

Juan Carlos Suárez-Villegas

jcsuarez@us.es

Profesor Titular de Periodismo.

Facultad de Comunicación.

Universidad de Sevilla. España.

Recibido

26 de enero de 2015

Aprobado

10 de mayo de 2015

© 2015

Communication & Society

ISSN 0214-0039

E ISSN 2386-7876

doi: 10.15581/003.28.3.sp.135-150

www.communication-society.com

2015 – Vol. 28(3),

pp. 135-150

Cómo citar este artículo:

Suárez-Villegas, J.C. (2015).

La Comisión de Deontología como referente de la autorregulación del periodismo: apuntes doctrinales sobre el periodismo digital.

*Communication & Society* 28(3), 135-150.

El presente trabajo se inscribe en el marco del Proyecto del Plan Nacional de I+D+I del Ministerio de Ciencias e Innovación del Gobierno de España para el período 2012-2014: "Desafíos éticos en el periodismo digital. Análisis comparativo entre cinco países europeos" (CSO2011-26620).

## La Comisión de Deontología como referente de la autorregulación del periodismo: apuntes doctrinales sobre el periodismo digital

Resumen

En este artículo se presentan los resultados de un estudio sobre la Comisión de Deontología del Periodismo de la FAPE, como instancia de la autorregulación del periodismo en España. El propósito del presente trabajo se cifra en realizar un balance de sus actividades durante su primera década de existencia. Por otro lado, se lleva a cabo un análisis de su doctrina sobre el periodismo *online*, para analizar si desde los principios éticos convencionales se alcanza a dar respuesta a los dilemas éticos. Se demostrará que los principios éticos del periodismo son los mismos pero la conveniencia de concretar pautas deontológicas más ajustadas a los desafíos digitales contribuiría a esclarecer las responsabilidades del periodista profesional en un entorno de gran confusión comunicativa.

Palabras clave

deontología, ética, periodismo, comisión, veracidad, libertad de expresión, autorregulación

### 1. Introducción

La autorregulación de la actividad informativa es una de las señas de identidad de una sociedad democrática. Esta iniciativa ha sido vista con buenos ojos incluso por el poder legislativo, que encontraría en la autonormación de la actividad periodística un complemento útil para dirimir de manera más eficaz y ágil tales controversias al interno de la propia profesión (Desantes, 1973). No hemos de ignorar que la información adquiere un doble valor en las sociedades liberales, por un lado, constituye un derecho básico de los ciudadanos y, por el otro, es también un producto de consumo, destinado a satisfacer determinadas demandas sociológicas. Esta tensión entre los rasgos normativos que debe reunir una noticia de calidad y la tentación de concederle un tratamiento más sensacionalista y adecuado a las preferencias que puedan mostrar los consumidores persiste como el principal caballo de batalla al que debe enfrentarse el periodista, apremiado con frecuencia por sus propias empresas para lograr una mayor rentabilidad económica (Aznar, 1998, 2010; Ruiz, 2008). En este contexto, las medidas

jurídicas no siempre resultan las más adecuadas, pues no pueden llegar al fondo de las actitudes e intenciones que existe detrás de la mirada informativa y la voluntad de contarla desde un compromiso con la ciudadanía. Por otro lado, un exceso de regulación puede conllevar un efecto contraproducente para la propia libertad de expresión, pues los poderes políticos podrían encontrar una manera de controlar a sus controladores, con los riesgos de censura previa y de poner cortapisas a la labor periodística.

En un punto intermedio se sitúan quienes apuestan por la corregulación, que presenta diferentes modalidades dependiendo de los actores profesionales y de la sociedad civil que promuevan la iniciativa. Con carácter general suele aplicar a la labor que vienen desempeñando los Consejos Audiovisuales, cuya función reguladora la lleva a cabo en diálogo con los operadores audiovisuales y representantes de la sociedad civil, por lo que su actividad se desenvuelve con un espíritu de corregulación. También los sindicatos, por ejemplo, se han referido a la corregulación con su propuesta de un consejo de periodistas<sup>1</sup>, así como los diversos convenios impulsados por instituciones públicas y medios de comunicación para velar por valores como la protección de menores o la igualdad de género. Otro debate distinto se centra en la eficacia o utilidad de estas distintas vías de exigir responsabilidades a profesionales y medios de comunicación. A nuestro juicio, no se trata de opciones excluyentes sino complementarias, teniendo cada una de ellas la virtud de apelar a la responsabilidad profesional desde instancias que ponen el énfasis en distintos elementos del compromiso con la ciudadanía.

En un reciente trabajo, se lleva a cabo un interesante estudio comparativo sobre los distintos mecanismos de autocontrol en seis países europeos (González Esteban & al., 2011). En cualquier caso, no es este el asunto que nos ocupa en el presente trabajo, pues nos centraremos en los denominados consejos de prensa, creados por la propia profesión y vendría a constituir una instancia de autorregulación de la profesión, si bien este carácter de autorregulación sería matizable pues integran también miembros procedentes de la sociedad. Su autonomía como instancia autorreguladora sería el carácter voluntario de la profesión a aceptar y también a ser ella la que elige sus miembros para preservar por una norma deontológica que se ha dado por la propia profesión, sin perjuicio de que entre los miembros de la comisión figuren también personas independientes y ajenas a la comisión. Pero es la profesión en todo momento que opta por regularse y establecer quienes serán sus propios jueces deontológicos para dirimir controversias profesionales.

En España la primera que se puso en marcha fue el Consell de la Informació, creado por el Colegio Oficial de Periodistas de Cataluña en diciembre de 1997 para velar por el cumplimiento del Código Deontológico A nivel nacional, la FAPE pondría en marcha la Comisión de Deontología en el año 2004. Sobre el Consell de la Informació de Catalunya (CIC) se han publicado artículos científicos en los que se analiza su naturaleza y funcionamiento (Navarro Merchante, 1998). También un estudio acerca de sus actuaciones en los primeros quince años de vida se elaboró un interesante balance por el Grupo de Investigación de la Universidad Pompeu Fabra. Un resumen comentado de este Estudio se encuentra en el blog de la profesora de la Universidad Ramón Llull, Eva Jiménez (2012).

En esta ocasión, nos centraremos en analizar la actual la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE de la que no hemos encontrado ningún trabajo en el que se aborde su actividad durante esta década de existencia. En una segunda parte del trabajo, analizaremos si de la doctrina deontológica elaborada por la Comisión durante estos años

---

<sup>1</sup> Esta vía de la autorregulación ha sido reivindicada también por el Foro de Organizaciones de Periodistas, que ante el riesgo de que en España se pudiera reproducir una situación como la vivida en Inglaterra con el diario News of the World, propone la puesta en marcha del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA) y la creación del Consejo de Corregulación de la Información, un órgano previsto en la propuesta de Ley Orgánica de Garantías del Derecho de la Información de la Ciudadanía (LOGDIC), <http://www.fesp.org/index.php/comunicados/item/180>

se derivan criterios doctrinales que pueden contribuir a resolver los dilemas éticos en el periodismo online.

