



## **COMISIÓN DE DEONTOLOGÍA Y GARANTÍAS**

### **INFORME SOBRE ENVÍO DE CONTENIDOS ELABORADOS SIN INTERVENCIÓN DE LOS MEDIOS Y PERIODISTAS**

#### **I. SOLICITUD**

Con fecha de 5 de junio de 2020 el Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía (CPPA) traslada a esta Comisión de Deontología y Garantías un escrito solicitando un pronunciamiento sobre si se considera adecuada la dinámica que están adoptando muchos Gabinetes de enviar por canales como Messenger o WhatsApp los contenidos enlatados sin posibilidad de que haya preguntas por parte de los periodistas y cuál debería ser la respuesta desde el periodismo.

#### **II. HECHOS**

1. Desde hace bastante tiempo, los Gabinetes de Comunicación de instituciones públicas y privadas utilizan el recurso de enviar a los periodistas y medios de comunicación contenidos informativos elaborados, junto con declaraciones previamente seleccionadas, sobre asuntos que consideran de interés informativo.

2. Este tipo de prácticas, que en principio se planteaba como una ayuda ocasional a la tarea de los periodistas y un procedimiento para la difusión de noticias de interés para las entidades que las generan, se ha ido generalizando de tal manera que incluso envían textos y cortes elaborados de ruedas de prensa previamente celebradas, sin que haya una petición previa por parte del redactor o el medio de comunicación, lo que supone una cierta discriminación y falta de respeto hacia quienes acuden a dichas convocatorias y elaboran su propia información.

3. Hoy es un hecho constatado que las agendas de previsiones y los contenidos de la mayor parte de los medios de comunicación, fundamentalmente locales, se elaboran prácticamente en su mayoría con tales contenidos “enlatados”, sin que sus redactores intervengan en la redacción y en la selección de las declaraciones, hasta el punto de que en las redacciones esperan a que llegue el envío por medios digitales (Messenger, correo electrónico, WhatsApp,..) para incluirlos sin corrección o ampliación alguna en los contenidos de sus informativos o páginas, tanto de prensa como de radio, televisión y medios digitales.

4. También está demostrado que esta práctica se ha generalizado y que con la excusa de ayudar a cubrir la precariedad de las redacciones y la imposibilidad de que sus redactores puedan acudir a atender todas las convocatorias de ruedas de prensa que les llegan, el envío de textos y declaraciones elaborados y



seleccionados por periodistas a sueldo de las instituciones públicas y privadas que los emiten ha llevado a una preocupante uniformidad de contenidos en la mayor parte de los informativos y contenidos de todos los medios, siendo cada vez más escasos los casos en los que, al menos, se reelaboran o se amplían por los redactores de los medios antes de ser publicados.

No hay más que hacer un seguimiento diario de los medios digitales, para comprobar que la mayoría de sus informaciones son las mismas y están tituladas igual, lo que provoca una preocupante uniformidad de contenidos y un escaso interés en acudir a sus páginas en busca de noticias que, en verdad, traten de reflejar la actualidad de un territorio, dando lugar a que tales textos y declaraciones atiendan más a intereses publicitarios o propagandísticos de quienes las envían y no a un necesario afán por informar sobre temas de actualidad e interés para los ciudadanos.

### **III. RAZONAMIENTO DE LA PONENCIA**

Consideramos que el pronunciamiento solicitando a esta Comisión por el Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía entra de lleno en el análisis de una práctica que colisiona con el libre ejercicio de la profesión periodística, así como con la garantía del derecho a la libertad de expresión y el cumplimiento de los preceptos contemplados en los Códigos Deontológicos del Periodismo y de los medios de comunicación, que se rigen por sus propias normas basadas en los principios del Código Deontológico del Consejo de Europa y el de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), e incluso del propio Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía que asume ambos códigos como propios, garantizando también los derechos de los ciudadanos contemplados en el artículo 20 de la Constitución.

El que muchos Gabinetes de Comunicación envíen por canales como Messenger o WhatsApp los contenidos enlatados sin posibilidad de que haya preguntas por parte de los periodistas, sin ser una práctica ilegal, no deja de ser un decepcionante recurso que se asume, cada vez con mayor asiduidad, para cubrir contenidos informativos en los medios de comunicación, amparándose en la crisis de las redacciones sometidas a constantes reducciones de plantilla y a un aumento de la precariedad laboral y salarial, que erosiona gravemente el libre ejercicio del periodismo y la garantía de la libertad de expresión, convirtiendo las páginas y espacios informativos en un monótono y rutinario tablero publicitario institucional, en los que los temas de actualidad e interés informativo son cada vez más escasos.

Esta es una práctica en la que, para esta Ponencia, hay una responsabilidad compartida de la que nadie es inocente, ni emisores de los contenidos, ni receptores. Se supone que todos son profesionales del periodismo que, por acción u omisión, se dejan someter a una práctica muy alejada de los más elementales principios del periodismo para ofrecer a los ciudadanos una información veraz.



Con la masificación de las redes, es patente la pérdida de credibilidad y de sentido del oficio de periodista una vez que el ciudadano puede emitir información, acceder a las fuentes, volcar imágenes y vídeos a través de la Red y ampliar sus posibilidades de comunicación, lo cual no quiere decir que los periodistas hayan dejado de tener sentido, sino más bien todo lo contrario, entre otras razones porque, aunque a veces la noticia pueda tener su origen en las redes sociales es la información periodística organizada con un criterio profesional y elaborada por profesionales, la que ofrece un valor añadido que no puede aportar en solitario ningún otro recurso.

No hay duda de que el instrumento más rentable para garantizar la supervivencia de los medios de comunicación es la CREDIBILIDAD. Sin ella, los ciudadanos seguirán alejados de los medios y de la profesión periodística, porque estarán traicionando la función que constitucionalmente tienen asignada para la defensa de la libertad de expresión en una sociedad plural en la que es incuestionable la exigencia del derecho constitucional y fundamental de los ciudadanos a recibir informaciones plurales, veraces y opiniones libres y éticas en todos los temas de interés general, respetando los derechos fundamentales de la persona contemplados en el marco del art. 20 y Título I de nuestra Constitución para lo que según el catedrático y redactor del Código Europeo del Periodismo, Manuel Núñez Encabo “es necesario garantizar que existan profesionales de la información que cumplan dos requisitos imprescindibles: Formación adecuada para la elaboración, interpretación y transmisión de los contenidos informativos a los ciudadanos a través de los medios de comunicación y compromiso público de asumir su responsabilidad deontológica”, aunque en la actualidad para gran parte de periodistas, la deontología, el cumplimiento del Código Deontológico, es algo así como una entelequia que creen imposible ante tanta precariedad.

El envío de información elaborada hace ya mucho tiempo que va más allá de una mera prestación de servicio para ayudar a que los redactores puedan realizar su trabajo.

Las empresas periodísticas y sus profesionales reciben presiones procedentes de los sectores políticos, económicos,... y es un hecho que en esta situación y el mayor enemigo de la independencia es el paro y las malas condiciones de trabajo que con demasiada frecuencia dan lugar a periodistas serviles, carentes de objetividad y rendidos a intereses ajenos a la información.

Con este panorama los ciudadanos huyen de los medios de comunicación y es responsabilidad de todos el luchar porque este estado de cosas cambie.

En su consulta a esta Comisión de Deontología y Garantías, el Colegio Profesional de Periodistas plantea que cuál debería ser la respuesta desde el periodismo. Los medios de comunicación y periodistas tienen que hacer autocritica sobre su actitud y responsabilidad en el actual estado de cosas y tomar conciencia de que el periodista es un profesional que presta un servicio público y está obligado a cumplir unos principios deontológicos establecidos en normas y códigos a nivel Internacional, Europeo y nacional.



Los gabinetes de comunicación están masivamente ocupados por periodistas que en muchos casos olvidan su verdadera función, renuncian a ser periodistas y se transforman en profesionales que filtran las informaciones, limitan el acceso a las fuentes y suponen un freno real a la libertad de expresión, con una actividad más próxima a la publicidad y a las relaciones públicas que al periodismo.

Muchos de ellos trabajan en condiciones precarias, con salarios muy bajos, jornadas laborales excesivas y presiones constantes para lograr que el medio esté al servicio de la imagen de su principal responsable o del partido que lo gobierna y, en estos casos se les obliga a poner su profesión al servicio de los intereses de quienes les contratan y les pagan porque la objetividad no importa y la profesionalidad tampoco.

Desde hace pocos años, a nivel internacional se está produciendo un movimiento en el que profesionales con fuentes y criterio y otros con una excelente formación en las nuevas tecnologías, están uniendo sus fuerzas para lanzar nuevos medios, sobre todo digitales con el propósito de dar lugar a lo que Nemesio Rodríguez, presidente de la FAPE llama “un nuevo periodismo” para que “aunque se haya perdido el monopolio de la información, allí donde se produce un hecho de interés, habrá un periodista para contarlo, diferenciando al periodista de los que no son periodistas, en la exigencia ética y deontológica de su trabajo”.

#### **IV. RESOLUCIÓN**

Esta Comisión, reunida en Pleno, entiende que la dinámica que están adoptando muchos Gabinetes enviando por canales como Messenger o WhatsApp los contenidos enlatados sin posibilidad de que haya preguntas por parte de los periodistas, aunque se ha convertido en un instrumento de aporte frecuente de contenidos más o menos noticiosos a los medios y profesionales de la comunicación, es efectivamente nociva para la garantía de la libertad de expresión y el libre ejercicio del periodismo con suficientes garantías, dando lugar con frecuencia a contenidos de escaso interés periodístico, poniendo en cuestión la credibilidad del medio y entorpeciendo la posibilidad de un adecuado ejercicio de la función de servicio público del periodista como intermediario dedicado a contar a los ciudadanos lo que pasa a los ciudadanos.

Ante ello, la respuesta desde el periodismo debería ser utilizar estos recursos informativos como herramientas de trabajo que den lugar a un riguroso contraste de sus contenidos y a la publicación de aquellos que verdaderamente tengan interés periodístico, con declaraciones de interés y reclamando a los Gabinetes que permitan la posibilidad de enviar declaraciones de sus protagonistas en cuyas preguntas y ampliación, si es preciso, intervengan los redactores de los medios a los que se envían.



El Código Internacional de Ética Periodística (UNESCO) establece en sus artículos 1, 2 y 3 que “el pueblo y las personas tienen el derecho a recibir una imagen objetiva de la realidad por medio de una información precisa y completa, y de expresarse libremente a través de los diversos medios de difusión de la cultura y la comunicación” y que “la tarea primordial del periodista es la de servir el derecho a una información verídica y auténtica por la adhesión honesta a la realidad objetiva, situando conscientemente los hechos en su contexto adecuado”, porque “en el periodismo, la información se comprende como un bien social, y no como un simple producto. Esto significa que el periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida. El periodista es, por tanto, responsable no sólo frente a los que dominan los medios de comunicación, sino, en último énfasis, frente al gran público, tomando en cuenta la diversidad de los intereses sociales”.

El Código Europeo de Deontología del Periodismo, aprobado por el Consejo de Europa, insiste también en que “la emisión de noticias debe realizarse con veracidad, a través de las actividades verificadoras y comprobadoras oportunas y con imparcialidad en la exposición, descripción y narración de los mismos. Los rumores no deben confundirse con las noticias. Los titulares y enunciados de las noticias deben subrayar lo más fielmente posible el contenido de los hechos y datos” y añade en otro de sus artículos que “Los poderes públicos no deben considerarse propietarios de la información. La representatividad pública legítima para actuar en orden a garantizar y desarrollar el pluralismo de los medios de comunicación y para asegurar que se creen las condiciones necesarias para el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información, excluyendo a la censura previa...”

