia; Ley 5/2007, de 16 de marzo, de Creación del Colegio Oficial de Periodistas de la Región de Murcia, modificada por Ley 8/2013, de 15 de julio.; Ley 1/2012, de 30 de enero, por la que se crea el Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía; Ley 17/2012, de 28 de junio, de creación del Colegio Vasco de Periodistas; Ley 8/2012, de 8 de noviembre, de creación del Colegio Profesional de Periodistas de Castilla y León; Ley 8/2013, de 27 de septiembre, de creación del Colegio Profesional de Periodistas de La Rioja; Ley 2/2015, de 20 de febrero, de creación del

han constituido, pero sobre el papel poco distan de las simples asociaciones de derecho privado.

A diferencia de los Colegios profesionales de larga tradición correspondientes a las profesiones consolidadas como tales (médico, abogado, farmacéutico, arquitecto...), no es requisito indispensable para los periodistas estar inscritos en estos colegios de nuevo cuño para ejercer el Periodismo. De su carácter voluntario se desprende su impedimento para ostentar la representación del parecer y sentir mayoritario del colectivo profesional, así como su inoperancia para ser garante válido de las cuestiones ético-deontológicas que le afectan. Si el Colegio no actúa sobre todos aquellos que trabajan como periodistas para cerciorarse de que disponen de la preparación 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 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 tanto externos como internos que invitan al periodista a traicionar su conciencia profesional y alejarse de los ideales y obligaciones periodísticas, ¿cómo es posible protegerse y defenderse?

La Ética profesional no puede quedar reducida a lo que buenamente cada periodista por sí mismo pueda y quiera hacer con permiso de su conciencia y 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.

El trabajo de las asociaciones y sindicatos en este sentido es insuficiente. Las asociaciones y sindicatos no tienen la potestad que la Ley da al Colegio, procurando que la autorregulación pueda ser ejercida por los propios profesionales. Pero es obvio que, si respaldan la función del Colegio, este tendrá más fuerza. Todo suma. Pero solo podrá hacerlo un Colegio al uso como tal, es decir aquel que representa a todos los profesionales. Para lo cual es necesaria que la Colegiación se vuelva obligatoria. Cuestionados nuestros encuestados sobre este punto, los académicos se dividen entre el sí y el no, movidos por las dudas de cómo articularla³¹, a diferencia de los profesionales que lo tienen más claro: el 75% aboga por el sí a la obligatoriedad (Tabla 4).

Colegio Profesional de Periodistas de Asturias; Ley Foral 4/2017, de 9 de mayo, de creación del Colegio Navarro de Periodistas.

³¹ Quien podría formar parte de él y en base a cuál sería su exigencia, qué funciones serían exclusivamente para los llamados periodistas. Quién es periodista y qué es Periodismo, dos cuestiones sobre las que ya he profundizado al compás del análisis de los proyectos del Estatuto Profesional (Real Rodríguez, 2009).

Tabla 4. Los Colegios de Periodistas creados hasta ahora son de pertenencia opcional, por lo que si un periodista no colegiado incumple el código ético no tendría consecuencias.

¿Cree que esto debería modificarse y hacer del Colegio algo obligatorio? Fuente: elaboración propia.

Opciones de respuesta	Docentes-investigadores	Profesionales
1. Totalmente en desacuerdo	8,3%	---
2. En desacuerdo	25%	8,3%
3. Neutro (ni de acuerdo, ni en desacuerdo)	25%	16,7%
4. De acuerdo	25%	16,7%
5. Totalmente de acuerdo	16,7%	58,3%

Cuando en 2013 el Gobierno del Partido Popular empezó a trabajar en el anteproyecto de Ley de servicios profesionales y de Colegios profesionales, para liberalizar el sector de las profesiones y reducir la colegiación a unas pocas, y siempre con cariz obligatorio, que realmente encubría un menoscabo serio a la autonomía profesional de aquellas que se quedaban sin Colegio para imponer en su lugar un control político, por lo que enseguida se ganó un rechazo generalizado y en 2015 fue retirado. Los Colegios de periodistas de Andalucía, Castilla y León, Galicia y Murcia, apoyados por la FAPE, pidieron entonces la colegiación obligatoria para los periodistas.