## **2. La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo**

### **2.1. Naturaleza de la Comisión**

La creación de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE<sup>2</sup>, venía a completar el diseño de la autorregulación plasmada en el código deontológico en el que también se aludía, de manera implícita, a la creación de una instancia encargada de velar por su cumplimiento. Pues se incluía la eventual responsabilidad profesional por el incumplimiento de sus deberes como informador.

A lo largo de sus resoluciones ha encontrado diferentes oportunidades de pronunciarse sobre su naturaleza y funcionamiento. Así, en la resolución 4, deja claro que “no se trata de un órgano disciplinario, sino de un mero órgano moral instituido por la FAPE para velar por el cumplimiento del Código Deontológico”. Por tanto, carece de facultades sancionadoras, pues sus resoluciones constituyen tan sólo juicios de valor sobre la práctica del periodismo de acuerdo con los criterios deontológicos fijados en el código de la profesión, mientras que sus informes serían argumentos sobre asuntos de interés general que puedan afectar a la deontología.

Su autoridad y solvencia moral se sustenta en el respeto que merezcan sus decisiones, por su buen juicio y su independencia, tal y como ha señalado Rafael de Mendizabal, Magistrado Emérito del Tribunal Constitucional y miembro de la Comisión: “En consecuencia, no tiene poder o potestas y sólo aspira a obtener la auctoritas que le proporcione su actuación objetiva e imparcial” (De Mendizabal, 2014). Por tanto, se trata de una instancia arbitral entre la profesión y los ciudadanos afectados por un ejercicio informativo desaprensivo que pueda afectar a sus derechos, que aplica las pautas deontológicas aceptadas voluntariamente por los profesionales, si bien en sus resoluciones pueda también incluir razonamientos jurídicos por su contenido ético. No adopta sanciones sino un reproche moral, con el compromiso de los medios implicados en la queja de publicar sus decisiones. En resumen, su propósito se cifra en dirimir la responsabilidad profesional del periodista, siendo ésta diferenciada de las responsabilidades subjetiva que se reconozca sujeto con su conciencia (ética) o de sus responsabilidades jurídicas. Por esta razón, la Comisión entiende que su labor finaliza con la resolución adoptada en Pleno, sin que quepa recurso dentro de este ámbito, sin perjuicio de que pueda promoverse dicha demanda por otras vías, incluyendo la judicial.

Conviene indicar que tal y como ha expresado la Comisión, “sus resoluciones e informes pertenecen al campo de la ética, por lo que genera en el periodista una obligación moral en relación con su conducta profesional. En ningún caso, podrá adentrarse en supuestos que se estimen que hayan infringido las normas jurídicas, cuya competencia sería objeto de los tribunales de justicia” (resolución 12).

---

<sup>2</sup> La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE, fue creada el día 17 de mayo de 2004, si bien no sería hasta el día 5 de noviembre de ese mismo año cuando celebraría su reunión de constitución. La Comisión ha sido denominada de tres formas distintas a lo largo de esta década. En sus inicios se conocería como Consejo Deontológico, hasta la resolución 2005/4. Luego la FAPE, optaría por denominarla Comisión de Quejas y Deontología, desde la resolución 2006/5. Por último, tras constituirse como Fundación, su Patronato, en octubre de 2012 le añadió la palabra "Arbitraje" quedando como se denomina en la actualidad "Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología". Sus primeras resoluciones se remontan al 2005, y desde entonces, hasta finales de 2014, ha resuelto un total de ciento documentos entre resoluciones e informes.

## **2.2. *Quién puede presentar quejas a la Comisión***

La diversidad de sujetos e instituciones que se han dirigido a la Comisión ha suscitado la cuestión de la legitimidad activa por parte de la parte demandante para presentar una queja deontológica a la Comisión. Según su anterior reglamento (artículo 9.1) sólo podía hacerlo la persona directamente afectada. Una lectura restrictiva de este criterio en los primeros años de la comisión produjo que muchas de las quejas presentadas se declararan inadmitidas por falta de legitimación activa. Aunque se comienza a admitir y resolver quejas presentadas por terceros desde la resolución 33, en la resolución 47 se propone una interpretación más abierta de la legitimación activa al ser entendida como interés legítimo directo, con lo que se justificará la interposición de quejas por parte de terceros que puedan producir “un efecto positivo en la esfera jurídica del denunciante o puede eliminar una carga o gravamen en esa esfera”, tal y como viene entendido por el Derecho Administrativo”. Esta situación quedaría resuelta en el nuevo Reglamento aprobado en 2013, pues además de la persona afectada, se le reconoce legitimidad activa a cualquier ciudadano en aquellos casos de alarma o escándalo social que por su impacto en la sociedad española pueda estimar oportuno recabar la opinión de la Comisión. Este ha sido el criterio adoptado en los últimos años y ha permitido examinar casos relacionados con violencia de género o la protección de colectivos vulnerables que de otra manera no hubiera sido posible.

## **2.3. *Composición***

En su Reglamento se establece que el número de miembros de la Comisión será entre un mínimo de diez y un máximo de diecinueve, sin que se establezca un número preciso. Al menos dos de ellos serán elegidos por su condición de juristas de reconocido prestigio profesional y otros tres, como mínimo, por su condición de profesionales del periodismo. Los restantes serán personas representativas de la sociedad española y que provengan del mundo de la Universidad, de las Fundaciones sociales o culturales, de la Comunicación o de cualquier otra institución cívica. En todos los casos uno de los requisitos para el nombramiento deberá ser la constatación de una acreditada preocupación por la ética, la libertad de expresión y los derechos fundamentales de los ciudadanos, reflejada a través de su actuación profesional. La diversidad de procedencias profesionales de los miembros de la Comisión constituye una muestra de su independencia, así como de su propósito de integrar diversas perspectivas en el análisis deontológico.

