

COMUNICACIÓN 3

NUEVAS PAUTAS Y RECOMENDACIONES PARA UNOS MEDIOS MÁS ÉTICOS

HUGO AZNAR GÓMEZ
Universidad Cardenal Herrera-CEU (Valencia)

1. NUEVOS CÓDIGOS Y RECOMENDACIONES PARA LOS MEDIOS

A comienzos del próximo año estarán disponibles en el mercado editorial dos nuevas recopilaciones de códigos y recomendaciones de ética periodística para los profesionales y medios de comunicación social¹. En ellas se recogen recomendaciones para realizar un tratamiento informativo y mediático correcto de diversos temas de actualidad, que luego indicaremos. Estas recomendaciones han sido promovidas y hechas públicas por diversos colectivos y entidades sociales, fundamentalmente a lo largo de la última década. Ya existían otras recopilaciones en las que se recogían los códigos éticos de las organizaciones profesionales de periodistas –como los códigos de ética periodística de la FIP, la UNESCO, el Colegio de Periodistas de Cataluña o la FAPE, por mencionar algunos–, que contienen las normas más fundamentales del periodismo y que suelen ser obligatorios para los miembros de las organizaciones que los aprueban (Aznar, 1999; Villanueva 1996 y 1999). Pero las recopilaciones que ahora presentamos suponen o reflejan dos importantes novedades por lo que se refiere a la cultura de los códigos éticos de la comunicación.

¹ Se trata de H. Aznar: *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*. Barcelona, Paidós, 2005. Y H. Aznar: *Pautas éticas para la comunicación social*. Valencia, Servicio de Publicaciones de la Universidad Cardenal Herrera CEU, 2005. Ambos libros formaban inicialmente un único proyecto, pero los criterios editoriales al uso han obligado a su publicación por separado. En adelante, se los cita como Aznar 2005b y 2005c respectivamente.

La primera novedad se refiere al contenido de los códigos y recomendaciones recogidos en estas dos nuevas recopilaciones. En efecto, ya no se trata de establecer las normas básicas y más fundamentales del periodismo: ésta es una tarea que puede considerarse en gran medida ya realizada gracias a los diferentes códigos que han venido aprobándose a lo largo del siglo XX². Seguramente se seguirán aprobando otros códigos de este tipo (por sindicatos, consejos de prensa o audiovisuales, por los propios medios, etc.), pero sus contenidos coincidirán en sus líneas generales con los que ya están disponibles hoy en día. “Lo que plantean este nuevo grupo de iniciativas ahora recopilados son pautas y criterios para el tratamiento mediático correcto de un significativo número de nuevos problemas y retos sociales que vienen ocupando un lugar relevante en la información de hoy en día y que probablemente lo seguirán haciendo en los próximos lustros de este siglo recién iniciado”³.

Basta la enumeración de los documentos recogidos en ambos textos para constatar la particularidad de los contenidos normativos abordados. Así, los códigos y recomendaciones recogidos en Aznar 2005b se agrupan en torno a las siguientes cuestiones:

- Catástrofes y tragedias humanitarias:
 1. *Recomendaciones del CAC sobre el tratamiento informativo de las tragedias personales.*
- Comunicación para el desarrollo:
 2. *Código de conducta relativo a imágenes y mensajes sobre el Tercer Mundo de las ONGD europeas.*
- Inmigración, racismo y xenofobia:
 3. *Manual de estilo periodístico del Foro de la Inmigración y la Asociación de Periodistas de Vizcaya.*
 4. *Recomendaciones del CAC sobre el tratamiento informativo de la inmigración.*
- Corresponsales en situaciones de riesgo:
 5. *Manual de seguridad de la FIP para periodistas.*

² En el caso de España con algo de retraso por razones históricas (Aznar, 2005a: cap. I).

