

Cap a una gran base de dades per a l'estudi de l'ètica periodística

Salvador Alsius

Resum

El present article, en el qual es dona a conèixer una gran base de dades per a l'estudi de l'ètica periodística, s'ha desenvolupat en el marc de la investigació «Ètica i excel·lència informativa: la deontologia periodística davant les expectatives dels ciutadans», que ha estat duta a terme de manera coordinada per equips de les universitats Pompeu Fabra (Barcelona), Carlos III (Madrid), Universitat del País Basc i Universitat de Sevilla. El text és una adaptació i actualització d'una ponència marc presentada per l'autor en el sisè CIEDI (Congrés Internacional d'Ètica i Dret de la Informació), organitzat per la fundació COSO. Aquesta ponència va ser publicada en llengua espanyola al llibre que recull les aportacions a aquest congrés.¹ D'altra part, el marc teòric, així com el tesaurus de l'ètica periodística, prové de la tesi doctoral de l'autor.

PARAULES CLAU: deontologia, ètica, periodisme, informació periodística.

Towards an extensive database for the study of media ethics

Abstract

This article, which discloses details of an extensive database for the study of media ethics, has been developed within the frame of the research project titled «Ethics and informative excellence: media deontology and citizens' expectations» that has been a coordinated effort between teams from several universities (Pompeu Fabra University in Barcelona, Carlos III University in Madrid, the University of the Basque Country and Seville University). The text is an adapted and updated version of a framework paper presented by the author at the 6th International Conference on Information Law and Ethics organised by the COSO Foundation. This presentation was published in Spanish in the book that compiles all the contributions made at the conference. Moreover, the

theoretical framework and the thesaurus on media ethics are from the author's own doctoral thesis.

KEYWORDS: deontology, ethics, journalism, media information.

La investigació «Ètica i excel·lència informativa: la deontologia periodística davant les expectatives dels ciutadans» ha estat duta a terme de manera coordinada per equips de les universitats Pompeu Fabra (Barcelona), Carlos III (Madrid), Universitat del País Basc i Universitat de Sevilla. El treball consta de tres fases, que s'han estat executant en cadascun dels tres anys de la durada total del projecte.

Amb aquesta investigació s'han perseguit tres objectius bàsics:

1. Fer un inventari comparatiu de les normes i els estàndards que configuren doctrinalment l'exercici ètic del periodisme.

2. Posar en contrast aquestes normes amb el sistema de valors predominant en els criteris ètics interioritzats pels professionals de la comunicació social.

3. Comprovar fins a quin punt les normes existents i el sistema de valors al·ludits en els objectius anteriors són compartits pel públic destinatari de la informació.

Tot això ha estat estudiat de manera sincrònica amb metodologies diferents per a cadascuna de les fases del projecte (que es corresponen amb els objectius esmentats):

— Primera fase: estudi dels codis deontològics. S'ha aplicat el mètode d'anàlisi de contingut mitjançant un thesaurus temàtic exhaustiu (metodologia característica del dret comparat).

— Segona fase: estudi de les actituds dels professionals dels mitjans. Es realitza mitjançant una combinació d'entrevistes en profunditat i una enquesta quantitativa.

— Tercera fase: estudi de les actituds del públic receptor. Es realitza mitjançant grups de discussió (*focal groups*) i una enquesta quantitativa.

Antecedents de les diverses línies de recerca abordades

La primera fase de la investigació que es planteja entronca, com es veurà més endavant, amb línies d'investigació ja obertes per diversos experts. Per tant, no pretén altra cosa que buscar una línia de continuïtat amb aquests estudis i posar-los al dia. La finalitat bàsica d'aquesta fase d'anàlisi és la d'establir un inventari dels valors i normes que són actualment més vigents en els codis que realment serveixen de punt de referència per al treball dels professionals de la informació a Espanya. A títol d'exemple de la necessitat de procedir a aquesta

posada al dia, es pot citar el debat existent en alguna corporació professional (com el Col·legi de Periodistes de Catalunya) sobre la discutible assimilació del concepte de periodisme interpretatiu al de periodisme d'opinió, un debat que té com a teló de fons el dubte filosòfic sobre el concepte mateix d'objectivitat.

Respecte a la segona fase (grau d'assumpció dels valors i normes destil·lats dels codis dels professionals de la informació), els antecedents són clarament menors. Poques vegades han estat estudiades a fons i amb base empírica les actituds ètiques dels professionals, si més no a Espanya. L'antecedent més clar i pròxim en el temps és, potser, el Llibre blanc de la professió periodística a Catalunya, impulsat pel Col·legi de Periodistes i que tenia com a univers d'estudi no tan sols els professionals col·legiats sinó tots aquells que van poder ser inclosos en un laboriós cens realitzat amb anterioritat. Aquest estudi no indagava exclusivament sobre plantejaments deontològics, sinó que més aviat pretenia ser un retrat sociodemogràfic de la professió. No obstant això, l'enquesta realitzada a una àmplia mostra de periodistes contenia algunes preguntes sobre les seves conviccions en aquest àmbit.

Finalment, és encara més inèdita la tercera i fonamental fase de la investigació. Tal com s'ha dit anteriorment, es fa una constant evocació de la ciutadania (o els receptors dels mitjans) com a titular del dret a la informació, però se sap ben poc del grau de consciència que els ciutadans tenen sobre aquest dret. Menys se sap encara quin tipus de criteris ètics són predominants en la nostra societat i la forma com han de ser aplicats als tractaments informatius. L'any 2000 es va donar a Praga un fenomen curiós. Arran de la destitució d'un directiu, dues-centes mil persones es van manifestar pels carrers de la capital txeca a favor d'una televisió pública de qualitat. Probablement van concórrer en aquell cas circumstàncies molt excepcionals, però la veritat és que aquí estem molt lluny d'un nivell de consciència que pogués fer sortir els ciutadans al carrer per defensar la integritat informativa. I, per descomptat, s'ignora gairebé tot sobre què pensa la ciutadania respecte a qüestions ètiques candents com la presumpció d'innocència, l'ús de càmeres ocultes o els conflictes d'interessos d'empreses i de periodistes, per posar només alguns exemples de temes que són objecte de debat professional.

En definitiva, el grau d'originalitat de la investigació realitzada variava sensiblement entre unes fases i les altres. El punt de partida (primera fase) entronca clarament amb línies d'investigació preexistents, mentre que els objectius finals resulten clarament nous.

L'estudi dels codis deontològics

Hi ha, a grans trets, dos enfocaments predominants en l'estudi de la deontologia periodística. Un d'ells és aquell que pren com a punt de partida les diver-

ses teories ètiques fargades al llarg de la història de la filosofia moral, per aplicar-les de manera sistemàtica a la presa de decisions professionals, a escala col·lectiva o a escala individual. D'aquesta manera, les ètiques pretesament absolutes donaran lloc a unes normes imperatives que sovint voldran ser aplicades d'una manera inflexible i acrítica. I de les ètiques situacionistes se'n derivaran dissenys deontològics molt més permissius, que solen rebutjar el constrenyiment de les conductes professionals i que, lògicament, tendiran a ser anormatius. Algunes obres de referència que en el seu moment van representar aquest tipus d'enfocament són les de Clifford Christians, Kim Rotzoll i Marc Fackler (1991), Edmund Lambeth (1991), Philip Patterson i Lee Wilkins (1991) i Carl Hausman (1992).

El segon enfocament té una base empírica. Pren com a punt de partida la tasca diària dels periodistes i adopta decididament el punt de vista de les ètiques contractuals. S'admet que en una societat eminentment lliurecanvista els principis ètics no poden ser altra cosa que el resultat d'una constant negociació entre els ofertors de productes, en aquest cas informatius, i la demanda social representada institucionalment o, sobretot, a través de l'exponent més fiable: el quiosc o els estudis d'audiència qualitatiu o quantitatiu. No s'ha de confondre aquest plantejament amb el situacionisme abans esmentat. Aquí es dona una importància suprema al «dia a dia», però més aviat com a base experimental per forjar uns costums i unes normes que de vegades poden ser tan rígides com aquelles que es deriven de les ètiques absolutistes. Hi ha un bon nombre d'obres que exhibeixen aquest enfocament. Acostumen a estar escrites per professionals que estan o han estat en exercici o bé per autors que prenen com a matèria primera de la seva investigació l'experiència d'aquests professionals. Són les d'aquesta classe unes obres basades en la casuística i tenen nivells de sistematització molt desiguals. Entre aquest tipus d'obres mereixen ser citades les d'Av Westin (1982), Eugene Goodwing (1983), John Hulteng (1985) i Tom Goldstein (1986).

Hi ha encara un tercer enfocament, menys prodigat. Consisteix en l'exposició i anàlisi dels codis deontològics promulgats per institucions internacionals, per les corporacions professionals que existeixen en els diferents països o per empreses o institucions. Entre els treballs basats en els continguts dels codis deontològics són ja clàssics els de Harry Leppänen (1977), Clement Jones (1980), Nordenstreng i Hannikainen (1984) i Porfirio Barroso (1984). Es tracta d'estudis fets sobre un bon nombre de codis nacionals i transnacionals. Més recentment han realitzat a Espanya estudis semblants altres autors com Hugo Aznar (1999 i 2005) i Juan Carlos Pérez Fuentes (2004), mentre que Salvador Alsius (1999) i José Alberto García Avilés (1996) han estudiat més específicament els codis interns d'empreses dedicades al periodisme televisiu.