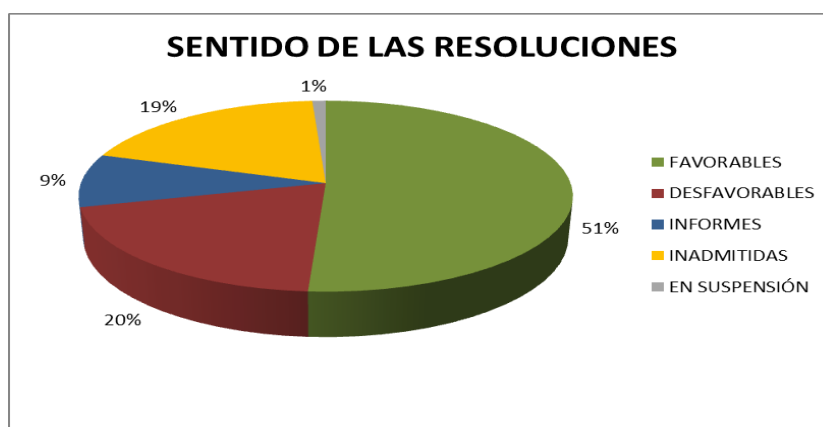
## **2.4. *Análisis cuantitativo de las resoluciones de la Comisión.***

En este apartado vamos a presentar un análisis cuantitativo de los resultados de la Comisión de Deontología durante estos diez años. Hemos llevado a cabo un exhaustivo examen de todas las resoluciones de acuerdo con una base de datos en la que hemos cruzado una serie de variables sobre la naturaleza deontológica de las quejas, quiénes las presentan para extraer una serie de conclusiones sobre la actividad llevada a cabo por la comisión durante su primera década de funcionamiento. Para realizar con éxito esta tarea, se requería analizar cada una de las resoluciones para catalogarla de manera correcta tanto por sus conceptos deontológicos como por el sentido de la propia resolución, pues con frecuencia se advierte una importante disparidad entre la formulación de la queja por parte del demandante y el fondo de argumentos deontológicos apreciados por la Comisión.

El método ha consistido en introducir en una base de datos todas las resoluciones para llevar a cabo un análisis cuantitativo de las cuestiones deontológicas y conocer de qué se quejan los sujetos que se han dirigido a la comisión. Saber también quiénes se han dirigido a la comisión y su valor en término de representación social o institucional, al objeto de ponderar el papel que viene desempeñando la comisión un agente en el escenario de la

autorregulación del periodismo. Por último, por formar parte este trabajo de un proyecto de I+D+I sobre la ética en el periodismo digital, hemos querido extraer de la doctrina de la comisión algunos argumentos que permitan ver si desde el marco deontológico de los medios convencionales se ha logrado dar respuesta a nuevas situaciones planteadas en el periodismo digital. Veremos en su momento que se ha tratado de una respuesta parcial que convendría completar con guías más específicas sobre la deontología en el periodismo online.

El número de documentos elaborados por la comisión durante estos diez años asciende a ciento dos, según figura en su página web, de los cuales nueve son informes, un caso en suspensión, por estar pendiente de sentencia judicial; diecinueve fueron inadmitidas, por falta de legitimación de la persona que la presentaba o por adolecer de fundamento deontológico; las quejas admitidas y resueltas han sido setenta y tres, de los cuales de las cuales cincuenta y una fueron resueltas de manera favorable a la parte demandante y en veintidós ocasiones fueron desestimadas. Este balance se realiza tras un análisis exhaustivo de las resoluciones que nos ha permitido realizar algunas modificaciones sobre el sentido de las resoluciones por razones que explicamos a continuación. La resolución 4, que figura como inadmitida, ha sido incluida como uno de los informes elaborados por la comisión, pues en el razonamiento de la inadmisión se realiza uno de los informes más interesantes de los elaborados por la comisión sobre un asunto de tanta trascendencia deontológica como la tensión entre el secreto de sumario judicial y la libertad de expresión. Por otro lado, hemos de indicar que se han considerado favorables todas las resoluciones que estimaron aunque fuera de manera parcial la queja, pues a veces se da la razón sobre unas cuestiones y no sobre otras. Otra excepción que hemos de indicar ha sido el cambio de sentido de la resolución 21, sobre la posible violación del secreto profesional, el cual no se produjo porque no fue invocado de manera expresa por la fuente de la información. Sin embargo, se le da la razón a la parte demandante de que la conducta del director del medio en cuestión suponía una flagrante dejación de dicho deber deontológico. El cuadro referido al sentido de las resoluciones presentadas quedaría reflejado en siguiente gráfico.



### **2.5. Quiénes se dirigen a la comisión para presentar sus quejas**

Las quejas han sido presentadas tanto por personas físicas como jurídicas. En cuarenta y ocho casos se trató personas físicas, de los que en treinta y tres ocasiones la interpuso la persona afectada y en trece casos una tercera persona. Respecto a las personas jurídicas se encuentran instituciones públicas, asociaciones civiles, entidades profesionales de periodistas, medios de comunicación, tribunales de justicia o incluso la Casa Real. De estas personas jurídicas las que formularon mayor número de quejas fueron las asociaciones

civiles, en quince ocasiones, entre las que se hallan la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC); el Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales (OCTA); Asociación Española de Pediatría; Asociación de Transexuales de Andalucía-Sylvia Rivera; Asociación Son Nuestros Hijos (SNH), y Asociación Genera, entre otras. También ha habido alguna queja extravagante, por su lejana relación con el caso, de una asociación feminista que denunciaba una supuesta violación de la presunción de inocencia de un individuo acusado de narcotráfico (resolución 70). Pero lo habitual es que las asociaciones civiles actúen en el ámbito de los intereses legítimos de sus representados.

Respecto a las Asociaciones y Colegios Oficiales de Periodistas se han dirigido a la Comisión en ocho ocasiones, en dos para solicitar informes (resoluciones 85 y 87), y en 6 para presentar quejas (resoluciones: 5, 75, 78, 87, 88, 95). Por su parte, los medios de comunicación y periodistas lo han hecho en nueve ocasiones, por asuntos relacionados por conflictos con la propia empresa o entre los propios profesionales. Otras quejas han procedido de diversas instituciones como la Audiencia Nacional, Ayuntamientos (2 ocasiones); Consejería de una comunidad autónoma; Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid; Casa Real; Embajada de Colombia, o una Delegación de la Agencia Tributaria. También han formalizado quejas otras entidades de relevancia pública como los partidos políticos (2 ocasiones), una promotora de viviendas o diversos centros de salud (3 ocasiones). Podríamos decir que esta variedad de sujetos jurídicos y de personas físicas que se han dirigido a la Comisión para solicitar su intervención como árbitro moral de las controversias con los medios, supone un buen espaldarazo a su función institucional de la autorregulación del periodismo en España.

Un análisis desde una perspectiva de género de los sujetos que han presentado estas quejas, ya sean individuales o en calidad de representantes de un sujeto jurídico, desvela un interesante resultado. En cincuenta y siete ocasiones fueron hombres y en 25 mujeres, en cinco de ellos la parte demandante incluye tanto hombres como mujeres, del resto no se especifica. En caso de los hombres hay una clara tendencia a preocuparse por asuntos que referidos a la veracidad informativa frente a cuestiones de carácter más social (36 veces frente a 19) mientras que las mujeres mostrarían más una preocupación casi similar por controversias que afectan tanto a la veracidad como a cuestiones sociales como violencia de género, protección de colectivos vulnerables o derechos de la personalidad (25 ocasiones sobre la veracidad veces frente a 22 sobre cuestiones sociales).

### **3. Análisis deontológico de las resoluciones**

#### *3.1. Breve referencia a la estructura del código deontológico*

Para entender bien el análisis de los datos deontológicos convendría realizar una breve referencia a la estructura del código deontológico de la FAPE. Dicho documento consta de un Preámbulo, en el que se expresa el compromiso de la profesión con la ciudadanía y otros tres apartados.

1) Principios Generales (artículos 1-7), que alude a los valores que han de presidir el ejercicio del periodismo: la búsqueda de la verdad (art. 2), la defensa de la libertad de expresión (art. 3), la honestidad del ejercicio de dicha libertad (art.3); los límites de la libertad informativa en relación con los derechos de la personalidad: honor, intimidad e imagen (artículos 4 y 5); la protección reforzada de estos mismos derechos en casos que afecten a la infancia (artículo 6) y la protección de los colectivos vulnerables por los efectos derivados de la noticias como discursos mediáticos que afecten a su consideración social (art. 7), “Por ello, debe mantener una especial sensibilidad en los casos de informaciones u opiniones de contenido eventualmente discriminatorio o susceptibles de incitar a la violencia o a prácticas humanas degradantes”.

2) Estatuto (artículos 8-12), consagrado a recoger los derechos de los profesionales para realizar una información de calidad e independiente. Se reconocen un conjunto de derechos básicos del profesional de la información: el secreto profesional, la cláusula de conciencia, la independencia de la redacción, unas condiciones laborales dignas, el derecho de oposición a medidas que puedan comprometer el pluralismo interno o externo en los procesos de concentración informativa o el derecho de autor.

3) Principios de Actuación (artículos 13-20), en el que se concretan pautas de conducta exigidas a los periodistas para cumplir con los valores enunciados en los principios generales: veracidad, honestidad e independencia. Por esta razón, cabría establecer una correlación entre el artículo 2 y el artículo 13 y 17, pues mientras el artículo 2 alude a la veracidad como valor del Periodismo; en los artículos 13 y 17 se establece un protocolo de diligencia para garantizar la calidad informativa. Del mismo modo se podría relacionar el artículo 3 “la libertad de investigar y de difundir con honestidad la información y la libertad del comentario y la crítica”, con el artículo 14, que exige hacerlo con métodos lícitos, así como con el respeto debido a los derechos de la fuente de la información (artículos 15 y 16). Los artículos 18, 19 y 20 están destinados a garantizar el otro valor esencial del periodismo: la independencia, evitando cualquier circunstancia que condicione la información por intereses personales, partidistas o comerciales.

### 3.2. Análisis

A continuación, realizaremos un análisis de las resoluciones de la Comisión siguiendo cada uno de estos apartados para establecer así un análisis comparativo entre ellos.

El 54 % de las quejas presentadas, en 39 de los 73 casos presentados, se referían a algunos de los puntos de los Principios de Actuación. El motivo más frecuente fue la falta de rigor informativo, en 29 ocasiones (40%), basado en la falta de contextualización de la noticia, por datos falsos o sin contrastar. De hecho, un 20% de las quejas presentadas (en 16 ocasiones), alegarán que no se produjo un contraste de la fuente informativa por lo que no pudieron expresar su versión. Estas faltas deontológicas justifican que los interesados ejerciten con posterioridad otro tipo de quejas como son el derecho de rectificación y el derecho de réplica, asuntos invocados cada uno en un 10% de las demandas presentadas (en concreto, en 8 ocasiones el derecho de rectificación y en 7 el derecho de réplica).

La separación entre hechos y opinión (art. 17), relacionado con el artículo 13, la falta de rigor informativo, fue invocado en 11 ocasiones, casi siempre como una prueba más del artículo 13. Por tanto, cabría incluir en los porcentajes referido a dicho artículo.

Del resto de cuestiones deontológicas del apartado correspondiente a los principios de actuación, apenas hay otras citas. Tan sólo un par de ellas, una sobre la compatibilidad entre la condición de ser periodista y participar en anuncios comerciales (artículo 18), y la otra acerca de la utilización de métodos lícitos para la obtención de noticias (artículo 14). En resumen, existen diversas prácticas que pueden afectar a la veracidad como principio ético intrínseco de la información (Suárez-Villegas, 2014).

Los artículos 4 y 5 del código deontológico están consagrado a la protección de los derechos de los derechos de la personalidad: honor, intimidad e imagen. En el 6 se refuerza dichas pautas cuando el tratamiento informativo puede afectar a los menores, mientras que el 7 establece pautas para la tutela de los derechos de los colectivos vulnerables. Estos artículos están en la parte denominada de Principios generales, y constituye el marco de valores que expresan el compromiso ético y social del informador. Por tanto, son límites extrínsecos del derecho a la información en tanto que pueden colisionar con otros derechos también fundamentales, por lo que se exige un alto interés público que justifique informaciones que puedan afectar a tales derechos. El argumento de esta parte del código más invocado en las queja ha sido la protección del derecho a la intimidad y la imagen, en 19

ocasiones (27%), mientras que el derecho al honor figura en 8 ocasiones (12%). En tres de estos casos, también se ha invocado el artículo 6, que establece una protección reforzada de los menores en relación con estos derechos (5%). De las demandas presentadas, en la mayoría de los casos fueron favorables para la parte demandante.

Los casos referidos a la protección de colectivos vulnerables (artículo 7), fueron en su mayoría presentados por tercera persona, lo que explica que los siete primeros no fueran admitidos por falta de legitimación activa. Estos casos preguntaban sobre el uso del término “ilegal” o la alusión a la nacionalidad de los protagonistas de la noticia. No sería hasta la resolución 33, a propósito de un caso que afectaba a las personas autistas, cuando la Comisión dejando de lado la cuestión de la legitimidad activa, advierte la mayor importancia de pronunciarse sobre el fondo del asunto y resuelve que:

“Sí es cierto que el artículo 7<sup>a</sup> (deber de abstenerse de aludir de modo despectivo por razón de cualquier minusvalía física o mental) obliga al periodista a extremar su respeto ante los más débiles. En este caso, *La Razón* ha vulnerado dicho artículo con la difusión reiterada, e inadecuada respecto a la información que recoge en el diario y en su página web, de la citada fotografía que hiere la sensibilidad del colectivo autista, tal como le había advertido la parte demandante, y ante la que no manifestó la menor consideración”.

A partir de entonces, todas las quejas referidas a posibles discriminaciones de personas derivadas de un tratamiento informativo desaprensivo, serían admitidas por la Comisión. En total, se han presentado diez quejas sobre esta cuestión. A pesar de ser un número corto de casos, la comisión ha establecido en este apartado una importante y sólida doctrina deontológica, en consonancia con la doctrina constitucional, pero con importantes aspectos complementarios de interés para el ejercicio del periodismo.

Por ejemplo, en la resolución 47, en la que se analizan los episodios del tratamiento realizado a un indigente por parte de los aficionados de un equipo de fútbol, animados por el locutor que desea ilustrar su alegría con una escena de generosidad ficticia con un “indigente”, usado como reclamo para la diversión de los televidentes. También la resolución 84, que ofrece un interesante razonamiento sobre formas más sutiles de contribuir de discriminación de la mujer.