³ Es cierto que hablar de “nuevos” para referirnos a estos asuntos aquí es un tanto equívoco, pero preferimos seguir manteniendo esta denominación. Quizás su novedad esté antes que nada en su propia presencia en los medios y de este modo en la esfera pública de nuestras sociedades. Para las razones de esta denominación, ver los capítulos introductorios de Aznar, 2005b.

6. *Código internacional profesional de la FIP para el ejercicio seguro del periodismo.*

7. *Carta sobre la seguridad de los periodistas en zonas de conflicto y tensiones de Reporteros Sin Fronteras.*

— Terrorismo:

8. *Declaración de Bilbao: Unos medios libres son fundamentales en democracia;*

9. *Reflexiones sobre los medios de comunicación y el terrorismo del Consejo de Administración de RTVE.*

— Información de tribunales:

10. *Convenio de autorregulación de las televisiones españolas sobre el tratamiento de los juicios por televisión.*

— Mujer y medios de comunicación:

11. *Objetivos estratégicos y medidas referidas al ámbito de los medios de comunicación de la IV Conferencia mundial sobre las mujeres.*

12. *Dictamen del CAC sobre la imagen de la mujer en la publicidad.*

— Violencia doméstica contra mujeres:

13. *Noticias con lazo blanco. Manual para periodistas sobre la violencia doméstica (UPV).*

14. *Tratamiento Informativo de la violencia doméstica contra mujeres (IORTV).*

— Discapacidad:

15. *Pautas éticas para la comunicación social básica en discapacidad.*

Por su parte, en Aznar 2005c se recogen otros tantos manifiestos y recomendaciones esta vez en torno a las siguientes cuestiones:

— Menores:

1. *Los Derechos del Niño y los Medios de comunicación. Directivas de la FIP para profesionales de los medios.*

2. *Principios éticos de UNICEF para informar acerca de la infancia.*

— Anorexia:

3. *Conclusiones y recomendaciones de la Ponencia del Senado español sobre condicionantes extrasanitarios de la anorexia y la bulimia.*

- Violencia y ficción:
 - 4. *Recomendaciones de Valencia.*
- Educomunicación:
 - 5. *Mitjans. Red de educadores y comunicadores: Declaración fundacional.*
 - 6. *Declaración de Granada (UNESCO): La educación en Medios de Comunicación e Internet como instrumento para el desarrollo de una Cultura de Paz.*
 - 7. *Manifiesto para la Educación en Comunicación.*
- Periodismo gráfico:
 - 8. *Derechos y límites del periodismo gráfico (UPV).*
- Radio y publicidad encubierta:
 - 9. *Convenio de autorregulación de la publicidad en la radio.*
- Telebasura:
 - 10. *Manifiesto contra la telebasura.*
 - 11. *Manifiesto en defensa de la radiotelevisión pública.*
 - 12. *Manifiesto/Declaración: Por una televisión de calidad para nuestros niños y adolescentes.*
 - 13. *Manifiesto de las Asociaciones de Telespectadores y Radioyentes por unos medios audiovisuales de calidad.*
- Estatuto Profesional de los Periodistas:
 - 14. *Acuerdo-Marco para la regulación de las prácticas de los estudiantes de periodismo y comunicación audiovisual en los medios de comunicación de Cataluña.*
 - 15. *Propuesta de Estatuto del Periodista Profesional del Foro de Organizaciones de Periodistas.*

Ambas recopilaciones reflejan pues la pluralidad de cuestiones y asuntos que hoy en día afectan y se ven afectados por los medios y que reclaman, por consiguiente, la atención de la ética periodística y de formas de periodismo cada vez más especializadas. Estos contenidos reflejan, por una parte, la centralidad que los medios de comunicación tienen en nuestras sociedades y cómo a partir de esta posición afectan a diferentes cuestiones de evidente interés para la sociedad. Pero, más importante aún desde nuestro punto de vista, es que reflejan –por decirlo así– el avance de la ética periodística, que viene de este modo a com-

