

Idoneidad del periodismo especializado para la elaboración y aplicación de códigos deontológicos

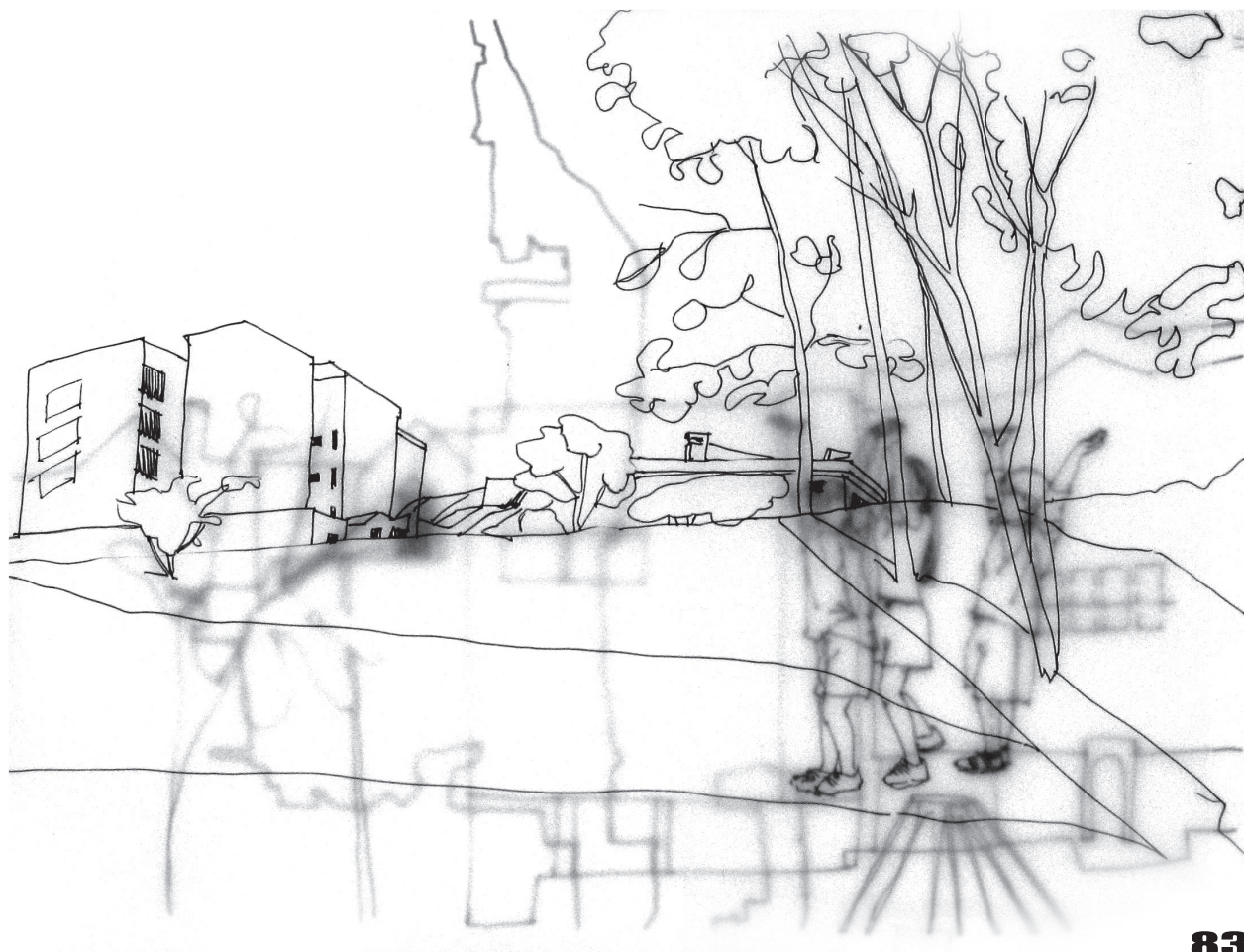
JAIME ALONSO

Resumen

Inmersos en la actualidad en pleno debate acerca de la profesión periodística en España, estas páginas esbozan algunas consideraciones acerca de las ventajas que en la elaboración y aplicación de los códigos deontológicos presenta el periodismo especializado (tanto en su dimensión audiovisual como escrita) en la producción de información y entretenimiento. Son las características intrínsecas del quehacer mediático especializado –tales como un tipo de conocimiento de carácter más concreto fruto de un área de la realidad más restringida– las que propician que la creación y desarrollo de los códigos para la información y el entretenimiento sea una realidad más factible.

Palabras clave:

Periodismo especializado, autorregulación, información y entretenimiento, códigos deontológicos, regulación del trabajo de los periodistas, estatuto profesional, ética audiovisual.



1. La problemática de los códigos deontológicos

La cuestión de los códigos deontológicos como medio para la regulación de los contenidos que desarrollan los medios encuentra como principal escollo el hecho de que se trata de instrumentos que pretenden adentrarse en un campo –el periodismo– que aún no se encuentra satisfactoriamente definido. Sin temor a equivocarnos, podríamos decir que nos encontramos en la fase inicial –académica, profesional e incluso jurídica– de una profesión en la que cuestiones tan básicas como la definición del sujeto que la desarrolla –*quién es periodista*– y de los ámbitos de competencias que le incumben, se hallan en un nivel muy introductorio de estudio. Intentar explicar *qué se debe hacer* en un ámbito en el que aún pesan muchas incógnitas, puede resultar, cuando menos, algo especialmente complejo.

