

file:///C:/Documents%20and%20Settings/Administrador/Escritorio/Trabajo/Comunicaci%C3%B3n%20Social/C%C3%B3digo_deontol%C3%B3gico.htm

Código deontológico

Un **código deontológico** es un [documento](#) que recoge un conjunto más o menos amplio de criterios, apoyados en la [deontología](#) con [normas](#) y [valores](#) que formulan y asumen quienes llevan a cabo correctamente una [actividad profesional](#). Los códigos deontológicos se ocupan de los aspectos éticos del ejercicio de la profesión que regulan. Estos códigos cada vez son más frecuentes en otras actividades.

Los códigos deontológicos quizás sean los mecanismos de autorregulación más conocidos que se pueden poner en marcha en el ámbito de la comunicación social, la psicología, la medicina, entre otras profesiones, pero no son el único instrumento: libros de estilo, estatutos de redacción, convenios, etc., todos contribuyen a que una comunidad profesional fije sus propios límites, en muchos países esta regulación es a través de [colegios profesionales](#).

Toda comunidad profesional trata de mantener determinados niveles de exigencia, de competencia y de calidad en el trabajo. Por ello, controla y supervisa, de alguna manera, la integración de nuevos miembros y el adecuado ejercicio de las tareas propias de su profesión. En este sentido, algunas profesiones elaboran códigos profesionales donde se especifican consideraciones morales acerca de aspectos complejos de la vida profesional y donde, generalmente, se contemplan sanciones para el supuesto caso de que alguien viole abiertamente el espíritu de dicho código deontológico. Por supuesto, los códigos deontológicos no siempre se cumplen, y aunque se respeten, no queda muy claro quién esté encargado de velar por su cumplimiento ni cuáles son las sanciones para quienes los vulneran, ni quién debe imponerlas. Para mantener el cumplimiento del código deontológico de las distintas profesiones es habitual la creación de un [colegio profesional](#). Las normas dictadas en el código deontológico son previamente pactadas y aprobadas de manera común y unánime por todos los miembros de la profesión para la que se elaboran. Son, por tanto, pautas de [conducta](#) a seguir cuyo objetivo es realizar un determinado trabajo de forma correcta, adecuada y eficiente.

No se debe confundir la [deontología](#) con los códigos deontológicos. La deontología tiene un carácter más amplio, y puede incluir normas que no figuren en ningún código particular. El código deontológico es la aplicación de la deontología a un campo concreto.

El código deontológico periodístico

De la variedad de códigos de ética periodísticos, es posible formular una normativa que sintetice lo fundamental de estos principios éticos:

1. Informar de manera veraz, exacta, amplia y oportuna.
2. Investigar e interpretar y opinar desde el interés público (del pueblo, de la sociedad civil, de los ciudadanos, del bien común de la sociedad).

3. Difundir, exigir y defender de manera proactiva los derechos y deberes personales y colectivos.
4. Fiscalizar con independencia a los poderes del Estado, del mercado y de la sociedad civil.

Esta síntesis de la ética profesional del periodista, aparentemente tan sencilla de comprender, remite a temas epistemológicos relacionados con las nociones de «verdad» y «objetividad», así como de «información» y de «valor periodístico», exigiendo una reflexión en torno a ellas que no se puede eludir si se quiere precisar a qué se está refiriendo esta regla. Ningún periodista puede adquirir un compromiso ético al respecto en forma seria, sin reflexionar sobre el preciso significado de dichos conceptos, de hecho se trata de algo imprescindible para estos profesionales.

[Hugo Aznar](#), profesor de Ética Pública y de Periodismo en la Universidad C. Herrera CEU, señala en su artículo «Los códigos éticos no sirven» que pese a que los códigos deontológicos elaborados por distintas entidades y organizaciones son distintos en cuanto a su contenido, tipología y alcance, todos comparten un objetivo común: sirven para mejorar el tratamiento informativo de algunas de las cuestiones sociales de mayor actualidad. Además, Aznar en su libro *La comunicación responsable. La autorregulación de los medios* expone que la existencia de un código deontológico se debe al cumplimiento de dos requisitos obvios. El primero, la capacidad cultural de codificar normas de conducta. El segundo, la existencia de una actividad profesional que se planteen las normas morales propias de esa actividad.

El mundo de hoy somete a los profesionales a grandes retos, como la inmigración y el racismo, catástrofes y tragedias humanitarias, conflictos armados, violencia de género, etc., y es en estos temas donde el periodista debe estar especialmente atento a las recomendaciones vertidas en los códigos deontológicos.

Bibliografía adicional

- [Kant, Immanuel](#). *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*. Traducido por Manuel García Morente.

Véase también

- [Deontología profesional](#)
- [Deontología profesional periodística](#)