plementar las obligaciones básicas y más tradicionales del periodismo con nuevas exigencias éticas acordes con un tratamiento riguroso y comprometido de todas estas cuestiones⁴. Se trata por tanto, de propuestas éticas que vienen a complementar a las anteriores y a establecer un nivel de concreción deontológica mayor. Son este tipo de recomendaciones más concretas las que se reúnen y facilitan ahora, de manera que los profesionales y el público en general puedan confiar en algo más que en su sentido común, su juicio personal o su experiencia particular a la hora de precisar los criterios para una información éticamente mejor y más comprometida socialmente con este tipo de cuestiones. Es así que la ética periodística avanza y debe seguir avanzando de modo complementario a como lo hace la relevancia de los medios y su influencia, equilibrando su creciente poder con un ejercicio responsable y comprometido de su amplia libertad de acción.

Ahora bien, si esta primera novedad es relevante no lo es menos la segunda novedad que reflejan los textos normativos recogidos en estas dos recopilaciones. Hasta no hace mucho, este tipo de documentos éticos no eran más que un asunto propio de las grandes asociaciones y otros colectivos de periodistas y de medios, siendo en algunos casos incluso poco conocidos –más allá de haber oído de su existencia- por los profesionales de los medios por no hablar ya del público en general (Aznar 2004 y 2005a: cap. I). Ciertamente, la mayoría de los documentos recogidos ahora en estas recopilaciones siguen siendo fruto de la actividad y el compromiso de las asociaciones profesionales de periodistas y otros organismos directamente relacionados con la actividad de los medios, como la FIP, el Consejo Audiovisual de Cataluña, el Instituto Oficial de Radio y Televisión, la Unión de Periodistas Valencianos, el Foro de Organizaciones de Periodistas Españoles, etc. Pero no es éste el aspecto que queremos destacar. Es lógico –o debe serlo- que si la ética periodística gana cada día que pasa una importancia y relevancia mayor, sean los profesionales que realizan día a día la comunicación los que estén a su vez, a través de sus organizaciones, cada vez más comprometidos con el desarrollo, el perfeccionamiento y la progresiva ampliación de dicha ética.

⁴ Por su parte, como ya destacamos en la presentación de los mismos: “al publicarlos juntos pretendemos, en primer lugar, facilitar a quienes realizan y dirigen los medios de comunicación una serie de recomendaciones que les permitan mejorar su labor diaria desde un punto de vista ético. Y, en segundo lugar, facilitar la difusión de estos documentos entre los estudiantes de CC. de la Información y quienes trabajan, investigan o se relacionan en cualquier lugar y por cualquier motivo con los medios, de modo que puedan conocerlos, comentarlos y discutirlos, familiarizándose con ellos y sirviéndose de ellos para ampliarlos y perfeccionarlos” (Aznar, 2005b).

“La novedad de la mayoría de estos documentos está más bien en otro aspecto: la significativa implicación, junto a estas organizaciones y organismos relacionados directamente con la comunicación, de otros tantos colectivos de la sociedad civil concernidos por el papel ético de los medios y por la influencia de los contenidos que difunden”. Estos documentos –en realidad, no sería difícil reunir un número mayor aún pero hemos preferido realizar una selección de los que a nuestro juicio pueden ser más representativos– son fruto de la labor de muchas personas, entidades y organizaciones diferentes de la sociedad civil: ONG, colectivos de profesionales de diferentes ámbitos, como educadores o juristas, sindicatos, asociaciones de consumidores y de amas de casa, colectivos articulados del público receptor, organizaciones feministas, etc.; así como también de organismos públicos e internacionales cuya actividad no está *directamente* relacionada con los medios, como UNICEF, el Defensor del Pueblo o el Senado español. Responden pues a una clara toma de conciencia de muchos miembros de la sociedad de la importancia creciente de los medios y de la necesidad de reconsiderar *permanentemente* su ética y sus pautas de trabajo. Esto sí supone una verdadera novedad: si la ética periodística apareció a comienzos del siglo XX siendo una cosa minoritaria y poco conocida, inicia el siglo XXI siendo una preocupación más, un asunto propio más de un número cada día mayor de personas y colectivos de la sociedad. Basta repasar la información facilitada junto con los documentos sobre cómo se han gestado y aprobado para comprobar esta creciente implicación de sectores muy diferentes de la sociedad (Aznar 2005b y 2005c).