Este estudio también nos ha permitido advertir que el punto 7c que dice: “Debe, finalmente, y con carácter general, evitar expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos y su integridad física y moral”, debería ser ubicado en el punto 5, referido al derecho al honor, en vez de hacerlo en el artículo 7. De hecho, en todas las ocasiones que viene invocado el artículo 7c se hace como complemento del artículo 5, como una de las formas en la que la persona afectada ha visto afectado su honor, y no como parte del artículo 7. Es una cuestión que se suscita a propósito de la opinión periodística que de la información. Por tanto, parece evidente por las quejas presentadas que viene interpretado como una fórmula de protección del derecho al honor y no exclusivamente vinculada a la condición de pertenencia a colectivos vulnerables.

Otro tema central en la deontología periodística es la “honestidad”, entendida como el compromiso de contar la verdad no descriptiva de los hechos sino la verdad intencional sobre el significado de dichos hechos dentro de una comprensión más amplia del contexto en el que ocurren. Con frecuencia, la honestidad suele ser la característica ética exigida a la opinión, pero también puede apreciarse falta de honestidad cuando el relato de los acontecimientos se deforma para darle una apariencia distinta y así ocultar su significado real. Por tanto, la veracidad como contraste de las noticias, exige también la honestidad como compromiso de aportarle a los hechos su significado más auténtico y próximo a los intereses de los ciudadanos. En este sentido, la honestidad comienza por tratar los asuntos que revistan un importante interés público y evitar que estos sean ocultados por cortinas de



humos informativas que desvían la atención de los ciudadanos. Este principio ético queda recogido en el código deontológico en los siguientes términos: “De acuerdo con este deber (el respeto a la verdad, art. 2), el periodista defenderá siempre el principio de la libertad de investigar y de difundir con honestidad la información y la libertad del comentario y la crítica”.

Dicho principio fue invocado en nueve ocasiones (15%). Quizás el caso más relevante sea la resolución 7, en la que se reprocha a una periodista de mantener un rumor sin prueba, a sabiendas del daño que ocasionada a la familia afectada por tratarse de un asunto doloroso, para favorecer una expectativa informativa con la que alentaba más la curiosidad del público que la verdad informativa, de la cual carecía pruebas fehacientes.

En otro caso el periodista realiza un artículo de opinión sobre episodios en los que el mismo se ve involucrado, lo que produce un relato desproporcionado y sin ninguna perspectiva periodística, lo que convierte su opinión periodística en una opinión personalísima, sin ofrecer otros elementos de juicio que sus episodios personales con los que hace una valoración general del funcionamiento de un servicio público, además de utilizar dicho espacio para adoptar un tono insultante con respecto al personal de dicho servicio (resolución 67).

Respecto a la parte del Estatuto (artículos 8-12), cuyo objeto es la tutela de los derechos de los periodistas, se recibieron cuatro quejas (6%). Dos de ellas abordan el secreto profesional del periodista (resoluciones 21 y 72). Los otros temas sobre los que se formularon quejas fueron la exigencia (resolución 77) a unas condiciones dignas de trabajo, y la protección del derecho de autor sobre unos documentos audiovisuales (resolución 66).

Un esquema de los principales conceptos deontológicos examinados en las quejas presentadas quedaría del siguiente modo:



#### 4. Deontología del periodismo online

Los valores humanos en los que hunde el periodismo sus raíces no cambian. Se trata de un compromiso con la verdad de los hechos que deben ser contados de manera honesta, plural y rigurosa. Esta actividad profesional exige diligencia en el modo de obtener la información, claridad expositiva, un lenguaje preciso, distinguir entre hechos y valoraciones subjetivas y respeto a los derechos de las personas afectadas. Por tanto, el “Periodismo” con mayúscula descansa en bienes humanos que no varían a lo largo del tiempo ni por los formatos en los

que venga expresado. Sin embargo, las dinámicas informativas y las características de cada medio pueden exponer dichos valores a diversas circunstancias que pudieran comprometer su vigor y rebajar el grado de satisfacción en su cumplimiento. Como señala Singer (2008), los principios son los mismos, pero conviene reformularlos y adecuarlos a los desafíos éticos del periodismo digital (Hayes & al., 2007).

El periodismo digital ha supuesto un importante “Tsunami” desde el punto de los procesos informativos. Resulta preciso constatar que el doble proceso de adopción/adaptación implicado por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación digital trae consigo desafíos éticos en términos de la identidad profesional de los periodistas, los valores sociales y morales que subyacen a sus prácticas digitales y las normas de excelencia que el público exige para garantizarle al periodismo en línea su pertinencia y necesidad en el seno de una sociedad democrática (Singer & Friend, 2007; Kovach & Rosenstiel, 2007). En este sentido, puede observarse que las definiciones mismas de “periodismo” y “periodista” han sufrido profundas reconfiguraciones, en parte como resultado de la tecnologización creciente de la recolección, procesamiento y difusión de la información, pero también como consecuencia del cambio gradual del papel de público que otrora era percibido como un consumidor “pasivo” de los medios de comunicación y la información (Allan, 2006; Gillmor 2006). Estas circunstancias exigen un carácter más abierto y polivalente de los profesionales, al tiempo que una reafirmación en los valores éticos como seña de identidad inequívoca del compromiso social del periodista, tal y como queda de manifiesto en los resultados expuestos.

La exigencia de una información instantánea espoleada por la rápida expansión de las redes sociales, el acoso contra la privacidad derivado del mal uso de las nuevas tecnologías de comunicación, las filtraciones anónimas de información, las fronteras cada vez más difusas entre publicidad y periodismo, la identidad líquida del periodista frente al nutrido número de usuarios digitales, o la precisión a la hora de componer las noticias son sólo algunos de los dilemas éticos planteados por Internet como herramienta de elaboración y difusión de contenidos periodísticos (Ward & Wasserman, 2010).

La actualización permanente de las noticias que permite las tecnologías no debería quedar descompasada de la actualización informativa, es decir, de la verificación de los hechos de las fuentes directas y del rigor, evitando especulaciones con las que se busque cubrir cuestiones de las que todavía no se tienen conocimiento. A este respecto, conviene recordar que en ocasiones la tecnología puede constituir una pendiente resbaladiza para una mala praxis periodística, pues la difusión viral de las noticias puede producir impresiones falsas con respecto a la verdad de los hechos. Por eso, si bien el ritmo de los medios digitales exige rapidez, este objetivo no se puede lograr a cualquier precio y sacrificar las mínimas exigencias para garantizar su veracidad. Como ha señalado Micó, “la carrera por ser el primero en dar una noticia motiva la difusión de errores y prácticas desdeñables como la publicación de imágenes manipuladas o la emisión de noticias sin contrastar” (Micó & al., 2008: 17).