A través de la dissecció dels codis es pot apreciar que contenen algunes nor-

mes que emanen primordialment de principis generals no discutits i d'altres que s'han generat a partir de l'experiència professional acumulada al llarg dels anys. Però en qualsevol cas, aquests codis, sobretot quan es prenen en consideració conjuntament, vénen a ser la cristallització d'un cúmul de principis i experiències i la plasmació deontològica d'una resultant de forces teòriques i pràctiques que interactuen en un terreny real. Una altra qüestió és que els codis analitzats siguin més o menys observats en els seus respectius àmbits. Però representen, si més no, fotografies prou precises d'allò que es considera que hauria de ser la línia de conductes correctes. Els estudis que es fonamenten en els codis deontològics, doncs, accedeixen alhora al terreny doctrinal i al pragmàtic, i ho fan amb l'avantatge de fer-ho sobre una base positiva.

Tanmateix, les anàlisis comparatives de codis que s'han dut a terme han trobat algunes limitacions evidents. En primer lloc, per poder fer el buidatge de materials de procedència diversa s'acostuma a establir categories molt generals, amb la qual cosa la relació dels temes que apareixen amb més freqüència en els codis es converteix en un catàleg d'evidències. Filat més fi comporta el risc de la descontextualització de conceptes i de termes que tenen significacions molt diferents a les diverses àrees geopolítiques. Thomas Cooper (1989), que ha estudiat críticament aquesta línia d'investigació, adverteix que els codis revisats han aparegut en diferents moments, es refereixen a diferents grups i nivells de representació, i es deriven de diferents estructures, funcions, estàndards i audiències. En la seva gènesi hi concorren diversos factors de caràcter legal, polític, econòmic, cultural, religiós, antropològic, lingüístic, etc., la consideració dels quals és important per procedir a analitzar-los acuradament. Si els codis han de ser «interpretats» per ser entesos —es planteja Cooper—, la seva comparació pot perdre validesa en la mesura que tal interpretació introdueix subjectivitat. Aquesta dificultat epistemològica és la mateixa que en major o menor grau té qualsevol mètode d'anàlisi de contingut. Els experts pioners en aquesta tècnica de recerca ja es van preguntar sobre les possibilitats de superar els problemes epistemològics que comporta la interpretació subjectiva de les dades (Berelson, 1952; Krippendorf, 1990).

Sigui com sigui, els codis deontològics apareixen com la via més clara per inferir una ètica general de la comunicació. És el mateix Cooper qui, a pesar dels seus advertiments, ens duu de la mà en aquest raonament. La pretensió de determinar una representativitat global absoluta (en el sentit que sigui aplicable a tots els llocs i a tots els temps) per a l'ètica de la comunicació és, en el pla empíric, una missió impossible. Però sí que es poden prendre en consideració instruments representatius —declaracions internacionals i lleis sobre comunicació, codis de premsa nacionals, documents dels consells de premsa— com a propostes fetes per representar institucions i poblacions. I entre tots els instruments re-

presentatius, els codis apareixen com els més vàlids per diverses raons. Els codis contenen allò que Cooper denomina «universals conscients de l'ètica de la informació», és a dir, principis i normes que són l'expressió de les maneres de pensar d'un grup, que representa poc o molt una organització, un país o, en alguns casos, grups de països.

Una metodologia prestada pel dret comparat

Com s'ha anunciat anteriorment, dedicarem la resta del present article a comentar el plantejament de la primera fase de la investigació, així com alguns dels seus fruits.

Estem parlant de codis, i els codis són textos que tenen la seva pròpia estructura, el seu propi registre. De fet, al que més se semblen els codis deontològics, en aquest sentit, és als textos legals. Aquesta observació és la que va fer aconsellable adoptar una metodologia pròpia de la ciència jurídica i, més concretament, de les investigacions que són pròpies del dret comparat. Els codis deontològics no són lleis (no tenen una legitimació formal ni una força coercitiva basada en un sistema de sancions), però «semblen» lleis. Resulta pertinent, doncs, «llegir-los» com a lleis.

En dret comparat és usual treballar amb un instrument denominat *thesaurus*, és a dir, una relació dels diversos aspectes que presumiblement tractaran els textos legals que es pretén comparar d'acord amb els coneixements previs que els investigadors tenen sobre la matèria i amb la informació primària que proporciona una primera lectura dels mateixos textos. La investigació a la qual ens estem referint ha usat aquest mateix instrument —que no és en realitat més que una manera de concretar l'activitat classificadora pròpia de qualsevol mètode comparatiu— com a principal eina metodològica. El buidatge i la comparació dels codis es farà a partir d'un *thesaurus* creat *ad hoc*, que denominarem *thesaurus de l'ètica periodística*.

Però abans de desenvolupar aquest *thesaurus* temàtic, cal fer un breu apunt sobre el mètode del dret comparat. Aquesta disciplina treballa amb un primer criteri classificador que considera els elements següents:

- els subjectes o actors involucrats;
- els objectes o contingut normatiu dels textos analitzats;
- el procediment, com a element formal del dret;
- el sistema sancionador, tant pel que fa a tipus de sancions com als organismes que els han d'aplicar.

S'ha de tenir en compte que els codis deontològics s'assemblen en alguns aspectes a les lleis, però no contenen tots els elements que caracteritzen els textos legals. Els codis deontològics expressen habitualment una sèrie de normes, com

les lleis, però no tenen la força coercitiva d'aquestes, per la qual cosa no acostumen a explicitar res sobre algunes de les categories que s'acaben d'enunciar. En el supòsit que ens ocupa, els codis inventariats no contenen cap informació, o la que contenen és irrellevant, sobre els subjectes involucrats, sobre els procediments processals i sobre el sistema de sancions.

Els subjectes o actors són, en general, els periodistes. En alguns dels codis hi ha esments explícits als professionals involucrats. En altres casos els esments són obviats perquè el codi ha estat promulgat en un context suficientment clar en aquest respecte. Una altra qüestió — més subtil — és qui rep la consideració de periodista o, plantejant-ho en uns termes més generals, qui es considera que intervé de manera decisiva en el producte informatiu. La premsa i, més encara, els mitjans audiovisuals són sistemes tecnològicament complexos, i és prou conegut que en el seu si hi treballa un conjunt de professionals de diferents àmbits que participen en graus diversos en la concreció del que podríem considerar el contingut final del producte, entenent aquí per contingut tots els aspectes que poden ser objecte d'una valoració ètica.

Pel que fa al procediment, aquesta és una categoria que s'esvaeix en el cas dels codis. Una llei ha d'oferir garanties a la comunitat a la qual va adreçada. No és aquest el cas d'un codi deontològic, que se sol presentar més aviat com un protocol d'intencions, per més que en el si d'algunes organitzacions pugui arribar a tenir, en alguns casos, efectes coercitius. Fent una analogia una mica forçada, es podrien considerar relatives als procediments certes indicacions que fan els codis sobre els fluxos informatius d'ordre intern que ha d'haver-hi entre els diferents estaments de les empreses periodístiques. Però es tracta també d'un aspecte d'escàs interès a l'efecte que ens ocupa.

I el tema de les sancions també es troba pràcticament absent de l'univers dels codis deontològics. En aquests s'hi indiquen d'una manera més o menys clara les línies que separen les conductes a seguir i les conductes reprovables (i sovint d'una manera gens clara), però rarament aquestes són tipificades com a delictes o faltes — amb les corresponents gradacions de gravetat — i, conseqüentment, tampoc no són sancionades amb penes de cap classe. Sí que es troben en els codis referències freqüents a les lleis vigents sobre determinades matèries i a les sancions a les quals està exposat el periodista si les incompleix. Prendrem nota d'aquest aspecte del contingut dels codis, però tampoc no serà matèria de la nostra anàlisi, ja que aquestes sancions no s'apliquen respecte al contingut normatiu del mateix codi.

L'analogia metodològica amb el dret comparat, doncs, se centrarà exclusivament en allò que fa referència a l'objecte o contingut normatiu dels textos analitzats. I aquí és on el tesaurus al qual s'ha fet referència ens serveix com a instrument bàsic de classificació d'unes categories d'anàlisi.

Críteris per a l'elaboració del tesaurus

El tesaurus ha estat construït a diferents nivells. El nivell primari subdivideix l'univers de continguts possibles en quatre grans àrees, que es corresponen amb grans principis ètics de caràcter general: veracitat, justícia, llibertat i responsabilitat. Els successius nivells de classificació serviran, com veurem, per establir les comparacions entre les normes concretes. Cal subratllar que aquesta articulació és la que ha de permetre la verificació de dos tipus d'hipòtesis o pressuposicions que es poden establir en els estudis comparatius: les relatives als valors ètics reconeguts explícitament o implícitament en els codis i les relatives a les normes concretes.