La implicación de tantos colectivos se debe, obviamente, a la naturaleza de los temas considerados: educación, discapacidad, anorexia, telebasura, ayuda al desarrollo, violencia doméstica, etc. En tanto se abordan estos temas no sólo es normal sino imprescindible la participación de aquellos colectivos, grupos de personas y de expertos, asociaciones, etc., que trabajan desde hace tiempo estas cuestiones y se hallan especialmente sensibilizados hacia todos sus aspectos⁵. Pero su presencia y participación también indica la progresiva toma de conciencia por un sector cada día más amplio de la sociedad de que, dada la creciente relevancia que cada día tienen los medios en nuestra esfera pública, cual-

⁵ En tal sentido conviene tener presente que aunque muchos de estos documentos han sido aprobados por alguna organización profesional de periodistas o por algún organismo directamente relacionado con la actividad de los medios, son también mayoría los casos en que en su elaboración han participado activamente otro tipo de colectivos, expertos, organizaciones, etc., no directamente relacionados con la comunicación social.

quier cuestión debe serles en algún sentido relacionada. El tratamiento de los medios se vuelve así cada día más relevante para quienes trabajan con estas cuestiones y es lógico que su preocupación se traslade a la ética y el compromiso de dichos medios y sus profesionales. Según como los medios traten esas cuestiones se estará forjando un determinado imaginario colectivo sobre las mismas y se estarán poniendo las bases de un tratamiento colectivo mejor o peor de las mismas. La batalla de los problemas sociales se juega hoy pues en el entorno mismo de los medios tanto como en el de los propios problemas mismos. De este modo, la ética periodística rompe una vez más las tradicionales barreras de la profesión para situarse en el centro mismo de un debate social más amplio que implica, ya mismo y cada día más, a una parte creciente de la sociedad civil.

2. LA RESPONSABILIDAD DE LOS PROFESIONALES Y LA DE QUIENES LOS PREPARAN

Ahora bien, por mucho que una parte creciente de la sociedad civil se sienta concernida más o menos directamente por la ética de los medios, es evidente que son los profesionales (y los propietarios y directivos) que hacen día a día los medios quienes han de llevar a la práctica y hacer efectivas las recomendaciones y pautas contenidas en estos documentos. Siempre será positivo contar con un público más concienciado y exigente en relación a la ética de los medios⁶. Ahora bien, qué duda cabe que si no son los propios profesionales los que se sienten llamados a conocer y aplicar estos nuevos códigos y recomendaciones en su trabajo diario en los medios, todas estas aportaciones corren el riesgo de quedar en papel mojado, en declaraciones de buenas intenciones sin capacidad para influir en el día a día de la comunicación social. “Este riesgo sólo se puede conjurar mediante la adecuada responsabilización y formación de los profesionales en relación a estas cuestiones”.

⁶ Sin duda es enormemente relevante el papel de un público cada vez más formado y exigente en torno a las cuestiones de ética periodística. Es fundamental avanzar en este sentido y crear y potenciar los mecanismos que hagan efectiva esta preocupación en sus diferentes manifestaciones posibles, sobre todo a través de la acción organizada de organizaciones de usuarios y otros colectivos. A su vez, el sistema de la comunicación social debe propiciar los mecanismos necesarios para hacer posible esta participación del público: defensores del público, consejos de prensa y de lo audiovisual con participación del público, consejos asesores de las televisiones públicas con representantes de la sociedad civil, derecho de antena para estos colectivos, etc. Sobre todo esto *vid.* el capítulo dedicado a la participación del público en la autorregulación de los medios en Aznar, 2005a; *vid.* también Ruiz, 2003.