Pero si los Colegios de periodistas se convirtieran en verdaderos Colegios profesionales, no podrían ceder sus prerrogativas éticas y deontológicas a entidades privadas como ocurre en la actualidad. En ninguna profesión como tal ocurre. El Colegio de Periodistas de Cataluña descansa sus funciones éticas en la Fundación Consejo de la Información de Cataluña (CIC)³², mientras que el resto de Colegios, salvo Galicia que se ha quedado en tierra de nadie³³, lo hace en la Fundación Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología, muy ligada a la FAPE³⁴. El 75% de nuestros periodistas encuestados abogan por que los Colegios recuperen su cometido ético y deontológico, mientras que solo el 41,7% de los académicos piensa lo mismo. Ya que se alega que los Colegios no pueden ser competentes por cuanto propician un corporativismo preocupante ausente de la debida transparencia para este cometido. 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.

³² Auspiciada por el Colegio, es cierto, pero no es ni institucional ni legalmente lo mismo.

³³ En 2008, el Colegio gallego aprobó un Código deontológico muy similar al de su homólogo catalán. Quedando en estudio si hacer una Comisión deontológica interna, que velara por su cumplimiento, o un Consejo de la Información al estilo del CIC de Cataluña. Nada se ha hecho al respecto.

³⁴ La misma situación que se vive en Cataluña. En marzo de 2017, fue presentada en el IV Congreso Internacional de Ética de la Comunicación, celebrado en Sevilla, la Comisión de Deontología y Garantías del Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía, que pretende funcionar de forma paralela a la Comisión de la FAPE. Ciertamente es pronto para sacar conclusiones de su reciente existencia. Su reglamento está recogido en la página web del Colegio, pero poco más hay visible sobre el desarrollo y funcionamiento de esta nueva Comisión, cuya llegada no ha sido bien recibida por la FAPE, que se resiste a que los Colegios gestionen con la autonomía que la ley les concede su Deontología.

3.6. La autorregulación compartida

La autorregulación profesional ha de tener su reconocimiento y encontrar el espacio que solo a ella le corresponde. La Deontología ha de poder ser desarrollada por los profesionales, aunque luego sea preciso que la empresa acepte esos principios, para garantizar su aplicación, y que el público–audiencia intervenga vigilante para comprobar su acatamiento real. Como señala uno de nuestros docentes consultados “la implicación del público, de la sociedad y de los propios medios es fundamental si la autorregulación quiere tener éxito, y para ello un órgano interno del Colegio se queda corto. Por otro lado, algunas violaciones de la ética son tan graves que la reconvención del Colegio al periodista implicado sería imprescindible”.

Para lograr este objetivo, los Colegios profesionales han de ser suficientemente representativos. Lo ideal sería que el Periodismo en España hubiese llegado ya a un nivel de profesionalización alto, con una titulación académica específica que fuese imprescindible para acceder a la profesión y ejercer como periodista³⁵. Lo que haría necesaria una Colegiación obligatoria para supervisar ese acceso, asegurar y potenciar la formación previa y continua, garantizar derechos, pero también los deberes que les son propios, vigilando su cumplimiento, defender los intereses profesionales, etc., todas aquellas funciones que la Ley concede a los Colegios. Pero a falta de ese nivel de profesionalización, mientras nos tengamos que conformar con Colegios voluntarios, hay que fomentar el compromiso de los periodistas, presentes y futuros, de la necesidad de pertenencia al Colegio. La falta de vertebración profesional ha de ser corregida si no queremos que la extrema precariedad anule la función social del Periodismo. El Colegio –suficientemente representativo– con su función, articulando la autorregulación profesional, y los sindicatos con la suya para reivindicar, en el campo que les es propio, los aspectos laborales. Complementándose, ayudándose, en beneficio del periodista y del Periodismo.

³⁵ La formación se considera necesaria, pero no hay consenso para imponer una titulación que faculte para el ejercicio periodístico. Las titulaciones que dan acceso a los diferentes Colegios autonómicos son las de Periodismo y Comunicación Audiovisual, en igualdad de condiciones. Como si formaran el mismo perfil de comunicador. Esta asimilación es hoy en día un error, que procede de no haber actualizado una situación procedente de un pasado ya olvidado: creer que el Periodismo era solo para el ámbito escrito, mientras que la Comunicación Audiovisual daba cobijo a la radio y a la televisión. Hoy en día el Periodismo, de carácter escrito, pero al tiempo audiovisual, solo puede ser concebido como algo único e indivisible que se forma en una misma titulación. Lamentablemente, las Universidades no han ayudado a superar esta concepción todavía equivocada. Por su parte, el Colegio Profesional de Periodistas de Cataluña admite además cualquier otra titulación universitaria (siempre que se lleven dos años de ejercicio profesional ininterrumpido como periodista en un medio de comunicación). El hecho de aceptar una formación distinta a la de Periodismo merma a los Colegios para cumplir con otra de las prerrogativas propias de estas instituciones: velar por el adecuado nivel de calidad de las prestaciones profesionales de los colegiados y promover la formación y perfeccionamiento de los mismos. De este modo, la titulación deja de ser un requisito imprescindible para el ejercicio, supervisado por el Colegio que asume dicho control de acceso, para convertirse exclusivamente en una condición que facilita la posibilidad de formar parte de la entidad colegial. Al tiempo, el Colegio ha de fijar cuales son las tareas propiamente periodísticas para establecer donde y en qué se va a exigir a alguien ser periodista (aquel Graduado en Periodismo que es miembro del Colegio Profesional de periodistas). Algo que los actuales Colegios tampoco han hecho.