Vivimos una etapa en la que es evidente que la información y la comunicación que se realizan por el periodismo a través de los medios de comunicación con el soporte de las nuevas tecnologías, tiene una importancia decisiva con el desarrollo individual y social, lo que la hace imprescindible para la vida democrática, en la que “el ejercicio del periodismo no debe condicionar ni mediatizar la información veraz o imparcial y las opiniones honestas con la pretensión de crear o formar la opinión pública, ya que su legitimidad radica en hacer efectivo el derecho fundamental a la información de los ciudadanos en el marco del respeto de los valores democráticos”.

Somos conscientes de que, con frecuencia, la relación entre medios de comunicación e instituciones se basa en compromisos publicitarios o económicos que condicionan la libertad de elaboración de contenidos informativos. Sería deseable que unos y otros entendieran que una información mediatizada no suele cumplir los fines para los que se pretende, porque aleja a los ciudadanos del interés por estar informados en estos medios, por lo que es recomendable en estas relaciones “evitar llegar a una connivencia tal que pueda repercutir en la independencia y la imparcialidad del periodismo”

El Código Deontológico de FAPE establece en los artículos 2, 3 y 6 que “el primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad” y “de acuerdo



con este deber, el periodista defenderá siempre el principio de la libertad de investigar y de difundir la información y la libertad del comentario y la crítica”, por lo que “a fin de no inducir a error o confusión de los usuarios, el periodista está obligado a realizar una distinción formal y rigurosa entre la información y la publicidad”.

Hay abundante documentación sobre recomendaciones, resoluciones, jurisprudencia y normas sobre la libertad de los medios de comunicación, sus efectos y limitaciones, incluida la Carta de la UE: Normas para la libertad de los medios de comunicación en la UE, aprobada por el Parlamento Europeo, el 21 de mayo de 2013, incidiendo también en los derechos fundamentales de los ciudadanos a la libertad de expresión e información que únicamente pueden garantizarse a través de la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación, que permiten a los periodistas y a los medios de comunicación el ejercicio de su derecho y su obligación de informar a los ciudadanos, de modo neutral y equitativo, acerca de acontecimientos y decisiones de interés público...´.

En esta valoración no ignoramos los informes que ponen de manifiesto que la opinión pública europea ha expresado su preocupación acerca del deterioro de la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación, y ha pedido en repetidas ocasiones a la UE medidas para preservar la libertad de los medios y el desarrollo de un panorama mediático sólido, independiente y plural.

Es también un hecho que la informática ha cambiado profundamente la infraestructura informativa de modo que ha tenido consecuencias en el modelo de negocio de los medios de comunicación más tradicionales y, en particular, en su dependencia del mercado publicitario y la velocidad a que se han producido los cambios tecnológicos en las últimas décadas, ha llevado a graves fallos en la labor de los periodistas, entre ellos, el no comprobar y no realizar una doble comprobación de las fuentes en un panorama mediático que aún está sufriendo cambios fundamentales en una época de crisis económica que ha supuesto que miles de periodistas pierdan su empleo o trabajen en condiciones laborales precarias obligados, además, a afrontar muchos retos relacionados con el futuro del periodismo.

Se recomienda, por último, que el Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía propicie mecanismos de concienciación y reflexión que permitan que los periodistas, con independencia de la institución o empresa en que trabajen, mantengan criterios éticos y profesionales que redunden tanto en beneficio de quienes les encomiendan la tarea de informar, como en quienes tienen el deber de difundir los temas de interés noticioso y en que llegue a los ciudadanos una mejor y más precisa información.

En Sevilla, a 3 de julio de 2020