En efecto, los profesionales representan al sujeto cualificado encargado de la realización de los medios, una cualificación oportunamente avalada mediante la preparación y formación correspondientes. Son ellos quienes están especialmente obligados a conocer los aspectos normativos de la actividad comunicativa, así como también a tener una especial sensibilidad acerca de los efectos derivados de su actividad, tal y como han podido ser acreditados ya a través de una larga experiencia histórica de actividad mediática y de estudios sobre ésta. De modo que, si bien los destinatarios y aún más los empresarios de la comunicación tienen su parte fundamental de responsabilidad, es evidente que quien ha estudiado, se ha preparado y ejerce como sujeto cualificado de la actividad comunicativa es el profesional de la comunicación. A partir de este conocimiento y de la especial sensibilidad que se les supone acerca de la influencia cultural y social de los medios, los profesionales deben asumir la responsabilidad principal en la defensa de los valores y las normas de una comunicación éticamente mejor y socialmente más comprometida. Los aspectos éticos de la comunicación deben entrar en el proceso productivo de los medios gracias a los periodistas, mediante su cualificación y preparación teórica y su compromiso y experiencia prácticas.

“Y es obvio que para que los profesionales puedan introducir en su actividad diaria estas nuevas pautas éticas deben primero conocerlas y estar sensibilizados hacia ellas”. Lamentablemente, esto no siempre ocurre o cuando menos no en la medida que sería deseable. Todavía muchos profesionales de los medios –y no siempre precisamente entre los niveles menos cualificados o de menor experiencia– ignoran o pasan por alto estas cuestiones. Y entre los propios estudiantes de periodismo no siempre se da el interés que sería deseable hacia estas cuestiones. Todo esto produce una cierta contradicción práctica: la eficacia última de los códigos éticos depende en gran medida del compromiso efectivo de los profesionales y si son ellos los primeros en dudar de su eficacia y en no esforzarse por conocerlos y llevarlos a la práctica, entonces estos mismos profesionales están contribuyendo a que realmente sirvan de muy poco.

En otro lugar (Aznar, 2005b) he apuntado algunas de las razones que pueden explicar esta falta de interés –o al menos del interés que sería de desarrollar– por parte de los estudiantes y futuros profesionales del periodismo⁷. Conviene repasarlas una vez más precisamente para tratar de contrarrestarlas.

⁷ En realidad no es tanto que no exista este interés potencial cuanto que una amplia mayoría de los estudiantes de CC. de la Información dudan de antemano de la eficacia de estas iniciativas, lo que revierte en un esfuerzo escaso por conocerlas en detalle.

Así, para comenzar, es frecuente, con ocasión de coloquios, mesas redondas o encuentros, o simplemente con motivo de discusiones en el seno de las redacciones, que los periodistas más veteranos pongan en duda la utilidad de los códigos afirmando que no sirven para nada. Si los más jóvenes escuchan esto, no nos debe extrañar que se refuerce su falta de interés o su escasa confianza en la utilidad de estas iniciativas. Y es precisamente esta falta de confianza la que les acaba restándoles gran parte de su posible eficacia.

También es relevante la mentalidad dominante de nuestro tiempo, inclinada siempre a anteponer los aspectos tecnológicos a los valorativos o normativos. Muchos estudiantes –en correspondencia con esta mentalidad de la sociedad a la que tratan de incorporarse– consideran que para ejercer una determinada profesión es suficiente con dominar bien sus conocimientos técnicos. Por el contrario, los contenidos de carácter más general o humanístico, e incluso los aspectos normativos y valorativos de su actividad, suelen ser vistos como algo poco útil o relevante para su formación –más allá del mínimo jurídico para evitar problemas legales-. Si falta este interés y esta motivación, entonces la lectura y la asimilación de un documento ético sobre su actividad tiene muy difícil competir con, por ejemplo, la presentación de un nuevo programa de ordenador, de un nuevo tipo de cámara o de una nueva oferta de contenidos.