Existeix un debat entre diferents escoles de la filosofia moral sobre l'existència d'uns «universals» de l'ètica. Cal significar, tanmateix, que si aquí es prenen en consideració uns principis amb vocació d'universalitat no és amb la intenció d'adoptar una posició favorable a la seva validesa com a universals absoluts, sinó per buscar un principi de classificació que ens faciliti respostes respecte a les preguntes que puguem fer-nos sobre els valors ètics implícits en els codis.

Per a la definició dels quatre principis generals que conformen el primer nivell de classificació, s'ha comptat amb les aportacions de dos autors que arriben a delimitar uns «universals» de l'ètica a través de dues vies diferents. Un d'ells és Thomas Cooper, a qui ja hem citat com a «investigador d'investigacions» sobre els codis deontològics (Cooper, 1989). L'altre és Edmund Lambeth, autor d'una de les obres clàssiques sobre ètica periodística que prenen com a punt de partida les teories morals d'abast més general (Lambeth, 1991). Com es veurà, tot i que no hi ha una coincidència total en la formulació dels principis, els resultats presenten unes similituds apreciables.

Thomas W. Cooper es pregunta si existeix una ètica global de la comunicació significada per l'existència d'uns valors universals. Però en referir-se a aquest concepte, defuig les definicions de caràcter metaètic i el reconeixement de la condició d'absoluts per a aquests valors. Segons aquest autor, el caràcter d'absolut només podria ser-los atribuït si fos factible demostrar que són vàlids per a totes les èpoques, i això només seria possible fer-ho amb una interrogació, òbviament inviable, a tota la humanitat passada, present i futura. Així mateix, qüestiona la validesa d'allò que ell denomina *universals subconscients*, és a dir, conceptes referits a un univers humà però consistents en essències intangibles. Els únics universals que accepta com a demostratius d'una ètica periodística de caràcter global són els que compleixen les condicions de referir-se a fenòmens concrets, de poder-se verificar empíricament i de ser representatius. Aquests universals, que Cooper denomina *pedra angular*, són precisament els que es poden reconèixer en els codis deontològics.

Així, doncs, a partir dels estudis precedents sobre codis periodístics i altres documents que expressen criteris deontològics de la professió, Cooper postula com a candidats a universals de l'ètica dels *mass media* aquests tres:

- Veritat. Inclou temes com l'objectivitat i el rigor de la informació.
- Responsabilitat. Inclou temes com la professionalitat, l'accessibilitat als mitjans, la imparcialitat i equitat de tractaments i la lleialtat, així com l'adhesió al que considera costums socials (les nocions culturals de secret, privadesa i protecció de les fonts) i a les normes de motivació (tals com el conflicte d'interessos, el suborn i l'acte-promoció).
- Llibertat d'expressió. Inclou aquí tot allò que limita els fluxos informatius (censura, regulacions, etc.).

També Edmund Lambeth planteja l'existència d'uns universals de la deontologia de la informació, però ell els entén com una derivació de principis d'ordre més general, presents en tota ètica. A diferència de Cooper, Lambeth considera que els codis d'ètica poden establir normes, però són menys explícits respecte als principis generals. Parla, en canvi, d'un «sistema» de deontologia periodística que assumeix, de manera eclèctica, les teories ètiques d'ordre general. Després d'exposar-les (a partir de la clàssica distinció entre ètiques deontològiques, basades en el deure imperatiu, i ètiques teleològiques, basades en les conseqüències dels actes), advoca per a la professió per un sistema que denomina *de regla mixta* i que ha d'harmonitzar la fidelitat a uns principis bàsics amb la consideració de les circumstàncies que concorren en cada situació. Els principis bàsics de l'ètica periodística que descriu són els següents:

- Veracitat. En primer lloc, i de manera fonamental, aquest principi es refereix al compromís que tenen els mitjans de comunicació d'informar el seu públic de manera veraç i rigorosa. S'hi inclouen temes com la precisió dels fets narrats, la necessitat de verificar totes les informacions i la possibilitat d'anticipar-se a la possibilitat d'error. La veracitat i el rigor tenen molt a veure amb la competència professional. En realitat, quan es parla d'un periodisme de qualitat s'està parlant d'un periodisme rigorós. I aquest rigor inclou no només la fiabilitat de les dades aportades, sinó també la voluntat de l'aprofundiment. Existeix una veritat social profunda que els mitjans de comunicació tenen el dret i el deure de canalitzar. Així mateix, s'enquadren en aquest principi els «mètodes exercitats pels periodistes per aconseguir la informació».

- Imparcialitat. L'atenció a la injustícia constitueix una orientació ocupacional bàsica del periodisme occidental. De fet, els periodistes solen tenir molt arrelat un cert esperit justicier. Però certament fa falta —diu Lambeth— aconseguir un clima d'equanimitat a les redaccions dels mitjans de comunicació. I cita, com a àmbits que mereixen una atenció especial, els judicis criminals, els episodis terroristes, els relats d'investigació i altres que es presten a incórrer en el llibel.

— Llibertat. Al costat de la justícia, la llibertat és un tema clau de l'ètica contemporània. En el terreny periodístic ho és en diversos aspectes. La llibertat de premsa, consagrada com a essencial a la primera esmena de la Constitució dels Estats Units, està considerada com un bastió dels règims democràtics. També es pot parlar de llibertat, en un terreny més individual, per referir-nos a la necessària autonomia que ha de conservar sempre el periodista. Aquest ha de defugir qualsevol conflicte d'interessos que pugui comprometre la seva independència.

— Humanitat. Els periodistes, en qualitat d'éssers humans, han de seguir els «deures naturals». Aquests, en principi, exigeixen al periodista que proporcioni ajuda al públic en cas de necessitat. De la mateixa manera, els periodistes no han de danyar de manera directa o intencionada els altres i han d'evitar el sofriment sempre que sigui possible. Per extensió, Lambeth inclou en el marc d'aquest principi assumptes com la seguretat nacional i l'actuació responsable respecte als assumptes de caràcter policíac.

— Servei o «majordomia». «Responsabilitat individual d'administrar la vida i la propietat d'un mateix amb l'adequada consideració dels drets dels altres», d'acord amb una definició subministrada pel *Webster's New Collegiate Dictionary*. El periodista és un «majordom» de la llibertat d'expressió. La idea de «responsabilitat social» es va elaborar en la seva forma de major influència a la Comissió per una Premsa Lliure i Responsable (la denominada *comissió Hutchins*, que va lliurar els seus treballs l'any 1947). Segons Lambeth, encaixen en l'espai d'aquest principi qüestions com la calúmia, la invasió de la intimitat de les persones i la no atenció de les justes reclamacions d'accessibilitat als mitjans.

També Lambeth ens adverteix que aquests principis proposats com a universals no poden ser considerats com a categories absolutes en el terreny deontològic. No gosa dir més que «gairebé absoluts». Per raonar aquesta cautela, assenyala les limitacions que troben els principis quan entren en contradicció entre si en la seva aplicació quotidiana. És certament difícil pensar que, per exemple, idees com la de llibertat i la de responsabilitat puguin ser considerades amb caràcter absolut quan es tracta de principis que no només entren en conflicte, sinó que es limiten mútuament.

Però com ja s'ha indicat, aquests «gairebé absoluts» seran considerats aquí amb un ànim bàsicament operatiu, per establir un principi primari de classificació que ens permeti avançar cap a la construcció del tesauro. A aquest efecte, s'ha procedit a un creuament entre les llistes proposades pels dos autors que s'han usat com a principals punts de referència.

<i>Cooper</i>	<i>Lambeth</i>
Veritat	Veracitat
Responsabilitat	Imparcialitat
Llibertat d'expressió	Llibertat
	Humanitat
	Servei o «majordomia»

Tenint en compte les diferents vies que segueixen Cooper i Lambeth per arribar a la formulació dels respectius principis, ha d'admetre's que les similituds són notables, i més si es para esment a la descripció que en fan. Cal atribuir a raons purament expositives el matís diferencial de parlar en un cas de *llibertat* i en l'altre de *llibertat d'expressió*. Ja hem dit que Lambeth parteix d'un plantejament més generalista i, per tant, no ens ha d'estranyar que la seva formulació d'aquesta idea tingui un caràcter més abstracte. La veritat és que tant el principi de llibertat com el de *veritat* o *veracitat* semblen ser un factor comú de qualsevol plantejament sobre ètica periodística. Per contra, s'aprecia en la proposta de Lambeth la inclusió del principi de *justícia*, que no està present, en canvi, en la llista de Cooper. La causa d'això, probablement, és que els codis deontològics no solen fer esments explícits a aquest principi ètic. Tanmateix, en els codis analitzats directament o indirectament per Cooper, hi ha moltes referències a conceptes que són de la mateixa família, com per exemple *equilibri*, *igualtat d'oportunitats*, etc. I d'altra banda sembla indubtable que el binomi justícia-igualtat (conceptes de tota manera destriables, perquè no sempre el que és igualitari és just) apareix com un dels pilars de tota ètica. En canvi, mentre que Cooper parla de *responsabilitat*, Lambeth eludeix aquest terme i proposa uns altres dos principis: el d'humanitat i el de servei. Però és suficient repassar la descripció que Lambeth fa dels continguts d'aquests dos principis per adonar-se que són perfectament subsumibles en el de *responsabilitat*. Precisament la seva distinció és discutible des d'una perspectiva epistemològica, i la confusió queda ben superada si els continguts proposats s'eleva a un grau major de generalització per parlar de *responsabilitat*, un terme que, a més, ha tingut una presència creixent en la tradició deontològica del periodisme contemporani.

Totes aquestes consideracions ens condueixen a la delimitació de quatre principis de caràcter general que, com ja s'ha avançat, constituiran el primer nivell d'articulació del tesaurus:

- principi de veracitat;
- principi de justícia;
- principi de llibertat;
- principi de responsabilitat.

Cadascun d'aquests principis bàsics serà el contenidor d'una sèrie de temes o ítems que formen el segon nivell de classificació i que, considerats conjuntament, cobreixen amb pretensions d'integritat els problemes de la deontologia periodística.

Per a l'estructuració completa i definitiva del *tesaurus* s'ha disposat de tres tipus de fonts de coneixement: una primera lectura dels mateixos codis que són objecte d'estudi, l'experiència personal d'alguns autors de la investigació en l'activitat periodística i les aportacions de diferents autors que han estudiat des de diverses òptiques la deontologia periodística, com Louis Day, Bruce Swain, Black, Steele i Barney.

Aquest conjunt d'aportacions ha dut, doncs, a la confecció del *tesaurus de l'ètica periodística*, que, com veurem, actuarà a manera de gran contenidor de tots els fragments dels codis deontològics presos en consideració.

Tesaurus de l'ètica periodística

0. Fonamentació ètica

S'inclouran aquí els arguments per justificar l'existència dels codis deontològics, la seva gènesi moral, etc.

1. Principi de veracitat

Qüestions genèriques sobre veritat i veracitat: *objectivitat*, fidelitat als fets, etc. Cal tractar amb cert sentit crític les al·lusions a la *credibilitat*: ser creïble no és el mateix que ser veraç!

1.1. Rigor informatiu

1.1.1. Falsedat

La primera i principal aplicació del principi de veracitat és que les notícies no han de ser falses. El periodista ha d'actuar amb la deguda diligència per tractar d'oferir sempre informacions que s'adeqüin tant com sigui possible a la veritat.

1.1.2. Conjectures, especulacions i remors

No han de ser propagats com a notícies certes tots aquells fets i esdeveniments que no hagin estat degudament contrastats. Els mitjans informatius de qualitat no han de donar pàbul als rumors.

1.1.3. Precisió i exactitud

S'inclou aquí la preocupació per les dades aportades i els procediments establerts per verificar-les.

1.1.4. Elecció, cita i credibilitat de les fonts

Molts aspectes de les relacions genèriques amb les fonts informatives seran inclosos en el marc del principi de llibertat (apartat 3.2). Aquí s'especificaran les al·lusions que els codis fan a les fonts en el tractament immediat de la informació, i en la mesura que són citades (o no) com a elements que confereixen fiabilitat a la informació. Una excepció es troba en l'aplicació del secret professional, entès com un dret de la font quan així s'ha pactat (com queda reflectit a l'apartat 3.2.4).

1.1.5. Contextualització i aprofundiment de la informació

Dir la veritat no és només proporcionar dades precises. Hi ha codis deontològics que declaren el compromís amb la recerca de tots els aspectes significatius de la realitat circumdant.

1.1.6. Difamació i calúmnia

Aquests conceptes poden ser entesos com un cas especial d'inexactitud. Si es tracten en un ítem independent és perquè solen ser considerats (al costat de la injúria) en el marc jurídic en el qual operen els mitjans. La formulació legal de cada lloc i de cada època o jurisprudència determinarà fins a quin punt la falsedat de la informació és una condició *sine qua non* perquè existeixi una tipificació o una altra com a delictes.

1.1.7. Rectificacions

Per una raó o una altra, la falsedat informativa pot produir-se. En aquest cas, és freqüent que la llei prevegi els procediments per forçar un mitjà a fer l'esmena corresponent. Però al marge d'això, el principi de veracitat obliga èticament el mitjà a rectificar.

1.2. Neutralitat valorativa

1.2.1. Separació d'informació i opinió

És una de les normes clàssiques de preservació de la neutralitat en tots els mitjans, on tradicionalment ha existit una divisió entre els gèneres considerats informatius i els considerats valoratius. Cal posar una atenció especial a l'hora de decidir on es marca la divisió en allò que es refereix a la interpretació de les dades: se situa aquesta al costat de la informació o al costat de l'opinió?

1.2.2. Selecció de les notícies i criteris d'inclusió

La selecció i la situació dels fets en els espais informatius pot fer-se de moltes maneres. Evidentment, això dependrà en part de l'estil adoptat per cada mitjà, però tot i així la selecció de les notícies i la forma com aquestes són emmarcades determinarà en bona part (per acció o per omissió) el grau de veracitat amb què actua el mitjà.

1.2.3. Formes de presentació

Aquest ítem es refereix especialment als mitjans audiovisuals, on co-

bra especial rellevància la presència dels presentadors o conductors dels programes informatius, que exerceixen de mediadors entre la realitat narrada i els radiooients o els telespectadors. La personalitat i l'estil dels conductors o d'altres periodistes que actuen davant els micròfons o les càmeres pot condicionar decisivament la interpretació dels continguts informatius.

1.3. Procediments discursius

1.3.1. Obtenció del material: instantànies i enregistraments

Els fotògrafs i els càmeres de televisió disposen d'un ampli repertori de possibilitats a l'hora de captar una escena amb la seva càmera. El punt de vista que triïn serà el que tindrà el lector o l'espectador, de manera que de les seves decisions en el moment de la presa o de l'enregistrament dependrà en part la correcta relació entre l'esdeveniment i la narració que se'n farà.

1.3.2. Titulació i estructures textuais

És ben conegut el fet que un titular malintencionat o desafortunat pot arruïnar la qualitat d'un text informatiu. No és estrany, doncs, que alguns codis deontològics o algunes normes d'ús intern a les redaccions puguin alertar sobre l'especial cura que cal tenir en la redacció dels títols i, en general, de tots els elements textuais i supratextuais; de manera molt especial, amb referència al lèxic que pugui donar lloc a tractaments estereotipats o interpretacions ambigües.

1.3.3. Selecció, manipulació i ordenació d'imatges i so

De nou és obvi que aquest ítem fa referència especialment als mitjans audiovisuals, així com al fotoperiodisme. En la fase de muntatge de les informacions, les noves tècniques digitals faciliten enormement la possibilitat que els documents originals (tant imatges com elements sonors) siguin alterats. A més, la combinatòria dels elements disponibles, encara que aquests no hagin estat alterats, pot donar lloc a equívocs o a falsejaments.

1.3.4. Gèneres informatius

Tant el periodisme escrit com l'audiovisual disposen d'una sèrie de fórmules narratives més o menys tipificades. Unes entren en el grup dels anomenats gèneres informatius i d'altres són considerades «gèneres d'opinió» (vegeu l'ítem 1.2.1). Però més enllà d'aquesta distinció bàsica, cada gènere té unes claus de reconeixement. El bon ús d'aquestes claus és bàsic perquè el missatge arribi al receptor d'una manera clara i sense equívocs. El mateix pot dir-se pel que fa a la distinció entre espais informatius i espais publicitaris.

1.3.5. Elements espuris: gràfics i músiques

Hi ha una sèrie d'elements informatius que acompanyen la informa-

ció però que no són documents informatius en si mateixos. Poden contribuir a enriquir el producte, però a l'hora d'usar-los, cal preguntar-se fins a quin punt contribueixen a enriquir la realitat o fins a quin punt l'allunyen o la mistifiquen.

1.3.6. Sensacionalisme i espectacularització

A pesar que aquest ítem és, en certa mesura, transversal respecte als anteriors, es considera independentment, atès que aquests termes són molt sovint usats per qualificar certes formes de presentar la informació.

1.4. Recreacions i falsejaments

1.4.1. Elements de ficció i escenificacions

Aquí es prendran en consideració les diverses formes de dramatització d'esdeveniments en les quals els protagonistes dels fets són substituïts per personatges inventats (en el cas de la premsa) o d'actors (en el cas de la ràdio i la televisió). Així mateix, es tindran en compte les escenificacions de fets quan són realitzades per les mateixes persones que són subjectes del fet informatiu.

1.4.2. Realimentació per presència d'informadors

Molt sovint succeeix que la presència de periodistes en el lloc dels fets introdueix modificacions en els comportaments i en les actituds de les persones que es troben en una determinada situació. Aquest fenomen es dona especialment quan la presència d'informadors va acompanyada d'instrumental tècnic ostensible (micròfons, càmeres, focus...).

1.5. Procediments enganyosos en l'obtenció de la informació

Noteu que fins aquí els diversos epígrafs es referien a pràctiques professionals que poden minvar la veracitat del producte informatiu. Els dos epígrafs que completen aquest apartat (sobre la veracitat) es refereixen a pràctiques en les quals l'engany es produeix en les formes de recopilació de la informació, independentment que aquesta sigui certa o falsa.

1.5.1. Anonimat i disfresses

Aquí es prendran en compte totes les situacions en què al periodista li convé ocultar la seva condició professional per aconseguir que la seva font d'informació actuï d'una manera més espontània. Aquesta dissimulació pot tenir diversos graus, que van des de l'omissió de la identitat fins a la suplantació de personalitat.

1.5.2. Càmeres ocultes i enregistraments subrepticis

L'obtenció de fotografies a distància i sense el coneixement ni el consentiment de les persones afectades és un vell tema de polèmica periodística i motiu de freqüents litigis legals. Però els nous dispositius tècnics han afavorit l'obtenció de documents sonors i gràfics de manera clandestina. El fotoperiodisme i el periodisme audiovisual es veuen es-

pecialment immersos en els dubtes deontològics que suscita aquest tipus d'actuacions professionals.

1.6. Plagiarisme

Queda fora de tot dubte que el pur plagi de les informacions és una transgressió clara de l'ètica periodística. No obstant això, aquesta realitat coexisteix amb el dret al lliure flux de la informació. Les notícies, una vegada divulgades, passen a ser de domini públic. Per tant, perquè es pugui parlar de plagi s'ha de donar una sèrie de circumstàncies que afecten no només els continguts de la informació sinó també la forma amb què aquesta és oferta.

1.7. Altres elements relacionats amb el principi de veracitat

S'inclouran aquí altres elements qualssevol que es puguin considerar dins l'àmbit de *veracitat* i que no tinguin un lloc clar en algun dels epígrafs anteriors.

2. Principi de justícia

Qüestions genèriques sobre justícia, entenen per tal allò que en el món anglosaxó es denomina *fairness* ('imparcialitat'). És una mica semblant al que conté l'ítem 1.2. Però mentre allí el valor predominant és la veritat, aquí ho és la justícia. Fins i tot quan es diu formalment la veritat, es pot ser parcial o tendencios.

2.1. Imparcialitat

2.1.1. Inclusió dels diferents punts de vista

Sembla fora de tot dubte que una condició necessària, encara que no suficient, perquè una informació sigui justa és que sigui completa, en el sentit que inclogui tots els punts de vista pertinents i també que mantingui un equilibri raonable entre totes les parts quan existeix conflicte. En aquest ítem es tindran en compte totes les normes deontològiques establertes en aquest sentit, tant les que operen en un termini immediat (en l'elaboració d'una informació concreta) com les que operen a llarg termini (en la línia informativa d'un mitjà).

2.1.2. Dret de rèplica

De la mateixa manera que la rectificació d'errors és un aspecte del rigor informatiu, la possibilitat que les persones afectades tinguin accés al mitjà de comunicació per contestar plantejaments informatius que els puguin afectar és una de les formes d'exercici de la imparcialitat. Aquesta facultat pot estar regulada o no per la llei, però és evident que —prèviament o independentment de la reclamació feta per via jurídica— el mitjà en qüestió pot assumir l'atenció de les reclamacions que es considerin justes.

2.1.3. Quotes polítiques

Es tracta d'un cas especial de l'apartat 2.1.1. La legítima pugna pel poder que s'estableix en el marc democràtic es resol cada vegada més

en l'escenari mediàtic. Així doncs, els mitjans de comunicació han de tenir cura per oferir a les diverses opcions polítiques un accés proporcionat. De manera molt especial en temps de precampanya o de campanya electoral, els mitjans de titularitat pública han de vetllar per donar un tractament equilibrat a les diverses opcions polítiques, i això independentment de com quedin fixades per llei les quotes de presència.

2.2. Tractament de grups socials desfavorits

S'inclouran aquí totes les normes que tendeixin a evitar que els estereotips que operen en la societat puguin estigmatitzar diversos col·lectius de persones o incidir negativament en la seva consideració pública. Això inclou tant el dret d'accés de tots els col·lectius com el tractament de què són objecte, en el sentit que no se'ls discrimini. Aquestes observacions valen per a tots i cadascun dels grups assenyalats en els subepígrafs següents:

- 2.2.1. Racisme i xenofòbia
- 2.2.2. Sexisme i quotes segons sexe
- 2.2.3. Persones grans
- 2.2.4. Homofòbia
- 2.2.5. Malalties mentals
- 2.2.6. Minusvalideses
- 2.2.7. Altres grups

2.3. Presumpció d'innocència

2.3.1. Detinguts i sospitosos

El principi de presumpció d'innocència, bàsic per a una correcta administració de la justícia, és un dels fonaments jurídics que més ha calat en l'opinió pública. La idea que tot processat és innocent mentre no es demostrï el contrari — i, més precisament, fins que un tribunal el declari culpable a través d'una sentència — ha transcendit les sales de justícia i ha trobat un lloc estable entre el comú de la ciutadania. Els mitjans de comunicació, certament, han estat en bona part els causants d'aquesta «popularització» del principi de presumpció d'innocència. Però alhora són (o corren el risc de ser) els responsables de la seva freqüent transgressió. I aquesta es pot produir ja des del moment de la comissió d'un delicte i de l'existència de sospitosos.

2.3.2. Tractament de vistes judicials

Tot el que s'ha apuntat a l'epígraf anterior té aplicació, com és lògic, durant la celebració de les vistes judicials. I aquí ha de tenir-se en compte, quan escau, el respecte a la independència dels membres dels jurats i els testimonis i al conjunt dels procediments judicials. Aquest respecte proscriu, en general, la realització dels anomenats *judicis paral·lels* en els mitjans de comunicació.

2.3.3. Víctimes de delictes i persones condemnades judicialment

Fins i tot quan estem davant de persones condemnades per una sentència judicial, cal establir una distinció entre els fets pels quals s'ha produït la condemna i altres aspectes de la vida de les persones implicades. A més, en qualsevol cas sempre ha de ser respectat el dret d'aquestes persones a una futura rehabilitació social una vegada que hagin complert la condemna corresponent.

2.4. Altres elements relacionats amb el principi de justícia

S'inclouran aquí altres elements qualsevol que es puguin considerar dins l'àmbit de *justícia* i que no tinguin un lloc clar en algun dels epígrafs anteriors.

3. Principi de llibertat

Evocacions genèriques a la llibertat de premsa i a la llibertat d'expressió, tant referides als mitjans informatius com a l'exercici d'un dret individual.

3.1. Condicionaments externs

3.1.1. Control del poder polític

Aquesta és tal vegada la més «veterana» de les influències que s'exerceixen sobre els mitjans de comunicació. Cal tenir en compte que hi ha diferents maneres d'exercir aquest control. Una és l'ascendent aconseguit amb cobertura legal i en virtut del caràcter de servei públic atorgat als mitjans (en major grau als de titularitat pública, però també en certa mesura als privats). L'altre procediment de control és el que *de facto* poden exercir les persones o els grups instal·lats en el poder amb l'objecte de perpetuar-s'hi o de fer servir la seva influència per a objectius aliens a les necessitats informatives.

3.1.2. Servituds comercials

En primer lloc, i de manera preeminent, es consideraran aquí les influències que tracten de tenir sobre els responsables de la informació els que proporcionen als mitjans de comunicació els recursos econòmics necessaris per a la seva subsistència: els anunciants i els patrocinadors. Per extensió, entren també en aquest ítem totes les pressions que tenen una intenció bàsicament econòmica, encara que els que les exerceixin no siguin clients del departament comercial del mitjà en qüestió.

3.1.3. Altres formes de control

S'agrupen aquí totes les pressions que diverses institucions o persones particulars —no mogudes per interessos polítics o econòmics identificables com a tals— poden voler exercir sobre les empreses o sobre els periodistes amb la finalitat de forçar cobertures informatives no previstes, evitar les que sí que estan previstes o modificar en algun sentit els plantejaments informatius o determinats enfocaments de les notí-

cies. Han de merèixer una atenció especial els gabinets de comunicació que treballen per encàrrec de clients precisament per aconseguir algun d'aquests fins. Queden exclosos d'aquest ítem els privilegis que pretenen aconseguir les persones o les institucions que actuen com a fonts informatives, supòsit que s'inclou als diversos apartats de l'epígraf 3.2.

3.2. Relacions amb les fonts

3.2.1. Subministrament d'informació

Les fonts informatives són selectives d'acord amb els seus interessos. Procuren fer arribar als mitjans de comunicació les notícies o les dades que els afavoreixen i, per contra, obstaculitzen tant com poden l'accés a la informació si aquesta no els és favorable. En aquest ítem es tindran en compte els filtres que els periodistes i les empreses han d'establir per avaluar els continguts del material que les fonts i els seus intermediaris els facilitin.

3.2.2. Pagaments a implicats

Tothom sap que la informació és una mercaderia que, en el món actual, és objecte de múltiples transaccions. Però el públic tendeix a mirar amb recel una notícia o un reportatge quan sap que algun dels seus protagonistes ha cobrat per la seva participació. Cal veure quines conseqüències poden implicar aquests tractes en la integritat del producte informatiu.

3.2.3. Condicions imposades i drets de les fonts

Es donen situacions en què les fonts informatives no prenen la iniciativa per influir en la informació però sí que tracten d'aconseguir avantatges mitjançant la imposició d'una sèrie de condicions. Aquestes poden resultar acceptables en alguns casos. Però no ho són, o no haurien de ser-ho, si d'això se'n deriva un deteriorament o una alteració substancial de la informació. Al mateix temps, per mantenir actives i obertes les seves fonts, els periodistes tal vegada han d'acceptar algunes de les condicions que aquestes els imposen. I encara amb més motiu, els han de reconèixer uns drets, el respecte dels quals és a la llarga una de les millors garanties del flux informatiu.

3.2.4. Secret professional

Es tracta, en realitat, d'un cas particular dels dos aspectes de l'ítem anterior. És a dir, una condició que eventualment poden imposar les fonts (l'ocultació de la seva identitat), que sol ser reconeguda com un dret de manera sistemàtica pels periodistes. És un dret que ha anat fent seu la mateixa professió i que, plantejat en principi com a postulat deontològic, ha esdevingut una figura jurídica en alguns estats democràtics (en el cas d'Espanya, està reflectit a l'article 20 de la Constitució). Noteu que la reivindicació del dret de la font a mantenir l'anonimat no-

més pot acceptar-se com a excepció, ja que la tònica, en nom de la veracitat i de la credibilitat dels mitjans, és precisament la revelació de les fonts informatives (epígraf 1.1.2).

3.3. Conflictes d'interessos

3.3.1. Interessos empresarials

Les empreses periodístiques poden tenir altres interessos diferents dels estrictament informatius. Alguns d'aquests interessos són clarament aliens a l'activitat periodística i hi entren necessàriament en conflicte. Uns altres es deriven de la mateixa lògica empresarial i són ben legítims; per exemple, l'obtenció de beneficis econòmics. Els problemes poden sorgir quan es tracta de compatibilitzar aquests interessos amb l'elaboració del producte informatiu. La mateixa necessitat d'aconseguir èxits comercials (habitualment xifrats en l'augment dels tiratges o de les audiències) pot comportar determinades renúncies a la informació de qualitat.

3.3.2. Incompatibilitats i interessos particulars dels periodistes

Els professionals del periodisme tenen una sèrie de compromisos amb el producte que elaboren. Per complir-los necessiten gaudir d'un grau d'independència suficient. Han de comptar amb aquesta independència per part de l'empresa a la qual presten els seus serveis, però també respecte a altres lligaments personals que poguessin posar-la en perill o limitar-la. Han de prevenir-se, doncs, contra qualsevol tipus d'interès que pogués afectar la integritat del producte que elaboren: guanys econòmics, prebendes, afalacs, manteniment d'amistats, fidelitats personals, etc.

3.4. Altres elements relacionats amb el principi de llibertat

S'inclouran aquí altres elements qualssevol que es puguin considerar dins l'àmbit de *llibertat* i que no tinguin un lloc clar en algun dels epígrafs anteriors.

4. Principi de responsabilitat

Apel·lacions a la responsabilitat institucional i individual en el sentit de recordar que existeixen drets l'extensió dels quals ha de ser ponderada pel que fa a la llibertat de premsa. Així mateix, se situaran aquí les exhortacions a complir, a través dels mitjans, amb compromisos socials diversos als quals se'ls atribueixi un valor democràtic, cultural, etc.

4.1. Primacia de la vida i de la seguretat de les persones

4.1.1. Prioritat de l'ajuda humanitària

Aquest ítem es refereix a certes situacions excepcionals que es poden produir en la cobertura de determinades informacions: aquelles en les quals el reporter ha d'optar entre dur endavant la seva tasca informati-

va o abandonar-la per contribuir a eliminar o pal·liar situacions de risc per a les mateixes persones implicades en l'objecte de la informació.

4.1.2. Seguretat pública

En molts països solen haver-hi mecanismes legals que impedeixen informar lliurement de certs temes que afecten la seguretat pública. Però més enllà d'aquestes imposicions, les redaccions dels mitjans solen rebre, també en nom de la seguretat, sol·licituds que es facin determinats tractaments informatius o que es guardi una especial prudència amb certs temes. No obstant això, existeix el risc que, emparant-se en aquest objectiu, alguns governs impedeixin la divulgació de dades que no són propícies a la seva línia política i, per tant, limitin inadequadament la llibertat de premsa. Això inclou tota una casuística que afecta molt especialment els corresponsals de guerra.

4.1.3. Terrorisme i insurrecció

Aquest ítem podria ser subsumit en l'anterior. Però el fenomen del terrorisme té en el món actual una rellevància suficientment gran com per fer-ne reflexions i tractaments específics. Les accions terroristes provoquen situacions d'extrema tensió entre la necessitat de mantenir informat el públic i la inconveniència de potenciar la imatge i les estratègies dels malfactors. D'altra banda, es fa molt difícil establir una línia clara entre allò que pot ser considerat com a terrorisme i allò que és mereixedor d'atenció i respecte com a moviment d'alliberament de tiranies o d'opressions.

4.2. Privadesa

4.2.1. Invasió de la intimitat

L'acció dels mitjans de comunicació pot resultar summament intrusiva envers les persones que són considerades objecte de l'atenció pública. Això pot succeir perquè aquestes persones ocupen un càrrec rellevant que comporta responsabilitats públiques o perquè determinades circumstàncies de la seva vida (el patiment d'una malaltia, per exemple) poden resultar interessants o suggestives per al públic.

4.2.2. Protecció dels menors

La societat, a través de mecanismes legals, tendeix a posar una èmfasi especial en la conveniència de preservar la imatge i el bon nom dels menors. Els mitjans de comunicació han de tenir una cura especial en aquest aspecte, sobretot quan els menors estan involucrats directament o indirectament en notícies de crims, delictes sexuals, etc.

4.2.3. Dret a la pròpia imatge

Entre els problemes ètics específics als quals ha de plantar cara el periodisme gràfic i televisiu, hi destaca el tractament de la imatge de les

persones. Certs usos d'aquesta imatge poden causar danys morals i materials que la deontologia professional no pot deixar de tenir en compte.

4.2.4. Dolor i aflicció

Es donen circumstàncies que poden fer especialment conflictiva la intrusió en la vida de les persones o l'ús de la seva imatge. Entre aquestes circumstàncies hi ha les que impliquen dolor i sofriment per a les persones afectades. La noticiabilitat dels accidents i les catàstrofes sovint crea situacions en les quals els reporters han de sospesar l'interès que pugui tenir el públic a conèixer els fets i el respecte a l'aflicció de les víctimes i familiars.

4.2.5. Suïcidi

Aquest és un tema que pot ser considerat des de diversos punts de vista (el seu grau de noticiabilitat, els riscos d'induir conductes imitatives, etc.). S'ha inclòs aquí en prendre's en consideració que el nucli de la decisió d'informar sobre suïcidis o no fer-ho rau en el mateix tipus de consideracions que es poden fer respecte a qualsevol altre aspecte de la privadesa, i a partir de la consideració de la mort com un acte íntim de la persona.

4.3. Matèries d'especial sensibilitat social

4.3.1. Incitació a la violència i altres conductes antisocials

Malgrat que es poden establir diverses reserves sobre els suposats efectes que tenen sobre el públic els continguts dels mitjans, no hi ha dubte que aquests poden contribuir eficaçment a modificar les actituds i les conductes d'amplis sectors del públic. En la mesura que això sigui cert — i que ho sigui per a la transmissió de pautes de comportament que es considerin negatives, com per exemple la violència —, els periodistes que preparen la informació han de ser conscients de la responsabilitat que contrauen quan divulguen accions o fets que poden prestar-se a ser imitats.

4.3.2. Mal gust

Si és incert i discutible què és i què no és una conducta antisocial, més ho és encara el concepte de *bon gust*, subjecte a les diverses percepcions culturals, generacionals, etc. Però sens dubte hi ha imatges i expressions que un gran nombre de persones consideren de *mal gust* i que convé, doncs, que siguin evitades com a mínim per raons d'oportunitat. Però aquesta és una matèria tan relativa que alguns la situarien clarament fora dels dominis de l'ètica periodística.

4.3.3. Respecte a les creences

Són creixents tant en nombre com en intensitat els debats ètics ge-

nerats per suposades faltes de respecte a credos i religions. I encara que cal respectar la llibertat d'expressió, també s'ha prodirat la idea que pot ser preferible, en determinades circumstàncies, evitar determinades burles que puguin afectar en allò més profund les creences de les persones.

4.3.4. Alarmisme

Aquest és també un concepte molt relatiu, atès que es fa molt difícil destriar quin tipus de coses susciten una alarma realment generalitzada. D'altra banda, els aspectes i les situacions que poden englobar-se en aquest concepte són molt heterogenis: alarma per motiu de l'amenaça d'una epidèmia; alarma per motiu de l'anunci d'una possible fallida bancària; alarma per l'anunci d'una previsió meteorològica... No obstant això, el concepte d'*alarma social* s'ha anat obrint pas a les societats actuals, tenallades per temors de signe molt divers.

4.3.5. Violència de gènere

La sensibilitat social respecte a aquesta matèria fa que estigui sent inclosa d'una manera expressa en alguns codis deontològics o en documents que la tracten específicament.

4.4. Cooperació amb les autoritats i institucions públiques

Les autoritats administratives, judicials, etc., així com les forces de l'ordre o de seguretat, sol·liciten en alguns casos una col·laboració especial dels mitjans de comunicació. El grau de compliment sol plantejar dubtes raonables de caràcter ètic. S'inclouran aquí quan no es refereixin d'una manera específica a altres ítems del tesaurus (com, per exemple, terrorisme —4.1.3—, violència de gènere —4.3.5—, etc.).

4.5. Altres elements relacionats amb el principi de responsabilitat

S'inclouran aquí altres elements qualssevol que es puguin considerar dins l'àmbit de *responsabilitat* i que no tinguin un lloc clar en algun dels epígrafs anteriors.

5. Altres matèries incloses en els codis ètics

[Aquest apartat s'incorpora com un apèndix del tesaurus, a pesar que els epígrafs que l'integren escapen clarament de la deontologia professional o s'hi refereixen d'una manera tangencial. Si s'incorpora aquí és a l'efecte de poder inventariar certs continguts d'alguns codis (especialment els interns de les empreses periodístiques) que inclouen matèries que podrien ser més pròpies d'un altre tipus de documents.]

5.1. Qüestions d'estil

Referències contingudes en els codis ètics que apel·len més a plantejaments estilístics dels mitjans i la relació dels quals amb la deontologia apareix com molt remota.

5.2. Qüestions relatives a l'organització redaccional

5.2.1. Estatuts de redacció i comitès professionals

Referències explícites a aquestes dues fórmules d'autoregulació professional.

5.2.2. Relacions jeràrquiques i comunicacions internes

Altres referències a l'organització redaccional, a les obligacions de comunicar determinades conductes o dubtes sobre conductes professionals, etc.

5.3. Qüestions relatives al context sociolaboral dels periodistes

Aspectes retributius, formació i reciclatge professional, etc.

5.4. Clàusula de consciència

Aquesta figura, prevista a la Constitució espanyola i regulada legalment, té una aplicació transversal respecte als principis ètics que constitueixen el primer nivell de classificació del tesaurus. Per això i per la seva relació amb l'ítem anterior (5.3), se situa en aquest apartat especial.

5.5. Exhortacions als mitjans i als professionals a favor dels drets humans

En alguns codis es reclama expressament als mitjans de comunicació i als periodistes que hi treballen que reflecteixin en els continguts informatius una actitud proactiva de defensa dels drets humans i de la dignitat de les persones i dels pobles.

5.6. Crides fetes a institucions alienes als mitjans

En alguns codis hi ha articles que fan exhortacions a l'Administració o a altres institucions públiques perquè adoptin mesures que redundin en una informació de major qualitat per a la ciutadania o en uns tractaments informatius més adequats.

5.7. Aplicació dels codis, grau d'obligatorietat i arbitratge

Es tindran en compte aquí les al·lusions que els codis poguessin fer a la seva implementació, al caràcter més o menys coercitiu que els volen conferir els seus impulsors i a possibles organismes de seguiment o arbitratge.

5.8. Altres matèries de difícil classificació

Dues característiques del tesaurus

Els principals problemes a què s'ha hagut de fer front en abordar la confecció d'aquest tesaurus són els propis de qualsevol mètode basat en la classificació: la completesa i el caràcter exclouent.

Pel que fa a la primera qüestió, és obvi que una eina metodològica d'aquestes característiques ha de permetre abastar tots els elements susceptibles de ser presents en l'univers de casos possibles. En el nostre cas, una primera lectura dels codis (citada anteriorment com una de les fonts de coneixement usades) ha-

gués pogut ser suficient per aconseguir una exhaustivitat respecte a tots els casos presents, però no respecte a tots els casos possibles. En altres paraules, feia falta prevenir-se de la possibilitat que en els codis analitzats hi hagués buits respecte a qüestions rellevants. Evidentment, el fet que pugui haver-hi ítems que no siguin ocupats per cap element dels continguts dels codis no significaria necessàriament que aquests ítems no siguin pertinents. Podria significar, senzillament, que pot haver-hi aspectes deontològics del treball periodístic que són massa nous per figurar en uns codis alguns dels quals tenen uns quants anys d'existència; podria significar que es refereixen a matèries sobre les quals encara no s'ha elaborat una suficient «doctrina» deontològica, o podria significar que no han estat considerats de suficient entitat o incidència com per ser presos en consideració en uns documents que han de tenir uns certs límits d'extensió per ser operatius. Per a una anàlisi com la que la investigació endegada es proposa, tan important és verificar quins són els temes més presents en els codis com descobrir que hi ha temes importants que no són considerats o tenen poca incidència. S'ha partit de la presumpció que el contingut dels codis s'acosta molt a un bagatge deontològic universal, però no hi ha garanties que abastin i reflecteixin absolutament tots els problemes ètics que es plantegen realment en les redaccions dels mitjans. L'única manera de descobrir aquest possible diferencial és disposar d'un tesaurus com més exhaustiu millor, objectiu que s'ha tractat d'assolir a través de les fonts de coneixement abans esmentades. Aquesta acumulació d'aportacions ofereix unes seguretats raonables de completesa, tot i que cal advertir que aquestes garanties es poden oferir només en una perspectiva sincrònica, és a dir, per al moment present de la deontologia periodística. Molts dels temes tractats no haurien estat imaginables —o s'haurien plantejat d'una altra manera— fa vint anys; i per descomptat, s'ha de tenir present que l'evolució dels mitjans pot generar nous problemes deontològics que ara són imprevisibles.

Respecte a l'altra condició que ha de complir qualsevol sistema eficaç de classificació, és a dir, que els seus elements siguin inequívocs i disjunts, s'ha hagut de fer front a un greu problema: el caràcter recurrent dels continguts dels codis. Aquest té dues raons de ser. En primer lloc, els codis estan concebuts amb una intenció eminentment funcional per fer més operativa la consulta als seus potencials usuaris (l'organització textual dels codis és molt diversa). Això implica que s'hi troben moltes concomitàncies conceptuals, redundàncies, etc. que compliquen la tasca de classificació. A més, l'activitat periodística és polifacètica i està subjecta a relacions i a fidelitats d'ordre molt divers. En conseqüència, hi ha poques conductes professionals que es puguin observar des d'una sola perspectiva. Un periodista té el deure de dir la veritat al públic, però també té el deure de respectar el caràcter confidencial d'algunes de les seves fonts; un

mitjà ha de tenir llibertat d'expressió, però ha de mantenir una certa prudència davant d'alguns temes especialment delicats. Els preceptes i les obligacions recollits en els codis són sovint polièdrics, la qual cosa fa difícil classificar els continguts en categories disjunctes. Un cert solapament es fa, doncs, gairebé inevitable. Tot i així, s'ha procurat dotar el tesaurus d'una estructura que minimitzés aquest problema. I l'estructura de la base de dades que s'utilitza per a la investigació contribueix també a solucionar-lo.

Descripció de la base de dades

En la primera fase de la investigació a què ens estem referint s'ha treballat amb una base de dades molt versàtil, que ha permès portar a terme una completa incorporació dels codis, així com de diversos elements contextuals de referència per al seu estudi i comprensió.

Els camps que s'han incorporat al fitxer general de codis són els següents:

- Nom del codi o document
- Tipus d'entitat promotora
 - Corporació professional
 - Institució pública
 - Empresa o mitjà de comunicació
 - Altra
- Àmbit geogràfic d'aplicació
- Lloc de creació (ciutat/regió/estat)
- Any de creació
- Any de l'última revisió
- Tipus de codi
 - Corporatiu general
 - Codi o llibre d'empresa (pot ser part d'un llibre d'estil)
 - Estatut de redacció
 - Sectors professionals
 - Temàtics:
 - Immigració
 - Judicis
 - Successos i tragèdies
 - Terrorisme
 - Política
 - Comunicació local
 - Violència domèstica o de sexe
 - Infància, joventut
 - Homosexualitat

- Ètnies
- Salut
- Ciència i tecnologia
- Diversos
- Altres
- Cos textual
 - Text únic
 - Text amb annexos
 - Conjunt de documents
- Extensió (nombre de paraules)
- Referències i observacions (camp obert que permet incloure elements sobre la gènesi del document o aclariments sobre els seus objectius, continguts, etc.)
 - Enllaç (camp amb un hiperenllaç que permet accedir al document en alguna de les seves versions digitals, a Internet)

D'altra banda, i això és el més significatiu a l'efecte de l'anàlisi de contingut, cada fitxa de codi permet accedir, a través d'una pestanya especial, a un subfitxer de fragments. En aquest, es copien un a un els articles o petits fragments de cada codi. Això permet atribuir-li un o més ítems del tesaurus temàtic.

Aportacions per a l'estudi de l'ètica periodística

Recordem novament que aquesta part de la investigació és, en el marc general del conjunt de la recerca, una servitud de pas cap a les següents. Si el que volem és esbrinar quina relació hi ha entre el sistema de valors dels professionals i dels ciutadans respecte a allò que podríem denominar *cànon deontològic*, prèviament hem d'establir-lo. I el que sembla més adequat a aquest efecte és esbrinar quin és el contingut dels codis deontològics que operen en el mateix context geopolític.

