
contacte@periodistes.cat
periodistes.cat

Código deontológico

Declaración de principios de la
profesión periodística en Cataluña



Código deontológico

Declaración de principios de la profesión periodística en Cataluña

El Código Deontológico fue proclamado en el II Congreso de la profesión periodística en Cataluña el 1 de noviembre de 1992. Se trata de una declaración de principios básicos que los periodistas han de observar en el ejercicio de su tarea. El Código, asumido por la mayoría de profesionales y editores, es expresión de la voluntad de defender unos medios de comunicación libres y responsables en el marco de una sociedad plural y democrática.

El 12 de marzo de 1997 se creó el Consejo de la Información de Cataluña (CIC), organismo independiente encargado de velar por el cumplimiento de este código. Integrado por periodistas y representantes de otros sectores profesionales, el CIC es también un instrumento de autorregulación con facultades de intervención y mediación a través de resoluciones y recomendaciones sin carácter coercitivo.

Los periodistas y medios de comunicación deben tener la máxima libertad de información, opinión y crítica, y han de ejercerla con responsabilidad. El Código Deontológico de los periodistas incumbe a los medios y profesionales que preparan materiales seleccionados, procesados y presentados según

critérios periodísticos y con la voluntad explícita de ser reconocidos como tales. Los grandes principios de la ética periodística son de aplicación en todos los medios y soportes, así como en todas las modalidades y ámbitos de la información.

En los últimos decenios, la revolución tecnológica, y en especial el desarrollo de Internet, ha transformado de forma sustancial las bases del mundo de la información y el propio sistema de formación de la opinión pública. Este fenómeno obliga a adaptar los criterios de la buena práctica profesional para reafirmar el compromiso ético del periodismo con el público, de acuerdo con el principio de responsabilidad social.

Con estos antecedentes y premisas, el Colegio de Periodistas y el Consejo de la Información de Cataluña presentamos una nueva versión del Código Deontológico revisado y adaptado a la situación actual, y alentamos a los profesionales y a las empresas informativas a regir su actividad de acuerdo con la letra y el espíritu de sus criterios básicos.

02.CRITERIOS

1. Informar de manera cuidadosa y precisa

El profesional del periodismo está comprometido con la búsqueda de la verdad y, consecuentemente, tiene la obligación de acercarse a la realidad de los acontecimientos con la máxima fidelidad posible. Los medios deben observar siempre una clara distinción entre las informaciones y las opiniones, difundir únicamente informaciones contrastadas con diligencia, y evitar la difusión de conjeturas y rumores como si se tratara de hechos.

2. Evitar perjuicios por informaciones sin suficiente fundamento

No se deben usar expresiones injuriosas ni difundir datos imprecisos o sin base suficiente que puedan lesionar la dignidad de las personas y provocar daño o descrédito a entidades públicas o privadas. El periodista debe ponerse en contacto previamente con los afectados para darles la oportunidad de respuesta.

3. Rectificar las informaciones incorrectas

La obligación de corregir tanto las informaciones como las interpretaciones resultantes que hayan demostrado falsas o erróneas conlleva hacerlo con prontitud y con el tratamiento y la extensión proporcionados. Asimismo, los medios deben atender el derecho de réplica cuando éste se solicite en términos razonables.

4. Utilizar métodos lícitos y dignos para obtener información

Es inaceptable el uso de cámaras ocultas y cualquier otro procedimiento subrepticio o engañoso para obtener informaciones, imágenes y testigos. También es inadmisibles la interceptación y la difusión no consentida de material privado procedente de la telefonía móvil, la mensajería electrónica y otros soportes de comunicación. Pueden ser excepción las situaciones relacionadas con hechos o acontecimientos de inequívoco interés público y cuando no haya otra opción para dar

cumplimiento adecuado al derecho a la información. El pago a las fuentes para obtener información contraviene la buena práctica periodística y es inadmisibles cuando ponga en riesgo el principio de veracidad o pueda interferir la acción de la justicia.

El plagio es inaceptable. Hay que aplicar las buenas prácticas profesionales cuando se utiliza el trabajo de otros.

5. Citar las fuentes y preservar el secreto profesional

Las fuentes se citarán para que la información sea creíble. Sin embargo, los periodistas tienen la obligación moral de protegerlas invocando el secreto profesional cuando sea necesario. La confidencialidad debe servir para amparar a las personas en situación de indefensión o de riesgo, pero en ningún caso el anonimato puede ser utilizado para atacar individuos y organizaciones de manera injustificada. La buena práctica periodística exige también tratar de forma adecuada las informaciones recibidas bajo embargo, así como observar el *off the record* cuando haya sido acordado.

6. Conciliar los derechos individuales con el derecho del público a saber

El periodista debe defender el derecho a la información ante cualquier restricción a la transparencia exigida por el interés público, especialmente cuando las fuentes son administraciones y organismos oficiales. Sin embargo, hay que reconocer a las personas individuales y jurídicas el derecho a no proporcionar información ni responder preguntas. El acoso intimidatorio y persistente es una práctica reprobable.

7. Evitar el conflicto de intereses

No se pueden aceptar retribuciones o gratificaciones de terceros para promover, orientar o publicar informaciones y opiniones. La recepción de obsequios

promocionales o conmemorativos no puede rebasar el criterio estricto de la cortesía, según los baremos establecidos por las organizaciones periodísticas. Tampoco es admisible simultanear el ejercicio del periodismo con otras actividades remuneradas que pongan en peligro los principios de veracidad e independencia. Deben rechazarse las fórmulas de promoción o publicidad bajo la apariencia deliberada de informaciones periodísticas.

Como norma general, los profesionales de la información han de evitar cualquier situación de conflicto de intereses, ya sea de ámbito político, comercial, económico, financiero o familiar, que ponga en cuestión la credibilidad e imparcialidad de su función.

8. No utilizar en provecho propio informaciones privilegiadas

Los periodistas no deben usar en beneficio propio la información que reciben de manera confidencial en el ejercicio de su función, con independencia de que se publique o no, ni transmitirla a terceras personas por razones similares. En consecuencia, deben evitar pronunciarse sobre empresas y productos en los que mantienen un interés financiero, ya sea directamente o a través de familiares o personas cercanas. El mismo criterio debe regir en cuanto al sector de las apuestas.

9. Respetar el derecho a la privacidad

Las personas deben ser tratadas con respeto y dignidad, particularmente las más vulnerables. Hay que evitar las intromisiones innecesarias y las especulaciones gratuitas sobre sus sentimientos y circunstancias. Dañar de forma injustificada la dignidad de los individuos de palabra o con imágenes, incluso después de su muerte, contraviene la ética periodística.

Los casos de suicidio sólo se difundirán cuando tengan relevancia personal o sean de manifiesto interés público, teniendo en cuenta, además, el riesgo de un efecto mimético.

10. Salvaguardar la presunción de inocencia

Toda persona acusada o imputada de un delito tiene derecho a la presunción de inocencia en las informa-

ciones y opiniones relativas a indagaciones, causas o procedimientos penales. El respeto y la protección de este derecho están vigentes desde el inicio de las actuaciones policiales hasta que se pruebe la culpabilidad en un proceso que goce de las garantías necesarias. Los periodistas evitarán los prejuicios, así como someter a los implicados a juicios paralelos.

11. Proteger los derechos de los menores

Hay que evitar la difusión de la identidad de los menores cuando aparecen como víctimas (excepto en supuestos de homicidio y casos de secuestros o desapariciones), testigos o inculcados en causas criminales. Esta consideración es especialmente pertinente en asuntos de especial trascendencia social, tales como delitos sexuales, suicidios, problemas referentes a adopciones o hijos de padres encarcelados. Además, se evitará identificar contra su voluntad a las personas próximas o parientes inocentes de acusados o convictos en procedimientos penales.

Como norma general, los menores no deben ser entrevistados ni fotografiados o filmados sin el consentimiento explícito de sus padres, tutores, maestros o educadores. Tampoco es lícito alegar la relevancia pública de familiares o personas cercanas para justificar la intromisión en su vida privada o la explotación de su imagen.

12. Respetar la dignidad de las personas y su integridad física y moral

No se puede discriminar a ninguna persona debido a su condición sexual, discapacidad física o mental, creencias, origen étnico, nacionalidad y extracción social. Asimismo, hay que evitar expresiones vejatorias que puedan incitar al odio y al uso de la violencia. Los periodistas deben ser especialmente sensibles con la diversidad y actuar con sentido de justicia y respeto a las personas y los grupos afectados.

03. ANEXOS

Anexo A:

Recomendación sobre manipulación de imágenes

En fotoperiodismo se tiene que hacer constar siempre la autoría, así como la fecha, lugar y los elementos relevantes que identifican la imagen, salvo que se ponga en peligro la seguridad de las fuentes. En este ámbito no están permitidas manipulaciones que supongan alteración de la información visual registrada originalmente por el objetivo de la cámara y que recoge el soporte; es decir, añadir, eliminar, desplazar o modificar cualquier elemento de la imagen original.

En el ámbito de la foto-ilustración, es legítima la alteración de imágenes sin ningún otro límite que la responsabilidad del autor/a, y con la obligación de informar debidamente sobre el tipo de alteración practicada.

Anexo B:

Recomendación sobre Internet

Los principios de la ética periodística son comunes para todos los medios y soportes sin ninguna distinción. Sin embargo, las características de Internet han propiciado una amplia casuística que plantea nuevas consideraciones deontológicas para la práctica profesional.

01. Responsabilidad editorial

Las normas éticas obligan especialmente a las páginas web que sean la versión electrónica de publicaciones preexistentes en otros soportes, o también aquellas que, nacidas en la red, tengan una cabecera, unos contenidos y una periodicidad que las haga ser percibidas como publicaciones informativas.

- » Deben sentirse concernidas por estas normas aquellas personas que viertan información *on-line* de manera individual y que puedan ser reconocidas como profesionales del periodismo en la medida en que tienen en esta actividad la mayor parte de sus percepciones económicas.
- » Este anexo de buenas prácticas de la información en Internet también afecta a los periodistas que tienen blogs personales o participan en redes sociales con un rol de carácter explícitamente profesional.

02. Transparencia y rigor

- » El producto informativo tiene que poder ser identificado como tal sea cual sea su naturaleza formal. La distinción entre información y opinión también es igualmente exigible, así como la diferenciación entre publicidad e información.
- » Las informaciones tienen que ir fechadas y conviene que los links aporten igualmente las referencias adecuadas para orientar a los destinatarios y mantener contextualizados los datos.
- » Como en otros medios, la inmediatez no es excusa para obviar principios deontológicos como el recurso a fuentes fiables y la contrastación de los datos.
- » Las informaciones difundidas a través de las redes sociales tampoco pueden propagar rumores infundados ni emitir juicios de valor injuriosos.

03. Participación y supervisión activa

La participación del público enriquece la pluralidad de los contenidos de los medios en Internet y constituye una de las claves más definitorias e innovadoras del nuevo universo informativo. Aun así, las características de la red generan nuevos dilemas éticos sobre la relación entre los medios y el público.

- » Los comentarios de los usuarios a las noticias difundidas en las webs informativas tienen que ser moderados por sus responsables editoriales. Estos han de disponer de mecanismos y herramientas adecuados para impedir la difusión de mensajes injuriosos que atenten contra la dignidad de las personas y grupos sociales, o que induzcan a la discriminación, la violencia y el odio.
- » Las aportaciones de los internautas no pueden ser anónimas. El medio difusor tiene que exigir un registro previo a los usuarios que deseen hacer comentarios y dar a conocer sus opiniones, del mismo modo que ningún diario publica cartas al director escritas por personas que no se hayan identificado debidamente. El anonimato es admisible cuando se trata de garantizar la difusión de hechos y opiniones de inequívoco interés público o necesidad vital, pero igualmente el participante debe identificarse ante el medio.

04. Permanencia de los documentos online

La permanencia indefinida en la red de los documentos y materiales audiovisuales que se difunden y circulan a través de la web puede generar situaciones incómodas o indeseables para las personas afectadas, ya sea como fuentes informativas o como testigos. En el supuesto de que reclamen su desaparición, este hecho plantea la necesidad de conciliar adecuadamente el interés público con los derechos individuales. En cualquier caso, la invocación del “derecho al olvido” no tiene que ser motivo para la destrucción inmediata de elementos que, en cierto modo, forman parte de un “archivo general” o “memoria viva” que es patrimonio colectivo y que eventualmente puede ser de interés para historiadores o investigadores sociales.

- » Como norma general, no tiene que ser necesariamente atendida la pretensión de destrucción de materiales presentada por personas individuales o jurídicas alegando la simple razón de un cambio de opinión, de imagen u otras consideraciones de estricto orden personal.
- » Con todo, la persistencia de ciertos documentos no tiene que dar lugar a situaciones abusivas o gravemente nocivas contra los derechos fundamentales de las personas.
- » Consecuentemente, los responsables editoriales deben prevenir o paliar los posibles perjuicios provocados a las personas que han prestado su testimonio (imagen, voz o documentación), teniendo en cuenta el hecho singular de la pervivencia, la facilidad de acceso, reproducción y manipulación de los materiales presentes en Internet. Esta actitud tiene que ser especialmente cuidadosa cuando las personas afectadas sean menores de edad o jóvenes en situación de indefensión o riesgo sobre el eventual uso de su presencia en la red.
- » En todo caso, la propia naturaleza del espacio web como un fondo global y permanente de contenidos de todo tipo y de acceso universal hace prácticamente inviable la eliminación discrecional, sistemática, instantánea y generalizada de los materiales considerados impropios o lesivos por particulares, empresas o instituciones.

05. Autoría y plagio

- » El reconocimiento de la autoría intelectual y de los derechos de todo tipo que se derivan deben ser respetados en la red como en cualquiera otro soporte informativo. Las facilidades para “copiar y pegar” que brindan los productos digitales, hasta el punto de convertirse en una práctica redaccional mecánica y cotidiana, nunca tienen que ser un pretexto para el plagio y la usurpación.

Anexo C: Recomendación sobre el plagio

El **principio 1** del Código insta a contrastar bien todas las informaciones, mientras que el **principio 5** recomienda que, como norma general, las fuentes sean citadas. Estas normas de actuación se encuentran en la base de la credibilidad de los periodistas, y de su cumplimiento escrupuloso depende en gran medida la confianza que el público deposita en ellos.

Debe entenderse por plagio la reproducción sin cita de un fragmento apreciable de un producto ajeno. Hacerlo puede constituir un delito, pero también socavar gravemente la credibilidad de un periodista o de un medio informativo. Hay varias formas de plagio, todas ellas abominables aunque se puedan presentar con diferentes grados de gravedad:

- » La reproducción textual de un fragmento de una obra literaria, de un trabajo periodístico o de cualquiera otro documento cuya autoría sea identificable y demostrable.
- » La reproducción de fotografías o imágenes de cualquier tipo que tengan autoría, independientemente, incluso, de que estén sujetas a derechos de autor.
- » La reutilización de fragmentos de entrevistas o de cortes de voz que hayan sido obtenidos por informadores de otros medios y que hayan podido ser capturados a partir de emisiones ajenas.

Aunque la reproducción que se haga no sea textual, también puede tener consideración de plagio la difusión sin cita de informaciones que han sido obtenidas a partir de lo publicado por otro medio. La cita es especialmente obligada cuando se trata de informaciones exclusivas y muy relevantes que otro medio ha obtenido de fuentes que solo han estado a su alcance. No se podrá considerar plagio cuando la cita de la procedencia de la información sea muy explícita o cuando haya sido obtenida directamente a partir de la misma fuente o de fuentes diversas.

Anexo D:

Recomendación sobre el tratamiento de conflictos bélicos o armados

- 01.** Dar voz a todos los actores y promover la comprensión entre las partes implicadas. Favorecer el diálogo.
- 02.** No deshumanizar ninguna parte; hay que hablar de las víctimas y también de los victimarios.
- 03.** Evitar el lenguaje de las partes combatientes y de sus aliados. Exponer los engaños de cualquiera de ellas.
- 04.** Mostrar los grupos que en la base trabajan por la paz, no sólo los dirigentes. En particular, los esfuerzos de la sociedad civil que atiende las víctimas física, material y emocionalmente.
- 05.** Explorar los conflictos en su complejidad y tratar la violencia y sus efectos, tanto visibles como invisibles, pero también ocuparse de las causas diversas que los han generado.
- 06.** Los medios tienen que evitar el sensacionalismo y también impedir la emisión sin control de mensajes en línea que sean belicistas, xenófobos, racistas y sexistas.
- 07.** Informar de los conflictos aunque no haya violencia puede ayudar a prevenirla.
- 08.** No abandonar la cobertura después del alto el fuego y ocuparse de la resolución, la reconstrucción y la reconciliación.
- 09.** Aprovechar las similitudes entre los conflictos para que las experiencias constructivas ayuden a los que todavía no han encontrado un camino de resolución.
- 10.** Hay que mencionar siempre las fuentes de la información, particularmente cuando representan actores enfrentados, y tener en cuenta que terceras fuentes enriquecen la visión del conflicto. En caso de informaciones hechas bajo censura o imposiciones, debe hacerse saber a los receptores.

Anexo E:

Recomendación sobre el uso del término “ilegales” referido a personas.

Declaración del CIC
del 11 d'abril de 2000

El término “ilegal” aplicado a inmigrantes es incorrecto y vulnera los criterios del Código Deontológico de la profesión periodística, por las siguientes razones:

- » Las personas nunca pueden ser ilegales, porque esto supondría negar a un ser humano la categoría de sujeto de derecho.
- » La aplicación inadecuada de este calificativo implica desprecio a la dignidad y la propia imagen de estas personas.
- » El uso de esta palabra para designar, de forma exclusiva y continuada, al colectivo de trabajadores que emigran, entraña un trato discriminatorio y favorece estereotipos que criminalizan la imagen de estas personas en la conciencia colectiva.

Anexo F:

Recomendación sobre la cita de nacionalidades y etnias

Declaración del CIC
del 24 de julio de 2006

La utilización en los medios de palabras y conceptos relacionados con la nacionalidad o lugares de procedencia para designar en titulares a un individuo o grupos de individuos que han cometido actos delictivos, es discriminatoria. Cuando el tratamiento que dan los medios a las informaciones puede entrar dentro de un contexto discriminatorio con objeto de llamar la atención del lector, provoca en los ciudadanos una actitud negativa con respecto al hecho migratorio y los inmigrantes.

El CIC recomienda a los medios de comunicación que actúen con especial responsabilidad y rigor en el caso de informaciones u opiniones con contenidos que puedan suscitar discriminaciones por razones de género, etnias, creencias o extracción social o cultural, es decir, evitando en todo caso las generalizaciones y el etiquetado de las personas por sus rasgos diferenciales, ya sean étnicos, religiosos, económicos o sociales. En todo caso, si el medio considera que la nacionalidad de los protagonistas es noticiable, para no fomentar en el receptor impulsos discriminatorios el CIC recomienda que este dato se mencione siempre, sean de donde sean los autores de los hechos descritos.



**Col·legi
de Periodistes
de Catalunya**

BARCELONA

Rambla de Catalunya 10
08007 Barcelona
T_933 171 920
col·legi@periodistes.cat

GIRONA

Carrer Nou del Teatre 1, 2n 1a
17004 Girona
T_972 209 162
secretariagirona@periodistes.cat

LLEIDA

Rambla Ferran 21, 8è 1a
25007 Lleida
T_973 240 044
lleida@periodistes.cat

TARRAGONA

Carrer d'August 5, 1r 1a
43003 Tarragona
T_977 245 454
secretaria-tarragona@periodistes.cat

TERRES DE L'EBRE

Plaça de Ramon Cabrera 7, 1r
43500 Tortosa
T_977 442 490
ebre@periodistes.cat

CATALUNYA CENTRAL

Plana de l'Om 6, 1er
08241 Manresa
T_938 723 720
catalunyacentral@periodistes.cat

@Periodistes_org 
collegiperiodistes 

periodistes.cat



**FUNDACIÓ
CONSELL DE LA INFORMACIÓ
DE CATALUNYA**

Rambla de Catalunya 10, 1er
08007 Barcelona

T_933 171 920
fcic.periodistes.cat
cic@periodistes.cat
@CICfundacio 
CIC.fundacio 