Por último, a todo esto se suma que muchos de los estudiantes de las Facultades de Comunicación antes de acabar sus estudios ya han realizado prácticas en empresas y medios de comunicación de todo tipo. Con ello adquieren una temprana referencia de la forma en la que se trabaja y actúa en los medios. De este modo, el estudiante recibe mensajes contradictorios entre el aula de la Universidad, por una parte, y las conductas y las rutinas que observa en las redacciones, por otra. Y puestos a elegir, es lo que se afirma en el aula lo que parece poco práctico o necesario para trabajar en la redacción como periodista. Con ello, se produce una singular inversión del punto de vista de los estudiantes de las Facultades de Comunicación: en vez de aprender en las aulas cómo deben ser los medios y tratar de cambiarlos, los estudiantes aprenden cómo se actúa en los medios y entonces cuestionan lo que se les enseña en las aulas. Olvidan entonces que quienes han elaborado y realizado los documentos éticos que ahora presentamos son también periodistas, profesionales en activo con experiencia, dedicación y entrega hacia su actividad; no los han hecho los docentes de las Facultades, que nos limitamos a transmitirlos, darlos a conocer y ponerlos a su alcance.

Y es precisamente en este punto –en la responsabilidad que también tienen los docentes y las Facultades de CC. de la Información- en el que me gustaría insistir para terminar; más en un Congreso que como éste suele reunir a muchos docentes de la ética y el derecho de la información. En efecto, esta escasa receptividad hacia las recomendaciones contenidas en los códigos y hacia el papel de éstos en la formación ética de los estudiantes de CC. de la Información la he encontrado más de una vez entre los propios docentes de esta asignatura crucial para la formación futura del periodista⁸. En algunos encuentros he podido escuchar con enorme sorpresa por mi parte opiniones de estos docentes en el sentido de minusvalorar el papel formativo de los códigos. Este tipo de opiniones resultan llamativas en quienes forman a los profesionales del mañana ya que en este tipo de documentos y códigos están contenidas las obligaciones éticas fundamentales de los periodistas y ahora también, con estos nuevos códigos, las obligaciones más particulares referidas a aspectos más concretos y especializados de su labor. Y, por cierto, que en la medida en que tales documentos abordan cuestiones cada día más concretas –violencia doméstica, ayuda al desarrollo, anorexia, etc.- resulta cada día más necesario conocer tales recomendaciones y pautas, ya que el sentido común o el razonamiento propio no siempre alcanza a conocer por sí solo no ya la mayoría sino ni tan siquiera una parte importante de tales recomendaciones. Al fin y al cabo, estos documentos, como indicaba antes, no están hechos por profesores de ética sino por profesionales y expertos en estas cuestiones que, a partir de su experiencia y sus conocimientos, nos brindan una serie de pautas para guiar día a día la labor de los periodistas y los medios.

Es cierto que entre quienes minusvaloran la aportación de los códigos abundan los que piensan que la formación ética de los periodistas no puede reducirse tan sólo a ellos. Pero no creo que nadie discuta esto. “No se trata de reducir todo a los códigos; pero tampoco cabe negar que el conocimiento de

⁸ Por cierto que esta escasa receptividad hacia los aspectos normativos de la profesión y por tanto hacia los códigos éticos del periodismo también se ha dado entre docentes de otras materias de las Facultades de Periodismo, que o bien se formaron en un momento en que este tipo de iniciativas no eran bien vistas o bien las han percibido como una interferencia de otras áreas o disciplinas –como la ética– en los planes docentes de las licenciaturas de la comunicación. Afortunadamente esta situación está cambiando mucho en estos últimos años. En este sentido conviene destacar que entre las diferentes iniciativas de autorregulación que se están poniendo en marcha en nuestro país crece la toma de conciencia de la necesidad de colaborar con las Universidades, ya que es aquí donde se forman quienes el día de mañana deben dar sentido y fuerza a tales iniciativas.