La muestra de esa complejidad se detecta fácilmente con la entrada en liza del debate en el Congreso de los Diputados del Estatuto profesional del periodista, que comenzó a tramitarse a finales de 2005 a instancias de Izquierda Unida. El Estatuto se focaliza hacia una amplia parcela de aspectos –sobre los deberes, derechos, comités de redacción, consejos de información, etcétera– siendo uno de ellos la cuestión de los códigos deontológicos. Las opiniones encontradas acerca de la manera en cómo éstos deberían desarrollarse e implantarse han servido para traer a colación las principales dificultades que presentan los códigos deontológicos para su aplicación en el trabajo periodístico, que pueden resumirse en dos, desde nuestro punto de vista. Por un lado, las *diferentes actitudes profesionales* a la hora de desarrollar el periodismo; y, por otro, el *sentido de ámbito global* que se le supone al quehacer periodístico.

1.1. Las diferentes actitudes profesionales

Es complicado crear y aplicar códigos de conducta en un ámbito en el que no existen rutinas de acción únicas en cuanto al desarrollo de las mismas; esto es, se constatan maneras muy diferentes de hacer periodismo. Como muestra más que ilustrativa sirva el clarificador estudio de Canel y Sánchez Aranda¹, en el cual se da cuenta de las cuatro actitudes profesionales de cara a la elaboración de las informaciones: difusor, intérprete, abogado y adversario. Si, tal y como se desprende del estudio, cada uno de ellos posee rutinas de acción diferentes en el panorama mediático –incluso dentro de cada medio de comunicación–, parece prudente concluir que la elaboración de unas normas de conducta (códigos deontológicos) poseerá una extraordinaria dificultad, en cuanto que adaptar normas comunes o básicas a planteamientos de actitudes diferentes, no siempre redundará en éxito. Téngase en cuenta, además, que no hablamos exclusivamente de la dificultad en la aplicación de las normas de los códigos, sino en su elaboración; en su creación.

Como decimos, cada una de las diferentes categorías presentadas por Canel y Sánchez Aranda mostraría una predisposición u enfoque distinto a la hora de enfrentarse a lo que debería ser un código deontológico y a

cómo debería desarrollarse. Veamos en primer lugar el caso del periodista abogado. Si se sigue la descripción de ambos investigadores, este profesional no está conforme con la diferenciación entre hechos y opiniones, y entiende que las informaciones que produce son sobre todo orientaciones de la perspectiva que posee de la

El periodista adversario, por su parte, se considera neutro, en el momento en que considera que ni su propio orden de valores ni su ideología le influirán a la hora de elaborar las informaciones.

1 M.J. Canel y J.J. Sánchez: “La influencia de las actitudes profesionales del periodista español en las noticias”, en “Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura”, Vol. 23, 1999.

realidad; y estima además que el sentido de las noticias se encuentra guiado por la ideología del medio, su propia escala de valores y por la línea editorial del medio en que trabaja.

El periodista adversario, por su parte, se considera neutro, en el momento en que considera que ni su propio orden de valores ni su ideología le influirán a la hora de elaborar las informaciones. Es un profesional que recela de las fuentes oficiales (por lo que hace escaso uso de las notas y ruedas de prensa, de los políticos, así como de los gabinetes de comunicación). Se trata de un periodista crítico con las fuerzas de seguridad, con la Iglesia católica y con las Fuerzas de Seguridad.

Siempre según lo que afirman en su trabajo Canel y Sánchez Aranda, el periodista difusor basa su trabajo en los hechos, que son la parte integral más relevante de su quehacer. Lo que determina su trabajo son los datos de las noticias. Lo demás (la editorial del medio, sus valores, etcétera) carece de importancia.

Para el periodista intérprete, por último, su visión del trabajo periodístico es completamente opuesta a la del difusor, en cuanto que no da tanta importancia a la cuestión de los hechos, sino que entiende como normal que la propia ideología se plasme u oriente en las informaciones que están desarrollando. Por ello, no otorga tanta importancia a los datos tal y como hace el periodista difusor.

Pues bien, una vez vistas cada una de las características que conforman las peculiaridades de los cuatro profesionales tratados, cabe decir que en una hipotética situación en la que tuviéramos que elaborar un código deontológico, nos encontraríamos con el hecho de que cada una de las perspectivas profesionales haría hincapié en determinadas cuestiones, en el momento en que cada una de ellas tendría una visión específica sobre las tareas periodísticas. Es importante resaltar que dichas divergencias serían en algunos casos muy agudas, lo cual viene a poner de

manifiesto que, al contrario de lo que ocurre con otros ámbitos profesionales, es la premisa que debe comprenderse que el periodismo es una actividad que, en esencia, puede desarrollarse desde ámbitos completamente diferentes; y, en algunos casos, incluso antagónicos.

Así, todo parece indicar que el código deontológico del periodista abogado haría hincapié en resaltar la coherencia que debería darse entre las informaciones que produce y la escala de valores que posee.

Como decimos, cabría sostener que los códigos deontológicos harían hincapié en aspectos distintos, que responderían a la percepción que de las tareas periodísticas tendrían cada una de las categorías profesionales.

No queremos decir que los hipotéticos códigos elaborados por cada una de ellas serían diferentes en todos y cada uno de sus ámbitos y secciones, sino que en la mayoría de las ocasiones, nos enfrentaríamos ante notorias diferencias de estructura y sentido.

Así, todo parece indicar que el código deontológico del periodista abogado haría hincapié en resaltar la coherencia que debería darse entre las informaciones que produce y la escala de valores que posee. De la misma manera, y al tiempo que se produce dicha premisa, sería necesario que el profesional supiera conjugar dicha escala personal de valores con la línea editorial del medio, en el momento en que las noticias deben configurarse teniendo en cuenta ambos ámbitos.

El caso del periodista adversario sería totalmente opuesto al abogado, y vendría a resaltar esa dificultad para elaborar códigos deontológicos de una manera conjunta y de carácter general (para *todos* los medios y profesionales). Así, y al contrario que en el caso del periodista abogado, la columna vertebral de este periodista tendría como eje motriz el hecho de ser coherente consigo mismo. Pero no se trataría de una coherencia con sus valores intrínsecos (de persona: de pensamiento, de creencias), sino que sería una coherencia que podríamos tildar de producción netamente informativa: la bondad de la labor informativa vendría dada por el proceso de producción de la información; y no por agentes 'externos', tales como el sistema

de valores del propio comunicador o incluso la línea del medio en que trabaja. Además, en un código elaborado por el periodista adversario, cobraría importancia el ganar asepsia ante las fuentes oficiales, en el momento en que él mismo recela de las mismas de manera predeterminada.

Si ha quedado puesto de manifiesto la dificultad que supondría elaborar normas de trabajo comunes debido a las diferentes visiones que de las labores periodísticas poseen los periodistas: *abogado* y *adversario*, podemos señalar que dicha divergencia aumenta si indagamos en el caso del difusor y el intérprete, pues ambas visiones son considerablemente opuestas.

Todo parece sugerir que el código del periodista difusor hará especial hincapié en todos aquellos elementos y procedimientos que se centran en los hechos: cómo deben conseguirse (cuestión de las fuentes); y cómo deben emplearse para llevar a cabo un proceso periodístico en el cual los hechos se constituyan en el eje central de la tarea. Justo al contrario de lo que ocurre con el periodista intérprete, en donde lo importante no es tanto cómo se han conseguido y empleado los hechos, sino la labor de interpretación que se desarrolla una vez que los datos han sido conocidos. Como decimos, un código para el periodista difusor se centraría en los datos (procedimiento de obtención, evaluación y redacción), mientras que el periodista intérprete haría hincapié en *cómo son empleados dichos datos* para proceder al proceso de interpretación de los mismos, pues ahí radica el verdadero proceso periodístico, según su visión.

Téngase en cuenta que, en términos generales, esa diferencia de estructura y sentido a la hora de elaborar los códigos deontológicos es una realidad que fácilmente podría constatarse en el hecho de que los medios son estructuras sociales en las cuales es posible encontrar profesionales que se adhieran a algunas de las premisas que conforman las cuatro categorías propuestas por Canel y Sánchez Aranda. Y más aún: la complejidad aumenta todavía más si tenemos en cuenta que existe una gran posibilidad de que muchos periodistas quizá no se adscribi-

rían, de forma exhaustiva y concluyente, a una categoría profesional específica; sino que quizá escogerían aspectos de una y otra categoría para definir su labor profesional.

Ante este panorama, es importante aportar algunas ideas a modo de soluciones. Lejos de pensar que nos hallamos ante un problema insalvable (que podríamos formular así: *es imposible llevar a cabo un consenso sobre los códigos deontológicos en el momento en que los diferentes profesionales poseen diferentes perspectivas de su labor*), consideramos que nos encontramos ante una constatación. Es decir, tal y como decíamos al principio de nuestra exposición, la labor periodística, al contrario que otras profesiones posee una amplia diversidad de procedimientos, que se fundamentan en las muy diferentes perspectivas que poseen los profesionales a la hora de desarrollarlas. La cuestión se hace más complicada cuando constatamos, además, que dicha diversidad no es en modo alguno accidental, sino esencial: no afecta a cuestiones más o menos salvables del quehacer periodístico, sino a presupuestos de base, de estructura: al cómo entendemos el periodismo y a cómo debemos desarrollarlo.

Quizá la opción más tentadora ante esta situación sería llevar a cabo códigos deontológicos de mínimos. De hecho podemos llegar a afirmar que un gran número de las normas elaboradas hasta el momento han sido quizá auspiciadas bajo esta premisa. Un código de mínimos implica consensuar en términos generales, de tal forma que pueda alcanzarse ese difícil consenso ante perspectivas de enfoque que divergen entre sí sustancialmente. Como fácilmente puede pensarse, los códigos de mínimos pueden ser útiles como propuesta de partida, pero consideramos que difícilmente puedan dar respuesta al día a día sobre las cuestiones de procedimiento periodístico del medio (objetivos que se persiguen con la publicación de informaciones, cómo captar las fuentes, tono de la redacción, empleo de formatos, repercusiones con la audiencia, etcétera) que pretenden abordarse en dichas normas.

Y si la solución no sería elaborar un código de mínimos, consideramos que tampoco sería

del todo adecuado elaborar un código para cada una de las categorías profesionales mencionadas. Por dos razones: la primera ha sido aducida anteriormente y la sosteníamos en la intuición que nos hace sospechar que no todos los profesionales se adscribirían, de forma completa y excluyente, a una categoría específica. Antes bien, lo lógico sería pensar que si bien es posible que un profesional se adscribiera principalmente a una categoría, no es arriesgado imaginar que otros muchos se sintieran identificados con características de unas y otras. La segunda razón se fundamenta en el hecho de que es factible esgrimir que no todos los profesionales que trabajen en un mismo medio compartirán la misma categoría profesional.

Sin embargo, no es menos cierto que si bien no podemos afirmar que los profesionales sean *puros*, en el sentido de adherirse completa y definitivamente a alguna de las cuatro categorías, lo cierto es que sí podemos afirmar que existen medios que podrían ser catalogados como más abogados, adversarios, intérpretes o difusores. Así lo entienden los propios Canel y Sánchez Aranda (que consideran que la televisión es más adversarial y abogada; la prensa más intérprete o analítica y la radio posee un carácter más difusora). Sin embargo, para nosotros, lo que verdaderamente explicaría que un medio en concreto se decantara por una categoría sería el día a día de ese medio; la forma en cómo selecciona sus fuentes, redacta sus informaciones, etcétera.

Una de las propuestas que consideramos que sería interesante tener en cuenta de cara a la elaboración de códigos deontológicos dentro de la cuestión de las categorías profesionales, consistiría en elaborar un discurso acerca de cuándo el periodista debe adoptar una perspectiva de trabajo propia del abogado, del difusor, del intérprete o del abogado. Lo que estamos planteando es que si se alcanzara un consenso entre los profesionales sobre cuándo es más oportuno comportarse como abogado, difusor, intérprete o abogado, nos encontraríamos ante mejores perspectivas para elaborar y consensuar códigos deontológicos.

1.2. El ámbito global del quehacer periodístico

La segunda dificultad para la elaboración de códigos deontológicos dentro de la profesión periodística hace referencia al *sentido de ámbito global del quehacer periodístico*. Con esto queremos poner de manifiesto que el objeto de trabajo del periodismo es *toda* la realidad; al contrario de lo que ocurre con otras profesiones, que se centran en un área o ámbito más o menos específico, al periodismo (haciendo alusión principalmente en este caso al periodismo generalista), le interesa tratar todo aquello que implique o suponga *actualidad*, aspecto que implica un amplísimo campo de temática y ámbitos.

El sentido de ámbito global que se le supone al quehacer periodístico conlleva una consecuencia real y práctica a la hora de elaborar y aplicar los códigos deontológicos, y es el hecho de que éstos poseen un *carácter marcadamente general*. Efectivamente ha de ser de este modo, en cuanto que sólo desde un planteamiento global es posible aunar la perspectiva de trabajo de profesionales que manifiestan actitudes de trabajo diferentes, al tiempo que desarrollan su actividad en un campo muy extenso, en cuanto al ámbito de trabajo se refiere.

2. Periodismo especializado y códigos deontológicos

Debido a la vocación eminentemente específica del periodismo especializado, consideramos que es factible sostener que su práctica –al contrario de lo que ocurre con el periodismo generalista– puede constituirse en un campo propicio para desarrollar y aplicar códigos deontológicos, en el momento en que éstos pueden desarrollarse con mayor concreción y, por tanto, poseer un sentido más útil y realista. Esta idea iría a colación de la expuesta por Hugo Aznar:

<<En todo caso, es cierto que hasta ahora este tipo de documentos solía recoger, salvo en el caso de algún código o medio más especializa-

do, las obligaciones más generales y básicas del periodismo, aquéllas que todo periodista debe cumplir en su actividad. Esto era normal tratándose de códigos de las grandes organizaciones profesionales y mediáticas, válidos para todos en general. Sin embargo, en los últimos años hemos asistido a la aparición de un significativo número de propuestas, recomendaciones, manifiestos y códigos éticos del periodismo referidos esta vez a aspectos y temas informativos mucho más concretos, como el tratamiento de las catástrofes, la violencia doméstica o la discapacidad (...) Se trata por tanto de propuestas éticas que vienen a complementar a las anteriores y a establecer un nivel de concreción deontológico mayor>>².

En buena lógica, si el autor explica que se están elaborando códigos de carácter más concreto (luego más realistas y útiles, por su empleo factible) en contenidos informativos de mayor concreción, como el tratamiento de las catástrofes, la violencia de género o la cuestión de los discapacitados, nosotros consideramos que es posible extrapolar estas ideas al campo del periodismo especializado, en cuanto que su radio de acción es más reducido y, por ende, más concreto.

En este sentido esgrimimos que el periodismo especializado posee dos ventajas frente al periodismo generalista para la elaboración y aplicación de los códigos deontológicos:

- a) En primer lugar, la idea ya mencionada de que *la temática que abordan se encuentra más restringida y acotada*, lo cual puede traducirse en una elaboración de normas de carácter más específico; y, por tanto, efectivas. De esta manera se ganaría en realismo y funcionalidad; y
- b) En segundo lugar –y derivada de la primera ventaja– cabría decir que la elaboración de los códigos deontológicos *es más eficaz cuando se desarrollan por profesionales que desempeñan las mismas rutinas de trabajo*.

2 **H. Aznar**, “Los códigos éticos no sirven”, en *Sala de prensa. Web para los profesionales de la comunicación iberoamericanos*, nº 75, vol. 3, 2004. Disponible en [http://www.saladeprensa.org/art581.htm] [Fecha de consulta: 19 de octubre de 2005].

2.1. Temática más restringida y acotada

Respecto a la primera ventaja cabría decir que una temática más restringida conlleva una acotación de mayor envergadura en cuanto a la producción periodística se refiere. Es decir, un periodismo económico, científico o deportivo, por ejemplo, posee unos límites más encuadrados –y por tanto, más susceptibles de ser conocidos– en cuanto a la producción periodística. Podemos enumerar algunos de los elementos que implica dicha producción:

- Relación con las fuentes
- Relación audiencia-medio
- Tratamiento de informaciones en las que se aborden segmentos sociales con problemáticas específicas
- Tratamiento de la fotografía (planteamiento de los formatos)
- Uso de la infografía (planteamiento de los formatos)
- Titulación
- Tono redaccional
- Contraste de las informaciones
- Etcétera

Estos elementos quedarían ubicados en lo que Fernández del Moral califica como el segundo subsistema del periodismo especializado:

<<Podríamos hablar entonces en el sistema periodismo especializado de tres grandes subsistemas, el de la especialización oportunamente ubicada en el conocimiento científico, el del periodismo, con sus procesos, sus medios, su estructura compleja y el de la sociedad a la que se quiere llegar con el mensaje, considerando la recepción de cada individuo>>³

Queremos decir con esto, que una producción informativa más restringida implica un campo de mayor acotación para las normas de un código ético, en el momento en que su funcionamiento posee un carácter menos general.

3 **J. Fernández del Moral**, “El periodismo especializado: un modelo sistémico para la difusión del conocimiento”, en J. FERNÁNDEZ DEL MORAL (coord.): *Periodismo especializado*, Ariel Comunicación, Barcelona 2004, p.27

2.2. Profesionales que desempeñan las mismas rutinas de trabajo

La segunda ventaja se ubica en el ámbito de la producción de los códigos. Hace referencia a que los profesionales del periodismo especializado, al compartir el conocimiento de los diferentes elementos que componen la producción informativa, tienen más y mejores posibilidades de ponerse de acuerdo a la hora de pactar las normas de sus respectivos códigos. Como hemos mencionado, uno de los principales inconvenientes de la elaboración de los códigos éticos en el ámbito periodístico generalista —y al contrario de lo que ocurre en otras profesiones— lo constituye el hecho de que el área de trabajo es tan extensa, que es muy complicado llevar a cabo la elaboración de unas normas que sean de utilidad para enmarcar un campo de naturaleza tan amplia.

Piénsese en este sentido en la enorme dificultad que supondría un conjunto de periodistas generalistas elaborando normas para un código deontológico, frente a las posibilidades más realistas que se le abren a un conjunto de comunicadores que poseen varios años de experiencia en el trabajo de un área especializada: información económica, cultura, ciencia, etcétera.

Como hemos dicho, un conjunto de periodistas especializados al pensar y consensuar sobre un conjunto de normas puede ser más eficaz que uno generalista en el momento en que pueden conocer con mayor concreción las rutinas de producción periodísticas más habituales de su campo en cuestión. Pero además, los años de experiencia implican un conocimiento nada desdeñable en cuanto a los casos concretos que se han ido sucediendo en el día a día de la práctica periodística, los cuales pueden aportar un alto grado de realismo a las normas que se pretenden elaborar.

3. La especialización de los códigos y el periodismo de verificación

Indudablemente, la esfera académica y profesional parece coincidir en que un código deontológico no está diseñado para ser un instrumento de tal especificidad que indique a los profesionales qué hacer en cada uno de los momentos y circunstancias de su trabajo profesional. No se trata de elaborar un sendero preestablecido y perfectamente claro. Sin embargo, tampoco su contrario parecería tener una gran utilidad: un código deontológico excesivamente general corre el riesgo de caer en un desarrollo normativo de dudosa aplicación.

Así por ejemplo, repasamos las reglas del código del Consejo de la Información en Cataluña, comentadas en una información del diario *El País*⁴:

Indudablemente, la esfera académica y profesional parece coincidir en que un código deontológico no está diseñado para ser un instrumento de tal especificidad que indique a los profesionales qué hacer en cada uno de los momentos y circunstancias de su trabajo profesional.

<<El director del Consejo de la Información en Cataluña, Josep Pernau, aseguró que el trabajo que realiza esta entidad encubre un “sano egoísmo”, ya que sólo respetando la ética puede existir la credibilidad. “El buen gusto, el rigor y el respeto a las personas” son las bases en que

se sustenta el código pionero en España, según su director. “No sé si rectificar es de sabios, pero sí es de personas honestas”, afirmó. El código catalán se basa en “12 reglas universales”, entre las cuales figura separar la información de la opinión, no discriminar, rectificar “no tan escondido” los errores, obtener la información por medios lícitos, evitar la corrupción y a llamar “presunto” a quien no se ha demostrado la culpabilidad>>.

De la misma manera también es interesante echar un vistazo a algunas de las premisas que

4 *El País*, 5-XI-2005, p. 34

ilustran el código deontológico del proyecto del Estatuto Profesional del Periodista:

- <<Distinguir entre hechos, opiniones e interpretaciones
- Difundir sólo informaciones fundamentadas y contrastadas
- Rectificar con diligencia informaciones falsas
- No aceptar nunca retribuciones o gratificaciones de terceros para publicar informaciones
- Tratar con especial cuidado noticias que afecten a menores>>⁵

No dudamos de la importancia de estos presupuestos para llevar a cabo, efectivamente, un control de los contenidos de los medios; pero queremos manifestar –tal y como hemos ido argumentando a lo largo de estas páginas–, que el periodismo especializado puede traducirse en un nivel de mayor especificación –y por tanto de eficacia– en la aplicación de dichos códigos. Así por ejemplo, y trayendo a colación algunas de las pautas de los dos códigos mencionados, cabría afirmar que distinguir entre hechos, opiniones e interpretaciones, difundir sólo informaciones fundamentadas y contrastadas y rectificar con diligencia informaciones falsas, etcétera, pueden ser de mayor eficacia sin son concretadas en las circunstancias reales de una práctica periodística especializada.

La especialización de los códigos implica descender a un plano concreto y huir, por tanto, del riesgo que supone elaborar normas de trabajo excesivamente generales, que pierden su eficacia, precisamente, por el alejamiento de la realidad. La especialización de los códigos a la que nos referimos se ubica en dos dimensiones: tanto en la práctica del periodismo especializado (periodismo jurídico, económico, deportivo, etcétera), así como en temáticas concretas que requieren una reflexión a la hora de abordarlas, tal y como ha expresado páginas atrás Hugo Aznar: tratamiento de las catástrofes, de la violencia de género, la integración de los discapacitados en la vida social, etcétera.

Una idea que quizá debe ser tenida en cuenta es, dada la naturaleza de la profesión periodis-

tica, la problemática que debe ser abordada no es tanto la cuestión de elaborar los códigos deontológicos, sino el hecho de aplicarlos. Con esto queremos decir que, dada la peculiaridad del ejercicio del periodismo (sometido en la mayor parte de las ocasiones a la vorágine de la producción informativa, así como a la dispersión de tareas que le compete), los periodistas pueden verse en cierta medida impedidos ante el imperativo de tener en cuenta unas normas de conducta que deben aplicar a su trabajo diario.

La clave se encuentra, por tanto, en saber cómo incorporar al día a día de las redacciones las normas que conforman los códigos deontológicos. En la medida en que queramos que los códigos sean parte integrante de la producción informativa, debemos lograr que su aplicación no sea como un elemento externo que ha de aplicarse a la labor del comunicador, sino que, antes bien, debemos procurar que se haga parte integrante de la rutina diaria.

El trabajo elaborado por Kovach y Rosenstiel acerca de lo que ellos mismos denominan periodismo de verificación, puede sernos de gran utilidad para incorporar las normas que abordan los códigos éticos al trabajo rutinario de los profesionales de la comunicación. Las técnicas o métodos de verificación que proponen (edición escéptica, test de veracidad, no dar nada por sentado, el lápiz rojo de Tom French y las fuentes anónimas) constituyen un conjunto de prácticas encaminadas a que los profesionales de los medios lleven a cabo sus tareas que de una manera amplia podríamos denominar como de *buen periodismo*.

Una lectura detenida a las técnicas de verificación presentadas por ambos autores permite comprobar cómo, en el fondo, lo que ambos desarrollan puede equipararse, en muchos casos, con un *procedimiento para la aplicación de las normas de códigos deontológicos*. Entiéndase: no queremos decir que las técnicas de veracidad sean, en sí mismas consideradas, códigos deontológicos, sino que pueden llegar a entenderse como metodologías creadas *ad hoc* para la aplicación de los mismos.

Repasemos a continuación las principales características de cada una de las técnicas de

5 *El País*, 17-X-2005, p.32

verificación y comprobemos cómo muchas de ellas pueden ser consideradas como formas de aplicación de los códigos deontológicos.

El denominado test de veracidad ha sido elaborado por el director ejecutivo del diario *San José Mercury News*, David Yarnold, y consiste en que el periodista debe hacerse un conjunto de preguntas cuando elabora una información. Son éstas:

- <<¿La base de la historia tiene suficientes apoyos?
- ¿Ha verificado alguien, por medio del teléfono o en persona, todos los números de teléfono, las señas o las direcciones de Internet que aparecen en la noticia? ¿Y los nombres, los títulos y los tratamientos?
- ¿Es necesario el material de apoyo para comprender la noticia al completo?
- ¿Se ha identificado a todos los protagonistas de la historia?
- ¿Nos hemos puesto en contacto con ellos? ¿Se les ha dado a todos la oportunidad de hablar?
- ¿Se inclina la noticia por alguna de las partes o hace sutiles juicios de valor? ¿Les gustará a algunas personas esta noticia más de lo que debería?
- ¿Falta algo?
- ¿Son exactas todas las citas entrecomilladas? ¿Las hemos atribuido correctamente? ¿Captan lo que la persona en cuestión quería decir?>>>⁶

Tal y como podemos comprobar, las preguntas suponen una clara concreción respecto a unos criterios de índole más general ubicados en un código deontológico. De hecho, las preguntas de David Yarnold se ubicarían en el código del Consejo de la Información de Cataluña en la premisa referida a separar la información de la opinión, mientras que en el Estatuto Profesional del Periodista, quedarían enmarcadas en distinguir entre hechos, opiniones e interpretaciones y difundir sólo informaciones fundamentadas y contrastadas.

El siguiente método de verificación presentado por Kovach y Rosenstiel es el empleado por David Protess, catedrático de Periodismo, y se basa, fundamentalmente, en llevar a cabo procesos de verificación sobre hechos que se han dado por supuestos o válidos: <<Entre sus lecciones figura la siguiente: no hay que fiarse de los funcionarios, empleados del gobierno o artículos o resúmenes de prensa. Acércate cuanto puedas a las fuentes originales. Sé sistemático. Corroboras tus datos>>⁷.

Esta metodología basada en la aproximación a las fuentes originales para contrastar los datos que ya tenemos –y que damos por válidos– puede ser englobada en la premisa que en el Estatuto Profesional del Periodista se identifica como rectificar con diligencia informaciones falsas.

Otro ejemplo que ilustra cómo las técnicas de verificación pueden comprenderse como una concreción de los códigos deontológicos es el método empleado por Tom French, que escribe para el *St. Petersburg Times* de Florida. Su método consiste en desarrollar: <<...un modo de contrastar los datos que aparecen en sus artículos. Antes de entregar sus trabajos, coge una copia impresa y repasa su historia frase por frase con un lápiz de color rojo, poniendo una marca en cada dato y declaración para comprobar si los ha verificado todos>>⁸.

El último método de verificación presentado por Kovach y Rosenstiel desciende a unos niveles de concreción muy interesantes y, al igual que en los casos anteriores, pueden ser considerados como una extensión práctica de los códigos deontológicos. Se refiere a la cuestión de las fuentes anónimas, y viene a señalar que lo más beneficioso para el lector es que las fuentes sean dadas a conocer –con el mayor nivel de detalle posible– por parte del periodista, de tal suerte que, una vez conocidas, sea el propio lector quien pueda establecer el nivel de credibilidad de las mismas. Sin embargo:

<<En los últimos años, a medida que crecía la dependencia de fuentes anónimas para conseguir datos relevantes –como sucedió con el

6 Kovach, B. y Rosenstiel, T. *Los elementos del periodismo*, Madrid, Ediciones El País, 2003, p. 122-123

7 *Ibidem*, pp. 123-124

8 *Ibidem*, p. 125

escándalo Clinton-Lewinsky— los periodistas se percataron de la importancia de desarrollar normas que les garantizaran, a ellos y a sus lectores, la independencia respecto de esas mismas fuentes.

Joe Lelyvekd, director ejecutivo del New York Times, exige que los reporteros y editores del Times se hagan dos preguntas antes de hacer uso de una fuente anónima: ¿Qué conocimiento directo tiene esa fuente anónima del suceso? ¿Qué motivo, si es que hay alguno, podría tener la fuente para engañarnos o confundirnos, o para exagerar u ocultar datos importantes que puedan alterar nuestra impresión de la noticia?>>⁹

Como continúan explicando ambos autores, sólo en el caso de que las respuestas a estas dos cuestiones fueran lo suficientemente satisfactorias para los periodistas del Times, podrían éstos hacer uso de las informaciones que les ofrecían dichas fuentes anónimas.

Dentro de las doce reglas de oro del Consejo de la Información de Cataluña explicadas por Josep Pernaut, estimamos que este método de verificación de las fuentes anónimas puede ser entendido como parte integral de dos de ellas: obtener la información por medios lícitos e incluso, evitar la corrupción. Se obtiene la información por medios lícitos cuando se emplean fuentes anónimas de tal forma que su característica determinante (el mantenerse en el anonimato), no se traduzca en un encubrimiento para realizar afirmaciones, aseveraciones o acusaciones. Y decimos incluso que esta metodología de verificación puede servir para evitar la corrupción en el momento en que hace del trabajo del periodista una labor transparente, evitando así que las posibles desviaciones corruptas de los profesionales pueden esconderse tras la cortina del secreto profesional bajo la excusa de emplear fuentes anónimas.

Y en cuanto al Estatuto Profesional del Periodista, cabe decir que bajo este método de verificación se cumple la premisa que nos habla de *difundir sólo informaciones fundamentadas y contrastadas*. Considerándolo desde una perspectiva amplia, cabría decir que se trataría

de un tipo de contraste que realiza la audiencia sobre el trabajo de los profesionales: esto es, mediante un desarrollo adecuado de este método de verificación, los lectores pueden comprobar/contrastar cuándo los profesionales realizan un uso veraz (profesional) de las fuentes anónimas.

4. Conclusión

Una vez vistos los métodos de verificación de Kovach y Rosenstiel, podemos retomar el discurso del epígrafe anterior, y fundamentar el axioma que da título a esta comunicación. Dicho axioma lo formulamos afirmando la idoneidad del periodismo especializado para la aplicación de los códigos deontológicos y, tras el discurso que hemos elaborado, la razón de que esto sea así la hallamos en que dichos códigos pueden ser desarrollados empleando metodologías de trabajo (métodos de verificación, en palabras de los autores mencionados), que impliquen, entre otras cosas, el cumplimiento de las premisas éticas.

Subyace en el trasfondo de nuestras palabras que para garantizar la aplicación de las premisas que implican los códigos éticos, es prioritario que éstos se encuentren intrincados en el día a día del trabajo profesional de los comunicadores; y no hay mejor manera que desarrollar unas metodologías del tipo de las estudiadas con las técnicas de verificación. La clave del proceso se encuentra en la *concreción*: mientras que un código deontológico formula axiomas de índole general, las técnicas de verificación *se ciñen al terreno*: son normas de actuación que responden al día a día del periodismo.