A este respecto, convendría aceptar las novedades que ha supuesto para el formato digital esta dinámica informativa del periodismo 3.0 y analizar las deontológicas resueltas por la Comisión de Deontología.

Este análisis se llevará a cabo a través de la doctrina establecida en resoluciones que tuvieron por objetos noticias procedentes de medios digitales o que aparecieron también en su versión online. Hemos de indicar que también en España, como ocurre en la mayoría de los países europeos, no se han elaborado aún unos criterios deontológicos aplicados al periodismo online. Por esta razón, hemos llevado a cabo un examen de la doctrina de la Comisión sobre distintos casos relativos al periodismo digital. El número de casos planteados ha sido diecinueve. Un primer dato que resulta llamativo de este estudio es que los ciudadanos muestran más preocupación sus por cómo las noticias afectan a sus

derechos a la imagen de colectivos sociales que por las cuestiones relativas a la veracidad (10 casos frente a 7). El otro asunto que ha sido objeto de polémica se ha relacionado con la violación de los derechos de autor, por la apropiación del medio de colaboraciones de los ciudadanos (2 ocasiones).

Sin pretensión de exhaustividad, vamos a referirnos a las cuestiones deontológicas que han sido tratadas a través de dichas controversias.

1. Una de las cuestiones planteadas concierne a los riesgos de los comentarios de las noticias y cuál debería ser la responsabilidad del medio en la gestión de dicha participación. A juicio de la Comisión el medio asume una responsabilidad pública que no puede desplazar hacia las personas que realizan dichos comentarios. Por esta razón, debe adoptar las medidas necesarias para filtrar dichos comentarios y evitar posibles daños a los derechos de terceras personas. El carácter privado de dichas comentarios, con frecuencia insultantes y discriminatorios, no pueden ser trasladada a la opinión pública como parte del servicio que cumplen los medios de comunicación. Sería habilitar una tribuna pública a las voces más desacerbadas y confundir en un debate de interés público con la confrontación irracional e insultante de quienes aprovecha dicho espacio para establecer entre ellos polémicas previamente organizadas. Entre otras medidas, se debe exigir la identificación de quienes participan, aceptar un código ético de la participación cívica en la comunicación social y destinar a algún profesional para que gestione la política de participación ciudadana en el medio (resoluciones, 61 y 62). Un interesante trabajo sobre la participación el público en los medios online, en el que se analizan las diversas formas de participación y también la responsabilidad legal del medio, el libro de Alfred Hermida *Participatory Journalism* (2011).
2. En el periodismo online la facilidad de rectificación de titulares o contenidos de la noticia podría relajar la responsabilidad que debe asumir el periodista de verificar la noticia desde el primer momento, y evitar que simple rumores puedan ser ya tomados como hechos ocurridos. No compete al periodista testimoniar lo previsible sino contar lo ocurrido. Esta responsabilidad tampoco debería ser minusvalorada por el hecho que otros medios lo hayan publicado. Esta exigencia resulta más intensa cuando se trata de pistas procedentes de redes sociales, que no deben ser tomadas como fuentes de información, sino como indicios de posibles noticias de interés que deberían ser verificadas por otros cauces más fiables. Estas cuestiones están reflejadas en las resoluciones 68 y 76.
3. Otra cuestión planteada concierne a la responsabilidad exigible a las aportaciones procedentes de blogs y publicadas en los medios como artículos de opinión. En la resolución 56 la comisión se refiere al carácter personalismo de los formatos como los blogs, que en tanto que restan como tales, parece razonable entender su carácter subjetivo, por lo que gozan de mayor libertad a la hora de pronunciarse sobre cualquier asunto de actualidad. Ahora bien, la perspectiva varía cuando dichos blog se convierten en parte de un medio de comunicación y que asume una función de responsabilidad pública frente a los lectores. La Comisión ha considerado que las exigencias deontológicas exigidas a dichas contribuciones deben ser similares a los parámetros deontológicos exigidos a los artículos de opinión: honestidad en las opiniones, responsabilidad social en los valores y, sobre todo, respeto a las personas, evitando los insultos que carecen de valor informativo y es una ofensa directa a la dignidad humana. Las resoluciones de las que se desprenden estos aspectos doctrinales serían la 33, 56, 67 y 98.
4. Otra de las cuestiones que se puede apreciar en la doctrina de la Comisión es una crítica al sensacionalismo que caracteriza los titulares en los medios digitales y al

uso de imágenes impactantes para lograr un mayor tráfico de visitas. Además, con frecuencia la fotografía guarda poca o ninguna relación con el propio objeto de la noticia, lo que provoca una lectura descontextualizada a partir de lo que sugiere dicha imagen de archivo. El sensacionalismo suele ser más intenso precisamente en caso de tragedia personas o asuntos muy delicados como la violencia de género o la protección de los menores. Además, el sensacionalismo parece privilegiar noticias en los que se tratan asuntos como la violencia de género, episodios en los que se hallan implicados menores o tragedias personales. Dentro de las resoluciones de la Comisión algunos casos son muy ilustrativos. Por ejemplo, la resolución de una noticia en la que a propósito de la natalidad en España, se titula “Las moras de Melilla más prolíficas que las ratas”, lo que además de suponer una vejación de la dignidad de la mujer, se toma la parte por el todo, pues está referida a toda la población, sin que se especifique el origen étnico o religioso de las mujeres. Sin embargo, el medio conduce a pensar que se trata de mujeres moras y musulmanas cuando acompaña la noticia de una foto de niños de corta edad en el momento de un rezo musulmán. Otra noticia que desvela esta tendencia sensacionalista fue la publicada por “Periodista digital” el día 5 de mayo de 2014 con el título “Un falso novio de postín camela a una pardilla en Barcelona y se la lleva de esclava a Rumanía”, para dar la noticia de que la mujer había sido liberada por la policía de esta red de prostitución. Para mayor gravedad, la fotografía con la se ilustra el titular es la que simboliza a una mujer realizando prácticas sexuales consentidas, conocidas como “BDMS”, lo que produce mayor humillación si cabe para una mujer que ha sido víctima de un episodio de esta naturaleza. De este modo, la denuncia del delito adquiere casi publicitario de los hechos delictivos, produciendo un efecto contraproducente a la denuncia de esta forma de violencia contra la mujer (resolución 96). Otro caso en el que también se aprecia un tratamiento sensacionalista y descontextualizado de los hechos fue la foto publicada de un menor atropellado en el diario el Ideal de Granada (resolución 78).

5. Otra controversia suscitada en el ámbito del periodismo online ha radicado en definir el carácter de las contribuciones que los ciudadanos remiten a los medios, a fin de saber si son voluntarias o si lo hacen con el propósito de dar a conocer un trabajo profesional con el propósito de que venga contratado por el medio si fuese de su interés. Cada vez es más frecuente que los medios atiendan, y así también se nutran, de aportaciones procedentes de lectores que interaccionan con el medio y desean hacerle llegar artículos, viñetas, videos y otros materiales que pueden ser de interés informativo. Sin embargo, esta condición de colaboración voluntaria ha sido cuestionada posteriormente por sus autores y se han dirigido a la comisión para denunciar lo que consideran una apropiación de su trabajo. A tal efecto, la comisión ha establecido que corresponde a los autores de dichas colaboraciones que fueron remitidas con un propósito de mostrar su trabajo profesional al objeto de que pudieran ser contratadas por el medio y no como una colaboración voluntaria. De lo contrario, cabría establecer la presunción de que si así no se hace el medio pueda entender que se trata de una colaboración voluntaria, sobre todo, si cuenta con una sesión específica para ello (resolución 101).

Como se puede comprobar, hasta la fecha no se han sido mucho los asuntos planteados a la Comisión de periódicos digitales. Otros asuntos de especial relevancia deontológica, como el uso de las redes sociales, el perfil de los profesionales en las redes, la marca personal del periodista, el derecho al olvido en la era de internet (Whitehouse, 2010) y otros tantos no han surgido todavía pero seguramente lo harán un futuro muy próximo, pues a diario se producen episodios que vienen a plantear cuáles son los límites que se deben

establecer en un nuevo escenario en la que la información parece estar a disposición de todo el mundo y el que las reglas éticas parece haber caído en desusos. Cómo plantear pautas deontológicas cuando la información en el ciberespacio no está sujeta a fronteras y, además, han surgido otros agentes que actúan como transmisores de la información sin aceptar una posición profesional. Qué función debe desempeñar los medios de comunicación en un entorno volátil para la protección de los derechos de las personas. El compromiso de los medios con la ética parece el único aval que pueden ofrecer de su profesionalidad y de su credibilidad. Por eso, resulta necesario que los códigos implementen pautas deontológicas complementarias a fin de concretar el sentido de los principios del periodismo frente a los nuevos desafíos del periodismo digital.

Diversos trabajos han analizado los tímidos desarrollos que hasta la fecha se han producido en la autorregulación del periodismo digital en sus respectivos países (Deuze & Yeshua, 2001). En cualquier caso, tal y como ha puesto de manera reciente un estudio comparativo de los códigos deontológicos de la profesión periodística solo en nueve de noventa códigos deontológicos examinados se incluyen alusiones al periodismo digital, lo que pone de manifiesto la escasa autorregulación sobre los desafíos éticos del periodismo digital (Díaz-Campo & Segado-Boj, 2015).

En nuestra geografía, conviene hacerse eco de la voluntad de la reforma del Código de Consejo de la Información de Cataluña, que incluye una guía de principios al respecto, si bien resulta aún limitada para los dilemas éticos planteados. También conviene destacar la revisión del Libro de Estilo de *El País* en su última revisión de mayo de 2014, en las que se introducen criterios más precisos para abordar dilemas éticos del periodismo en línea. En el ámbito internacional, el documento más detallado que hemos encontrados de deontología periodística en el ámbito digital ha sido la guía sobre el uso de redes sociales el elaborado por Associated Press para el trabajo periodístico (2012). También un esfuerzo notable por elaborar una guía completa de los medios digitales es el trabajo coordinado por Hulin y Stone (2011) para la Organización de Seguridad y Cooperación en Europa (OSCE).

Desde una perspectiva teórica, han sido diversos autores los que se han ocupado desde hace tiempo de los conflictos éticos que podía generar el denominado electrónico (Casasús, 2001). También un examen sobre la adaptación de los códigos y de otros documentos deontológicos refleja la lenta adaptación del periodismo a las novedades del periodismo en línea (Ruiz et al., 2007). Algunas cuestiones éticas surgida en las denominadas redacciones digitales ha sido tratado con gran claridad por el profesor García Avilés (2014). Otros trabajos han analizado desde una perspectiva comparada la percepción de los periodistas de tres países europeos: España, Italia y Bélgica (Suárez-Villegas, 2015).

## **5. Conclusiones**

Estos diez años de experiencia de la Comisión han supuesto su consolidación como instancia de autorregulación del periodismo en España. De este modo, España estaría en la senda seguida por la mayoría de países europeos de afianzar vías extrajudiciales en la resolución de conflictos en el ámbito de la libertad de prensa, lo que constituye una garantía de su independencia, al tiempo que se le ofrece a la ciudadanía una alternativa para denunciar la mala praxis informativa.

De estos diez años de experiencia ha permitido desarrollar una importante doctrina deontológica en asuntos como la veracidad informativa, la protección de los derechos de la persona, la responsabilidad frente a colectivos sociales vulnerables, los derechos de los periodistas o la compatibilidad entre el ejercicio del periodismo y otras actividades en el ámbito de la comunicación social, entre otras tantas cuestiones.

La legitimación social de la Comisión queda reflejada en la variedad de agentes sociales, institucionales y profesionales que han visto en ella una instancia con autoridad moral para la resolución de controversias de deontología del periodismo.

Las resoluciones sobre dilemas que afectan al periodismo digital han sido escasas y se han resuelto desde la interpretación de los principios contenidos en el código deontológico con razonable éxito. No obstante, sería conveniente elaborar una guía de principios específicos para el periodismo online que pueda dar criterios de manera anticipada a los desafíos éticos a los que deben enfrentarse los periodistas en el entorno digital. Esta necesidad resulta más perentoria si cabe por algunas razones que quisiéramos destacar: 1) la proliferación de medios casi unipersonales o de número pequeño de profesionales; 2) un ejercicio de la profesión cada vez más individualista y desde redacciones virtuales que han renunciado a las antiguas salas de redacciones en las que generaba una cultura profesional compartida; 3) la concurrencia con formatos no periodísticos que pueden confundirse con la labor profesional y, por último, 4) el periodismo entendido como un escaparate de noticias, en los que todo vale por ser el primero o por ofrecer noticias sensacionalistas que generen visitas para así conseguir más cuota de ingresos publicitarios. Con estas condiciones el cumplimiento de los deberes profesionales queda en entredicho. Por eso, extender y adaptar los criterios deontológicos al periodismo digital puede paliar estos riesgos y garantizar un marco común de pautas que puedan ser exigidas a aquellas cabeceras y periodistas que se declaran ser periodistas profesionales.

Por otro lado, llama la atención que, de las escasas resoluciones sobre periódicos digitales, las cuestiones deontológicas suscitadas se refieran a los derechos de la personalidad y la protección de colectivos vulnerables frente a aquellas otras referidas a la veracidad, como ocurría en los medios convencionales. Este cambio parece razonable si se tiene en cuenta que más allá de la veracidad de los hechos, que se ha convertido también en fugaz dada el vertiginoso ritmo informativo en el ámbito digital, lo que puede resultar más determinante son los discursos que se transmiten a la ciudadanía y el riesgo de una afectación de los derechos personales que pueden ser posteriormente transmitido a través de la caja de resonancia de las redes sociales.

## Referencias

- Allan, S. (2006). *Online News. Journalism and the Internet*. Berkshire: Open University Press.
- Aznar, H. (1998). La autorregulación de la comunicación: entre el Estado y el mercado. *Cuadernos Electrónicos de Filosofía del Derecho, I*.  
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1031066> [retrieved on: 1 October 2014]
- Aznar, H. (2010). Por una teoría normativa de la comunicación: ¿más derecho, más política, más ética? *Dilemata 3*, 77-94. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3986310> [fecha de consulta: 17 December 2014]
- Carrillo, M. (1986). Los Consejos de Prensa como forma de autocontrol: propuestas y prevenciones respecto de su viabilidad en España, *Revista de Estudios Políticos 54*.
- Casasús, J. M. (2001). Perspectiva ética del periodismo electrónico. *Estudios sobre el mensaje periodístico 7*, 49-55. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=776435> [fecha de consulta: 2 September 2014]
- De Mendizábal Allende, R. (2014). Entre la Moral y el Derecho: la autorregulación deontológica del Periodismo. <http://fape.es/entre-la-moral-y-el-derecho-la-autorregulacion-deontologica-del-periodismo/> [retrieved on: 14 December 2014]

- Desantes, J. M. (1973). *El autocontrol de la actividad informativa*. Madrid: Edicusa.
- Deuze, M., Yeshua, D. (2001). Online Journalists Face new Ethical Dilemmas. Lessons from the Netherlands. *Journal of Mass Media Ethics* 16(4), 273-292.  
[http://www.researchgate.net/profile/Mark\\_Deuze2/publication/252164781\\_Online\\_Journalists\\_Face\\_New\\_Ethical\\_Dilemmas\\_Lessons\\_From\\_The\\_Netherlands/links/5465fb2docf2052b50a148e4.pdf](http://www.researchgate.net/profile/Mark_Deuze2/publication/252164781_Online_Journalists_Face_New_Ethical_Dilemmas_Lessons_From_The_Netherlands/links/5465fb2docf2052b50a148e4.pdf). [fecha de consulta: 3 December 2014]
- Díaz-Campo, J. & Segado-Boj, F. (2015). Journalism ethics in a digital environment: How journalistic codes of ethics have been adapted to the Internet and ICTs in countries around the world. *Telematics and Informatics* 32, 735-774.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.tele.2015.03.004> [fecha de consulta: 17 April 2015]
- García-Avilés, J.A. (2014). Online Newsrooms as Communities of Practice: Exploring Digital Journalists' Applied Ethics, in *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality* 29(4), 258-272. <http://dx.doi.org/10.1080/08900523.2014.946600> [fecha de consulta: 17 January 2015]
- Gillmor, D. (2006). *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol, CA: O'Reilly.
- González-Esteban, J.L., García-Avilés, J.A., Karmasin, M. & Kaltenbrunner, A. (2011). La autorregulación profesional ante los nuevos retos periodísticos: estudio comparativo europeo, in *Revista Latina de Comunicación Social* 66, 426-453. doi: 10.4185/RLCS-66-2011-940-426-453. [fecha de consulta: 16 December 2014]
- Grup de Recerca en Periodisme UPF (2012). *Estudi dels Dictàmens del Consell de la Informació de Catalunya (CIC) de Període 1997-2011*. Fundació Consell de la Informació de Catalunya.
- Hermida, Alfred (2011). Mechanisms of Participation. How audience options shape the conversation. In J.B. Singer & al. *Participatory Journalism. Guarding Open Gates at Online Newspapers* (pp. 13-33). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Jiménez-Gómez, E. (2012). El cumplimiento del Código de los Periodistas Catalanes 14 años después. *Blog Investigación, Docencia, Comunicación, Ética +*  
<https://ejimenezgomez.wordpress.com/2013/01/02/el-cumplimiento-del-codigo-deontologico-de-los-periodistas-catalanes-14-anos-despues/> [fecha de consulta: 12 December 2014]
- Kovach, B. & Rosentiel, T. (2007). *The Elements of Journalism. What News people Should Know and the Public Should Expect*. New York: Three Rivers Press.
- Micó, J.L. & al. (2008). “La ética en el ejercicio del periodismo: credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en internet”. *Estudos em comunicação* 4, 15-39.  
<http://www.ec.ubi.pt/ec/04/pdf/02-Jose-Lluis-Mico-La-etica-en-el-ejercicio-del-periodismo.pdf> [fecha de consulta: 17 November 2014]
- Navarro Marchante, V. (1998). Comentarios a la creación del Consejo de la Información de Cataluña. *Revista Latina de Comunicación Social* 3.  
[http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/latina\\_art30.pdf](http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/latina_art30.pdf) [fecha de consulta: 11 December 2014]
- OSCE. Social Media Guidelines for associated press employees revised July 2012.  
[http://www.ap.org/Images/Social-Media-Guidelines-7-24-2012\\_tcm28-8378.pdf](http://www.ap.org/Images/Social-Media-Guidelines-7-24-2012_tcm28-8378.pdf) [fecha de consulta: 10 December 2014]
- Reglamento de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo (2013).  
<http://www.comisiondequejas.com/Reglamento/Reglamento.htm> [fecha de consulta: 19 December 2014]
- Ruiz, C., Masip, P. & Micó, J.L. (2007). ¿Una ética del ciberespacio o una ética en el ciberespacio? Análisis de los códigos de autoregulación de la profesión periodística. In: *La ética y el derecho de la información en los tiempos del postperiodismo* (pp. 509-529). Valencia: Fundación COSO.

- Ruiz, C. (2008). *La agonía del cuarto poder. Prensa contra democracia*. Barcelona, Tripodos.
- Singer B. & Friend C. (2007). *Online Journalism Ethics: Traditions and Transitions*. New York: M.E. Sharpe.
- Suárez-Villegas, J.C., (2015). Ethical and deontological aspects of online journalism. Their perception by journalists. *Revista Latina de Comunicación Social* 70, 91–109.  
<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1036us/06en.html>. [fecha de consulta: 14 March 2015]
- Suárez-Villegas, J.C. (2014). Cuestiones deontológica acerca de la veracidad informativa. *Razón y Palabra* 87. [fecha de consulta: 17 de febrero de 2015]
- Ward, S., Wasserman, H., (2010). Towards an open ethics: implications of new media platforms for global ethics discourse. *Journal of Mass Media Ethics* 25(4), 275–292.
- Whitehouse, G., (2010). “Newsgathering and Privacy: Expanding Ethics Codes to Reflect Change in the Digital Media Age”. *Journal of Mass Media Ethics* 25(4), 310–327.  
[http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/privacy\\_files/ContentServer.pdf](http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/privacy_files/ContentServer.pdf)  
[fecha de consulta: 17 February 2014]