los códigos es cada día más –a medida que éstos avanzan y se enriquecen– una de las claves fundamentales de la formación deontológica de los futuros profesionales”. Es obvio que los códigos y sus recomendaciones no agotan ni reflejan todas las circunstancias de los dilemas éticos a los que se verá enfrentado el periodista el día de mañana –ni creo que ningún código haya aspirado nunca a ello–. Lo que ocurre entonces es que los códigos han de ser oportunamente complementados por otro elemento que nunca puede faltar: la conciencia ética del profesional, la conciencia de quien aplica el código a las circunstancias concretas de cada caso. Pero para aplicarlo a cada caso y a cada circunstancia, el profesional debe conocer antes su contenido. Los códigos no pueden evitar –ni es su función– la necesidad de que el profesional reflexione sobre las circunstancias de cada situación en la que se halle; ni pretenden evitar que los profesionales se planteen cuestiones de más alcance acerca de su papel y el de los medios en la sociedad actual. Pero lo que sí hacen los códigos es facilitar las pautas normativas que el profesional debe aplicar a estos casos y que le sirven por tanto de guía a su práctica diaria. En un contexto donde abunda la confusión sobre este tipo de cuestiones, estos códigos y recomendaciones representan un punto de arranque fundamental, una base ineludible a partir de la cual actuar y reflexionar.

De modo que es hora ya de dejar de oír entre quienes tenemos la responsabilidad de formar a los comunicadores del mañana que los códigos no son importantes. Si la responsabilidad de esos futuros profesionales es hacer efectivas el día de mañana esas recomendaciones para mejorar la ética de los medios, la nuestra como formadores es dárselos a conocer, discutirlos y comentarlos por vez primera en las aulas en las que se están formando.

3. BIBLIOGRAFÍA

AZNAR, HUGO (1999): *Ética y periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Barcelona, Paidós.

– (2002): “Vigencia, actualidad y sentido de los códigos éticos del periodismo”, en Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE): *Libro blanco de la prensa diaria 2002*. Madrid, AEDE, págs. 229-245.

– (2004): “Los códigos deontológicos de la comunicación institucional”, en JOSÉ I. BEL MALLÉN (Coord.): *Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones*. Pamplona, EUNSA, págs. 221-241.

– (2005a): *Comunicación responsable*. Barcelona, Ariel, 2ª ed, (en prensa).

– (2005b): *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*. Barcelona, Paidós, (en prensa).

- (2005c): *Pautas éticas para la comunicación social*. Valencia, Servicio de Publicaciones de la U. Cardenal Herrera CEU, (en prensa).
- y M. Catalán (2000): *Códigos éticos de publicidad y marketing*. Barcelona, Ariel.
- y E. Villanueva (eds.) (2000): *Deontología y autorregulación informativa. Ensayos desde una perspectiva comparada*. México, Fundación Manuel Buendía y Universidad Iberoamericana.
- BLÁZQUEZ, N. (2002): *La nueva ética en los medios de comunicación. Problemas y dilemas de los informadores*. Madrid, BAC.
- ECHANIZ, A. y J. PAGOLA (2004): *Ética del Profesional de la Comunicación*. Bilbao, Desclee.
- ESCOBAR ROCA, G. (2002): *Estatuto de los periodistas. Régimen normativo de la profesión y organización de las empresas de comunicación*. Madrid, Tecnos.
- KAPUSCINSKY, R. (2002): *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*. Barcelona, Anagrama.
- RUIZ, CARLOS (2003): *Ética de la audiencia. Reflexión ética sobre el principio jurídico de libertad de información*. Bilbao, Grafite Ediciones.
- SUÁREZ VILLEGAS, J. C. (2001): *Principios de ética profesional*. Madrid, Tecnos.
- VILLANUEVA, E. (1996): *Códigos europeos de ética periodística*. Fundación Manuel Buendía y Centre d'Investigació de la Comunicació, México.
- (1999): *Deontología informativa. Códigos deontológicos de la prensa escrita del mundo*, México y Santa Fe de Bogotá, Universidad Iberoamericana y Pontificia Universidad Javierana.