La autorregulación comunicativa, por su lado, permite que la empresa y el público se sumen a los retos éticos del ejercicio periodístico, pero sin las funciones ejecutivas que ahora tienen los Consejos de prensa o de la Información, que podrían ser sustituidos por otras entidades meramente observadoras del trabajo periodístico en los medios de comunicación, pudiendo emitir pareceres sobre su contenido³⁶. Representantes de la empresa-medio y del público-audiencia, también podrían estar presentes en el funcionamiento de las Comisiones Deontológicas de los Colegios profesionales, con voz pero sin voto. De este modo procuramos la transparencia de este organismo, al tiempo que posibilitamos que puedan tener en cuenta el parecer de los otros protagonistas del proceso informativo de la comunicación periodística. Estos miembros podrían formar parte de esas entidades observadoras a las que he aludido con anterioridad. Los Consejos no desaparecerán, solo adoptarán una forma más adecuada a su cometido. Los académicos encuestados al respecto optan por no mojarse mucho al plantearles esta cuestión, mientras que los periodistas son menos reacios y la respaldan en un 66,7% (Tabla 5).

Tabla 5. De cohabitar Colegios y Consejos, ¿cree que los Colegios deberían ocuparse de la ética y la deontología del Periodismo (al menos en lo que a la conducta de los periodistas se refiere), y los Consejos, sin las funciones ejecutivas de índole deontológico que ahora tienen (pudiendo permanecer con el ideal ético), sirvan solo cómo plataformas para la participación y colaboración de empresas y ciudadanos, junto con los periodistas, en el compromiso de esos principios y valores profesionales? Fuente: elaboración propia.

Opciones de respuesta	Docentes-investigadores	Profesionales
1. Totalmente en desacuerdo	16,7%	---
2. En desacuerdo	8,3%	16,7%
3. Neutro (ni de acuerdo, ni en desacuerdo)	33,3%	16,7%
4. De acuerdo	25%	50%
5. Totalmente de acuerdo	16,7%	16,7%

Lo que no tiene justificación es que se vacíe al Colegio de su cometido deontológico por cuanto se interpreta que ello daría lugar irremediabilmente a una situación de corporativismo del que hay que huir como de la peste³⁷, amén de la falta de transparencia que dicha opción iba a generar por no aceptar como miembros a personas externas al colectivo profesional³⁸. Por lo cual se decide que el órgano ideal encargado de supervisar el cumplimiento de la Ética y la Deontología periodística ha de ser de índole privado y autónomo del “poder”

³⁶ Estos organismos cumplirían una función de diálogo y colaboración entre empresarios, periodistas y usuarios de la comunicación periodística. Podría crearse al modo de una Plataforma para la Autorregulación Comunicativa (en la información periodística), un organismo asociativo donde todos los implicados estuvieran presentes. Quedando ambos organismos bien diferenciados e independientes.

³⁷ La presunción de independencia, así como el buen juicio y quehacer profesional, parece ser que sólo sirven en el seno de la empresa informativa

³⁸ Como si el único remedio a dicho mal fuera la imposición de integrantes ajenos a la profesión. ¿Acaso están ellos libres de sospecha?

profesional, conformado por representantes de cada una de las partes que intervienen en dicho proceso informativo.

Sin embargo, los sindicatos a través del ya venido a menos Foro de Organizaciones de Periodistas (FOP)³⁹ parecen haber dado con una solución mejor: la creación de un Consejo Corregulador del Periodismo, al estilo de los Consejos Audiovisuales (Real Rodríguez, 2009⁴⁰) de cariz heterorregulador. Puede que la profesión esté proscrita para tamaño cometido⁴¹, pero no así el poder legislativo, valedor de los derechos de todos y “siempre incorruptible”. Quien en el aludido borrador será, finalmente (aunque de una forma indirecta), el encargado de enjuiciar la actuación informativa llevada a cabo por empresas y periodistas. Es obvio que con este peculiar modelo se ha sustituido el control profesional (la Deontología) por un peligroso control político. La confusión se ha multiplicado⁴².

