

IDEAL

Códigos deontológicos

POSVERDAD A DEBATE

La búsqueda de la verdad como principio básico de los
códigos deontológicos del periodismo

RAMÓN A. FEENSTRA

Universitat Jaume I de Castelló

Martes, 20 septiembre 2022, 00:35



Los códigos deontológicos son documentos que recogen una serie de principios y valores formulados por los responsables de una profesión y que complementan (pero en ningún caso sustituyen) las normas de carácter jurídico. En estos documentos plasman aquellas responsabilidades y deberes que los profesionales consideran que deberían fomentar en el transcurso de su actividad y a los que se adhieren de manera voluntaria. Así, estos códigos plantean un compromiso público con respecto a la ciudadanía. Los códigos deontológicos son propios de diversas profesiones y especialmente de aquellas con amplia capacidad de decisión e influencia. De esta manera, proliferan en ámbitos como la sanidad, la enseñanza o la comunicación, por mencionar algunos ejemplos destacados.

Los códigos deontológicos en el ámbito periodístico

En el periodismo los códigos han ido adquiriendo peso a lo largo del siglo XX. Desde los 'Principios Internacionales de la Ética Profesional del Periodismo' de la Unesco hasta los códigos deontológicos de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE), podemos consultar un número amplio de estos documentos. En estos llama la atención como, a pesar de todos los discursos actuales sobre posverdad, el primer deber que los propios periodistas se exigen a sí mismos es, precisamente, el respeto y la promoción de la verdad. De esta manera, los códigos defienden que la ciudadanía tiene derecho a recibir una imagen precisa, completa y contextualizada de la realidad. Y es que solo así esta puede formarse una opinión pública crítica y razonada. Los códigos no se limitan a este único principio, ya que también coinciden en recoger otros básicos como la independencia profesional, la profesionalidad, la precisión, entre otros, pero tal como se apunta en el código de la FAPE: «El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad». Un compromiso del que emanan el resto de las responsabilidades que los periodistas consideran claves en su profesión.

Los códigos como un primer paso necesario, pero no suficiente en la autorregulación

Los códigos deontológicos son una de las herramientas básicas de lo que se conoce como la autorregulación periodística. Esta pretende mejorar la confianza en la profesión impulsando la corresponsabilidad de los actores involucrados, es decir, de los profesionales y de los medios de comunicación. De esta manera, los códigos representan un primer paso al dar a conocer públicamente lo que la ciudadanía puede esperar legítimamente del periodismo. La satisfacción o no con estas responsabilidades dependerá, por supuesto, del quehacer diario del profesional y de la responsabilidad de las empresas de comunicación. Asimismo, requiere también de la consolidación de otras herramientas de autorregulación, como los consejos de prensa o las comisiones de quejas, abiertas a la participación del público y capaces de evaluar la adecuación de los principios recogidos en los códigos con respecto a la práctica periodística.

TEMAS Medios de comunicación, Periodismo, Filosofía

TENDENCIAS 