Tot i així, el treball corresponent a aquesta primera fase té un interès intrínsec almenys pels motius següents:

— Encara que la labor d'inventariar els codis deontològics existents a Espanya ha estat realitzada ja anteriorment (de manera especial pels ja citats Aznar i Pérez Fuentes), el fet que constantment s'estiguin generant nous documents o modificant els ja existents dóna ple sentit al propòsit d'abordar una nova compilació.

— La possibilitat d'executar aquest treball compilatori usant procediments informàtics (una base de dades) permet realitzar l'anàlisi de contingut dels documents amb una gran eficàcia i obre un món de possibilitats en múltiples direccions.

— La metodologia usada deixa oberta la possibilitat a una actualització permanent del llistat de codis i de la seva anàlisi.

— El suport digital permet augurar fórmules de consulta en línia per a altres investigadors. Així, quedaria oberta la possibilitat d'institucionalitzar la base de dades en el marc d'un observatori permanent de l'ètica periodística.

Actualment, els continguts de la base de dades poden resumir-se com segueix:

S'han recollit fins al moment prop de vuitanta documents. D'aquests, tres són codis de caràcter transnacional que, per les característiques de les institucions que els han promogut, tenen aplicabilitat per als professionals espanyols: la Declaració de principis sobre la conducta dels periodistes, de la Federació Internacional de Periodistes; els Principis Internacionals d'Ètica Professional del Periodisme de la UNESCO, i la Resolució 1003 (1993) sobre ètica del periodisme, del Consell d'Europa.

Passant a inventariar els codis creats a Espanya, tres corresponen a corporacions professionals d'àmplia implantació en els seus àmbits respectius: el del Col·legi de Periodistes de Catalunya, el de la FAPE (Federación de Asociaciones de Periodistas de España) i el del Sindicato de Periodistas de Madrid. Tenim a continuació catorze documents amb contingut específic de caràcter deontològic establerts en empreses periodístiques o grups de comunicació, públics o privats. En alguns casos es tracta de codis de conducta i en uns altres de llibres d'estil que contenen parts específicament dedicades a qüestions relacionades amb la conducta professional. Un altre grup ampli el constitueixen els estatuts de redacció. Com succeeix amb els llibres d'estil, els estatuts no tenen per què contenir necessàriament doctrina o normativa deontològiques, però en força casos sí que se'n troba en una part de l'articulat. Existeix un altre grup, aquest menor, de codis que es refereixen a sectors professionals especialitzats (per exemple, fotògrafs o informadors gràfics). I finalment, un altre ampli grup ve donat per codis que podríem anomenar *temàtics*. Ens referim a documents que no són generalistes, sinó que aborden uns aspectes determinats de l'ètica professional. La major part d'aquests codis han emanat d'institucions que estan compromeses amb la qualitat de la informació periodística (com per exemple les corporacions professionals o els consells audiovisuals) o d'organitzacions no governamentals que treballen en parcel·les socials especialment sensibles als continguts informatius que els incumbeixen. Entre els àmbits informatius més representats trobem la immigració, el tractament dels judicis, la salut i la violència de sexe.

Com s'ha dit anteriorment, la base de dades està estructurada a un doble nivell: les fitxes de codis i les fitxes de fragments de text. De cadascun d'aquests nivells podem extreure o recuperar informacions diverses.

Com és obvi, tractant-se d'una base de dades, el primer nivell (fitxer de co-

dis) ens permet recuperar la informació ordenant les fitxes per qualsevol dels criteris que hem enumerat anteriorment (com per exemple, la tipologia dels documents, la seva antiguitat, el seu àmbit, etc.). Però a l'efecte de l'anàlisi de contingut dels codis, el que més ens ha d'interessar és el segon nivell de la base. A partir de cadascuna de les fitxes, i a través d'una pestanya que duu el rètol *Fragments*, es pot entrar en un altre conjunt de registres. En aquests hi ha un camp principal, de text, on es reproduïx un article o conjunt d'articles, o epígrafs. Un altre camp permet introduir el número de l'article o epígraf en el codi de referència. Finalment, i aquí arriba l'element que serà clau per a l'anàlisi, a cadascun dels fragments se'ls pot atribuir un o més dels ítems del tesaurus que hem descrit anteriorment.

Aquesta última particularitat de la base de dades és la que li confereix major utilitat. Ens estem referint als informes temàtics. Tal com està construïda la base, podrem obtenir amb summa facilitat un informe sobre el que diuen tots els codis recollits a la base de dades respecte d'un dels ítems qualssevol (simplement per compilar-lo o per procedir a un estudi comparatiu). Això suposa una eina molt eficaç per a la preparació d'articles, ponències, etc. sobre qualsevol aspecte de l'ètica professional.

Com s'ha dit anteriorment, un dels avantatges de la construcció de la base de dades és que s'ha de considerar oberta a noves aportacions. A mesura que vagin apareixent nous codis, poden ser incorporats a la base i es pot procedir al buidatge del seu contingut per fragments que poden ser convenientment catalogats. Això permet pensar en una expansió en diverses direccions que són perfectament combinables:

- a) La base pot anar-se nodrint, com fins ara, de nous documents sobre deontologia periodística que apareguin a Espanya.
- b) La base podria acollir documents de tot el món.
- c) La base podria fer-se accessible en línia per a l'ús de tots els investigadors que necessitessin extreure'n informacions. Per a això, tanmateix, hauria de fer-se una migració a un programari que admetés aquesta característica.

Bibliografia

- ALSIUS, Salvador. *Codis ètics del periodisme televisiu*. Barcelona: Pòrtic, 1999.
- AZNAR, Hugo. *Ética y periodismo*. Barcelona: Paidós, 1999.
- *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: Códigos y recomendaciones para los medios*. Barcelona: Paidós, 2005.
- BARROSO, Porfirio. *Códigos deontológicos de los medios de comunicación (prensa, radio, televisión, cine, publicidad y relaciones públicas)*. Madrid: Ediciones Paulinas: Verbo Divino, 1984.

- BERELSON, Bernard. *Content Analysis in Communications Research*. Nova York: Free Press, 1952.
- CHRISTIANS, Clifford G.; ROTZOLL, Kim B.; FACKLER, Marc P. *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning*. 3a ed. Nova York: Longman, 1991.
- COOPER, Thomas W. (ed.). *Communications Ethics and Global Change*. Nova York: Longman, 1989.
- FEYERABEND, Paul. *Tratado contra el método: Esquema de una teoría anarquista del conocimiento*. Madrid: Tecnos, 1992. [Edició original: *Against Method* (1975)]
- GARCÍA AVILÉS, José Alberto. *Periodismo de calidad: Estándares informativos en la CBS, NBC y ABC*. Pamplona: EUNSA, 1996.
- GOLDSTEIN, Tom. *The News at Any Cost: How Journalists Compromise their Ethics to Shape the News*. Nova York: Simon and Shuster, 1986.
- GOODWIN, H. Eugene. *Groping for Ethics in Journalism*. Amas, Iowa: Iowa State University, 1983.
- HAUSMAN, Carl. *Crisis of Conscience: Perspectives on Journalism Ethics*. Nova York: Harper Collins, 1992.
- HULTENG, John L. *The Messenger's Motives: Ethical Problems of the News Media*. 2a ed. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, 1985. [1a ed. 1976]
- JONES, Clement. «Mass Media Codes of Ethics and Councils». A: *Comparative International Study on Professional Standards*. París: UNESCO, 1980.
- KRIPPENDORF, Klaus. *Metodología de análisis de contenido: Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós, 1990.
- LAMBETH, Edmund. *Committed Journalism: An Ethic for the Profession*. 2a ed. Bloomington, Ind.: Indiana State University Press, 1991.
- LEPPÄNEN, Harry. «Journalistien Kanaslliset ja Konsainvaliset Saannostot». Tesi (doctorat). Tampere, 1977. [Resumida a: BRUUN, Lars. *Professional Codes in Journalism: International Organization of Journalists*. Praga, 1979]
- NORDENSTRENG, Kaarle; HANNIKAINEN, Lauri. *The Mass Media Declaration of UNESCO*. Norwood, N. J.: Ablex, 1984.
- PATTERSON, Philip; WILKINS, Lee. *Media Ethics Issues and Cases*. Dubuque, Iowa: Wm. C. Brown, 1991.
- PÉREZ FUENTES, Juan Carlos. *Ética periodística: Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2004.
- WESTIN, Av. *Newswatch: How TV Decides the News*. Nova York: Simon and Schuster, 1982.

Nota

(1) Vegeu «Ética y excelencia informativa: la ética periodística frente a las expectativas de los ciudadanos», a Ion EGUZQUIZA i Vicente VIDAL (coord.), *El derecho a la información judicial*, València, Fundación COSO, 2008.

Dades de l'autor

Salvador Alsius és doctor en periodisme i llicenciat en ciències econòmiques (sociologia). Al llarg de la seva vida professional ha alternat l'exercici del periodisme i la docència. Després de treballar uns anys a la premsa, va formar part de l'equip inicial dels informatius de TV3, on va ser director de diversos programes. Actualment és professor titular a la UPF, on dirigeix els ensenyaments de periodisme. Ha estat degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya i és membre del Consell de la Informació de Catalunya. També és membre numerari de la Reial Acadèmia de Doctors.