4. Conclusiones

La vía legal siendo necesaria no puede sustituir a la Ética y la Deontología periodística. Son cosas diferentes. La Ley es la fuente de todo Estado de Derecho y tiene su lugar. Pero la Ética y la Deontología de una profesión no pueden confundirse con ella. Cada cual, ocupando su espacio, sin mezclas o suplantaciones antinaturales y perniciosas. Dando preferencia al máximo ético-deontológico mientras la ley se queda con el mínimo jurídico.

La autorregulación solo puede funcionar con conciencias profesionales comprometidas e inquebrantables. Que se articulan a través de voluntades firmes y honestas. Por lo que es imprescindible una formación específica previa en las Universidades acerca de los contenidos éticos y deontológicos de su profesión, que tenga su continuidad en las organizaciones profesionales. Crear convicciones a través de una educación en valores. Los periodistas deben conocer sus deberes y experimentar cómo han de aplicarse a las exigencias concretas de las situaciones profesionales. No se trata de sustituir la conciencia profesional de cada periodista, sino de prepararla. Darle el conocimiento necesario, haciéndole partícipe de un sentido del deber irrenunciable, que le mueva a ser consecuente con su compromiso social, y a saber en cada momento cual es la mejor manera de hacer su trabajo de acuerdo con las expectativas de una ciudadanía igualmente consecuente.

³⁹ Salvo la Agrupación de Periodistas de UGT que se ha desmarcado en los últimos años,

⁴⁰ Este artículo no recoge la última modificación de propuesta de Estatuto profesional, último borrador de abril de 2010 (Ley Orgánica de Garantías del Derecho a la Información de la Ciudadanía), que rebautizaba el Consejo Estatal de la Información por la nueva denominación de Consejo Corregulador del Periodismo. Con pocos cambios entre uno y otro como puede comprobarse en:
http://www.amic.media/media/files/file_352_498.pdf.

⁴¹ No conviene que actúe como juez y parte pues esto, independientemente de su mayor conocimiento, le “nubla” su sano juicio.

⁴² Parece mentira que se pongan tantos reparos a la exigencia de la titulación académica específica y la consiguiente colegiación para acceder al ejercicio profesional del Periodismo, en aras de una supuesta incompatibilidad con la libertad de expresión y el derecho a y de la información. Y no se vea ningún tipo de riesgo para ella en el hecho de fomentar un control político del ejercicio y de la Deontología periodística. Lo primero es reeditar la dictadura franquista y lo segundo un acto de coherencia democrática. Sólo el interés más depravado podría incurrir en tamaño despropósito.

Para ello es fundamental que exista dentro de las empresas comunicativas un sentido claro de la corresponsabilidad ética. La autorregulación en el Periodismo precisa de libertad profesional, de independencia responsable. Ya se trabaje como asalariado o autónomo, es un requisito ineludible que solo debe estar limitado por las normas éticas, deontológicas y jurídicas que se justifiquen. Cada cual en su medida. La función social del Periodismo no puede quedar supeditada a la función privada e interesada de la empresa comunicativa. Hay que hacer viable de una vez por todas que las condiciones laborales permitan al periodista ejercer su trabajo con el sentido ético y deontológico debido. Ya que de lo contrario el Periodismo dejaría de ser tal, y la confianza y credibilidad de la profesión se seguirá hundiendo en la estimación de los ciudadanos.

En este sentido, es preciso pasar ya de la utopía a una realidad tangible. Por lo que la profesión ha de dotarse de instrumentos de autorregulación eficaces y que no sean puestos en duda. Crear para la galería no conduce más que al fracaso y a la frustración de los periodistas, que quieren pero no pueden. El modelo existente en la actualidad, liderado por los Consejos de prensa o de la Información, no termina de funcionar. Retoquemos la fórmula, acompasando la autorregulación profesional con la comunicativa. Sin que la primera se vea apartada y vilipendiada. Es preciso rescatar a los Colegios profesionales de la inoperancia en la que se encuentran, permitiéndoles desempeñar los cometidos que la Ley les ha confiado.

Pero todo será inútil sin la voluntad de sus protagonistas. Los órganos directivos de las instituciones necesitan personas y profesionales fieles a sus obligaciones y funciones sociales. Que no sean acomodaticios, y den la batalla donde deban hacerlo. Haciendo de sus organismos las entidades útiles que se espera de ellos. El Colegio solo será la solución, si así lo queremos. Si ambicionamos una independencia responsable tenemos que ganárnosla. Si no hacemos posible una verdadera autorregulación, la heteroregulación, por la vía legal, terminará ganando la batalla.