Por ello, nuestra apuesta por el periodismo especializado —y al contrario de lo que ocurre con el periodismo de índole generalista— puede considerarse como prioritaria para desarrollar esas normas de actuación del día a día del periodismo. Piénsese en lo explicado anteriormente: una temática más restringida y acotada, unida a unos profesionales que vienen desempeñando el mismo trabajo durante años, hace posible que dichos periodistas de un medio en cuestión tengan los suficientes elementos de conocimiento

9 Ibidem, pp. 125-126

para desarrollar unas normas de actuación que, entre otras cosas, supongan la implicación de las normas éticas de los códigos.

En este sentido, parece lógico pensar que un conjunto de periodistas que han trabajado durante años en una temática específica puedan poner en común un amplio conjunto de rutinas de trabajo (en la medida en que las conocen con amplitud), y que, consensuándolas con otros compañeros, sirvan para llevar a cabo un mejor ejercicio del periodismo. Muchas de esas normas de trabajo podrán ser concreciones –y lo serán de hecho, tal y como lo hemos visto– de las premisas que conforman los códigos deontológicos.

Para recapitular y resumir, algunas normas de trabajo que podrían plantearse, serían: empleo de la edición escéptica (análisis entre dos o más profesionales de las noticias que se van a publicar para comprobar la veracidad de los hechos, declaraciones, etcétera), de tal forma que se cumpliera la norma deontológica de no cometer errores; y en caso de cometerlos, saber rectificar en tiempo y forma. El test de veracidad –sobre todo para responder a preguntas del tipo: ¿la base de la historia tiene suficientes apoyos?; o ¿es necesario el material de apoyo para comprender la noticia al completo?– serviría para cumplir la máxima de ofrecer informaciones que realmente lo sean (interés público y sentido social). La idea de no dar nada por sentado, así como la exhaustividad del método de David Protess irían encaminadas hacia la misma finalidad que los anteriores, aunque cada uno de ellos serviría para ahondar en concreciones de aspectos que bien pueden estar incluidos en los códigos deontológicos de un modo más general. El último método que hemos comentado –fuentes anónimas– supone un claro ejemplo de cómo es posible llegar a ser muy concreto a la hora de llevar a cabo un proceso en la mejora de la práctica del periodismo.

La propuesta que aquí hemos realizado acerca del periodismo especializado como ámbito en el que pueden desarrollarse los códigos no implica nuestra negativa a la construcción de códigos de índole general. Como lo único, advertimos que todo parece indicar que podemos ser más eficaces si, efectivamente, las normas se ciñen a parcelas más concretas y definidas, como las que aborda el periodismo especializado.

Una “solución” en el ámbito de los códigos deontológicos para el periodismo generalista radica, paradójicamente, en su especialización. Al hilo de lo que hemos comentado al hablar de las temáticas periodísticas especializadas que han surgido en el entorno social (violencia doméstica, terrorismo, discapacidad, etcétera), la elaboración de normas específicas puede dar respuesta a cuestiones prácticas y reales, alejándonos de planteamientos excesivamente generalistas que no dan respuesta a cuestiones que exigen un nivel concreto y, por ende, más especializado.

En este sentido, y ciñéndonos al caso de una información específica como el terrorismo, sería de gran utilidad concretar algunas de las premisas planteadas en la propuesta deontológica del Estatuto del Periodista Profesional, y descender a un ámbito más específico, como por ejemplo: al informar sobre un caso de terrorismo en concreto, ¿cómo distinguir entre hechos, opiniones e interpretaciones en una información sobre terrorismo?; ¿en qué casos se puede hablar de informaciones fundamentadas o contrastadas?; ¿cómo debe expresarse a la audiencia la certeza de que una información ha sido efectivamente contrastada?; ¿qué implica en concreto saber rectificar acerca de informaciones sobre terrorismo?; ¿cómo debe hacerse?; ¿exigen todas las informaciones el mismo tratamiento o exigen cada una de ellas un trato distinto?, etcétera.

Bibliografía

- Aguinaga, E., (1991): “Enseñanza de la Información” en BENITO, A. (director), *Diccionario de Ciencias y Técnicas de Comunicación*. Ediciones Paulinas, Madrid.
- : “Hacia una teoría del periodismo”, en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, mayo de 2001.
- Aznar, H., “Los códigos éticos no sirven”, en *Sala de prensa. Web para los profesionales de la comunicación iberoamericanos*, nº 75, vol. 3 2004. Disponible en [<http://www.saladeprensa.org/art581.htm>] [Fecha de consulta: 19 de octubre de 2005].
- Canel, M^a.J., y Sánchez, J.J.: “La influencia de las actitudes profesionales del periodista español en las noticias”, en “*Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*”, Vol. 23, 1999.
- El País*, 5-XI-2005, p.34
- , 17-X-2005, p.32
- Fernández del Moral, J. “El periodismo especializado: un modelo sistémico para la difusión del conocimiento”, en FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (coord.): *Periodismo especializado*, Barcelona, Ariel Comunicación, 2004.
- Galdón, G. (coord.) (2001): *Introducción a la comunicación y a la información*. Barcelona, Ariel.
- Gomis, I. (1991): *Teoría del Periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona, Paidós Comunicación.
- Hohenberg, J. (1973), *The professional Journalist. A guide to the Practices and principles of the News Media*. Holt, Rinehart and Winston, Nueva York.
- Kovach, B. y Rosenstiel, T. *Los elementos del periodismo*, Madrid, Ediciones El País, 2003.
- Múñez, I. (1995): *Introducción al periodismo escrito*. Barcelona, Ariel Comunicación.
- Thompson, J.B. (1998) *Los media y la modernidad. Una teoría sobre los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós Comunicación.