5. Referencias bibliográficas

- Aznar, Hugo (1999a): 1ª *Comunicación responsable*. [1ª edición; 2ª edición actualizada: 2005]. Barcelona, Ariel.
- Aznar, Hugo (1999b): *Ética y periodismo*. Barcelona, Paidós.
- Aznar, Hugo (2010): “Por una teoría normativa de la comunicación a la altura de los tiempos: ¿más derecho, más política, más ética? (A propósito de la publicación de *La agonía del cuarto poder* de Carlos Ruiz)”. *Dilemata*, 3, 77-94. Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Instituto de Filosofía.
- Bell Mullen, Jose Ignacio (1991): “Autocontrol”, en Benito, Ángel (dir.): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación* (pp. 109-121). Madrid, Ediciones Paulinas.
- Diezhandino, Mª Pilar (dir., 2012): *El periodista en la encrucijada*. Barcelona, Ariel (Colección Fundación Telefónica).
- Garrido, Héctor M. (2016): “Los españoles, en la mayor crisis de desafección con la democracia y las instituciones desde el 15-M”. *20 minutos* [11 de noviembre]. Disponible en <http://www.20minutos.es/noticia/2883027/0/baja-confianza-ciudadanos-instituciones-barometro-poslectoral-cis/#xtor=AD-15&xts=467263> [Consulta: 17 de noviembre de 2016].

- González Torga, José Manuel (2011): “Manuel Núñez Encabo: El Derecho aplicado por los tribunales resulta insuficiente”. *Periodistas FAPE*, 26, 12-14. Madrid, Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE).
- Méndez, Lucía (2016): “Los periodistas ante sí mismos”. *Cuadernos de periodistas*, 32, 11-15. Madrid, Asociación de la Prensa de Madrid (APM).
- Palacio Llanos, Luis (dir., 2012-2016): *Informe anual de la profesión periodística*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid (APM).
- Pérez Fuentes, Juan Carlos (comp. y ed., 2004): *Ética periodística. Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*. Bilbao, Universidad del País Vasco.
- Real Rodríguez, Elena (2008): “Herramientas éticas y deontológicas para la excelencia informativa en el Periodismo. Defensa del Colegio Profesional como base angular”, en Egúzkiza Mutiloa, Ion y Vidal Climent, Vicente (coords.): *El derecho a la información judicial* (págs. 433-456). Valencia, Fundación COSO.
- Real Rodríguez, Elena (2009): “La identidad del periodista en el futuro Estatuto profesional, entre la confusión y la desprofesionalización”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 15, 95-118. Madrid, Ediciones Complutense.
- Real Rodríguez, Elena (2010): “La Autorregulación. Valoración de los códigos. Conocimiento de los mecanismos de autorregulación”, en Alsíus, Salvador y Salgado, Francesc (eds.): *La ética informativa vista por los ciudadanos. Contraste de opiniones entre los periodistas y el público* (pp. 275-291). Barcelona, UOC.
- Ruiz Caballero, Carlos (2008): *La agonía del cuarto poder. Prensa contra democracia*. Barcelona, Trípodos.
- Suárez Villegas, Juan Carlos (coord., 1999): *Medios de comunicación y autocontrol. Entre la ética y el derecho*. Sevilla, MAD.
- Suárez Villegas, Juan Carlos (2013): “La complementariedad entre la deontología y el derecho a propósito de la actividad periodística”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19 (1), 281-293. Madrid, Ediciones Complutense.
http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.n1.42522.
- Suárez Villegas, Juan Carlos (2015): “La Comisión de Deontología como referente de la autorregulación del periodismo: apuntes doctrinales sobre el periodismo digital”. *Comunicación y Sociedad*, 28 (3), 135-150. Pamplona, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra. <http://doi:10.15581/003.28.3.sp.135-150>.
- UNESCO (1983): *Principios internacionales de la ética profesional del Periodismo*, aprobado por su asamblea general el 20 de noviembre. Disponible en http://www.editorialdigitaltecdemonterrey.com/materialadicional/p002/cap1/el_unesco.pdf. [Consulta: 15 de julio de 2016].
- Vázquez Fernández, Francisco (1995): “Casos éticos, deontológicos y jurídicos”, en El-Mir, A.J., Valbuena de La Fuente, F. (comps.): *Manual de Periodismo*, pp. 175-195. Barcelona, Prensa Ibérica/Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Elena Real Rodríguez es Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Profesora Contratado Doctor del Departamento de Periodismo III de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM.