

Les fabricacions periodístiques del segle XX: contribució a la definició del concepte de veracitat de la informació

***The Journalistic Fakes of the Twentieth Century:
Contribution to the Definition of Veracity of Information***

Josep Lladós i Used

Tutor: Dr. Salvador Alsius

Curs: 2009/2010

**Treballs de recerca dels programes de postgrau del
Departament de Comunicació**

Departament de Comunicació

Universitat Pompeu Fabra

Les fabricacions periodístiques del segle XX: contribució a la definició del concepte de veracitat de la informació

Josep LLADÓS USED
jllados@gmail.com
Universitat Pompeu Fabra

Resum: El concepte de veracitat és un terme que genera consens entre els estudiosos de l'ètica periodística, entre els mateixos periodistes i entre l'audiència perquè hi ha una càrrega simbòlica molt important. En aquest sentit, la veracitat està molt vinculada amb la praxis periodística. El seu discurs es formula des de l'ètica i es posiciona com una valor absolut. No hi ha periodisme sense veritat. Tot i amb això, aquest principi es transgredit per periodistes que s'inventen o fabriquen una història i la presenten com a verídica. Coneguts són els casos de Janet Cooke, Stephen Glass o Jayson Blair. La descoberta d'aquestes invencions ha provocat un intens debat entre els professionals de la comunicació, però quina ha estat la seva contribució en la definició del concepte de veracitat?

Paraules clau: veracitat, veritat, falsificació, fabricació, mentida, periodisme, ètica, informació, comunicació.

The Journalistic Fakes of the Twentieth Century: Contribution to the Definition of Veracity of Information

Abstract: The concept of Veracity is a term that generates consensus among scholars of journalistic ethics, among the same journalists and among the audiences because there is a very important symbolic burden. In this sense, the veracity is closely linked with the practice of journalism. Its speech is formulated from the ethics and is positioned as an absolute value. There is no journalism without truth. Nevertheless, this principle is transgressed by journalists who invent or fake a story and publish it as true. Known are the cases of Janet Cooke, Stephen Glass and Jayson Blair. The discovery of these inventions has caused an intense debate among media professionals, but which was its contribution to the definition of veracity?

Keywords: veracity, truth, fake, lie, hoax, journalism, ethics, communication.

Sumari: 1. Presentació del tema específic escollit i justificació de la seva importància, novetat i rellevància acadèmica. 2. Estat de la qüestió. Definició dels conceptes principals. 3. Problema d'investigació, objectius i/o hipòtesis. 4. Estructura i continguts de la investigació. 5. Bibliografia, documentació i materials necessaris per als objectius de la recerca.

1. PRESENTACIÓ DEL TEMA ESPECÍFIC ESCOLLIT I JUSTIFICACIÓ DE LA SEVA IMPORTÀNCIA, NOVETAT I RELLEVÀNCIA ACADÈMICA

Aquest Treball Final de Màster és el projecte de treball d'investigació que desenvoluparé a la tesi doctoral en els propers anys. L'objecte d'estudi és les falsificacions periodístiques i les seves conseqüències deontològiques, concretament les que afecten al concepte de veracitat de la informació.

El principal propòsit, i del qual parlaré més endavant àmpliament, és fer, a través de l'anàlisi dels articles falsificats més coneguts, un estudi de les seves conseqüències i com aquestes han afectat el concepte de veracitat al llarg del període analitzat. Bona part dels mitjans que han patit la publicació de notícies inventades per algun dels seus periodistes han acabat reflexionant sobre aquest fet amb la creació de comissions o la publicació d'articles on demanaven perdó als seus lectors. Actes que han acabat reforçant el principi màxim de la professió de periodista que és la recerca de la veritat. Més endavant veurem com alguns autors reflexionen sobre aquest concepte i despleguen tot un seguit de variables per definir-lo.

En aquest treball justificaré la importància del meu projecte d'investigació i la seva rellevància en l'àmbit acadèmic, l'estat de la qüestió, les hipòtesis i objectius i la metodologia que proposo per al desenvolupament del treball de recerca. També parlaré de l'estructura i continguts de la meua investigació, així com de la bibliografia bàsica, la documentació i els materials necessaris per aconseguir els objectius de la recerca entre altres temes.

Des dels inicis del periodisme, la informació s'ha convertit en part fonamental de la nostra vida. Ens seria impossible imaginar la nostra societat sense els mitjans de comunicació. Sense rebre les notícies que passen a casa nostra o a l'altra banda del món. La informació, tal i com la coneixem actualment, és part

de les nostres vides, com ho poden ser els vehicles, els mòbils o els ordinadors. Cada dia necessitem saber què passa i els mitjans, en això, hi juguen un paper molt important.

Mitjançant la feina dels periodistes és possible saber els fets que van passar en el passat, transmetre en directe el present i, d'una manera o una altra, predir el que pot passar en el futur. Les notícies parlen de nosaltres i ens permeten recordar el passat amb una exactitud sorprenent i plantejar el futur.

Moltes coses han canviat des de l'aparició del primer diari a l'Anglaterra del segle XVIII. I dels cafès on la gent es reunia per llegir els diaris i comentar-los perquè en aquella època la majoria de ciutadans no podien comprar-los perquè eren molt cars. Actualment estar informat del què passa al món és barat. El desenvolupament de la tecnologia i, sobretot, l'aparició d'Internet han ajudat a facilitar l'accés de la informació a la societat, a abaratir-ne els costos de producció i a l'aparició de nous mitjans de comunicació. L'impacte d'aquesta tecnologia ha afavorit l'increment de continguts, el número de notícies, la immediatesa i la omnipresència.

La lluita dels mitjans de comunicació per obtenir notícies més ràpidament ha transformat la feina dels periodistes. L'entrada de les audiències en els càlculs de les empreses periodístiques han empès els directius a exigir als periodistes més notícies, més ràpidament, que siguin originals i que, a més, siguin impactants. Aquesta nova situació ha provocat que els periodistes se les hagin hagut d'enginyar per competir amb altres companys d'altres mitjans, el que ha comportat, en alguns casos, sobrepassar els seus valors ètics, professionals i humans.

Aquesta situació es fa més evident quan els periodistes, per fer la seva feina, no respecten les bases amb les quals es va fundar el periodisme: la recerca de la notícia, el deure d'informar, el respecte a les seves fonts d'informació, etc. Però, sobre tot, el principi ètic universal del periodisme i al qual es deu el professional de la informació és el del respecte a la veritat.

Segons Goodwin¹, aquesta lluita dels mitjans de comunicació per aconseguir una primícia ha ocasionat que el periodista manipuli i controli el context, per tal de crear situacions que adquireixin un caràcter noticiós. Recorrent a pràctiques com el robatori de notícies i dades, els enregistraments sense consentiment, la recreació de fets i fotos de positura, càmeres ocultes, pagaments per una notícia, enganys i la difamacions.

A aquest tipus de pràctiques, les que trenquen amb les exigències objectives i ètiques del periodisme com la veracitat, el rigor, la precisió, la credibilitat, la complitud i l'exactitud, alguns autors les han denominat "mètodes dubtosos". Per a la periodista i directora de l'escola de les Ciències de la Comunicació

¹ Goodwin, H. Eugene (1987): *A la búsqueda de una ética en el periodismo*. Gernika. México.

Social de la Universitat de Costa Rica, Carolina Carazo, els “mètodes dubtosos” són qualsevol forma utilitzada per un periodista per tal d'obtenir informació, però que transgredeix l'ètica². En canvi, per a molts altres professionals, aquests mètodes no existrien com a tal perquè del que s'estaria parlant seria de mètodes il·legals.

D'altres assenyalen que la validesa d'un mètode no es defineix per la seva naturalesa, sinó per les circumstàncies en les quals s'utilitza. Així, una pràctica pot ser vàlida en una situació determinada, però ser no ètica si s'aplica en una altre context. En aquesta línia, existeixen professionals que expliquen que un mètode dubtós mai no pot ser ètic, però que el seu ús pot justificar-se d'acord amb les característiques particulars de la finalitat per la qual s'utilitza.

Llavors podríem relacionar l'ètica com a paradigma de qualitat, que presuposa la intenció de qui voluntàriament opta per aquesta professió, però que es desenvolupa i concreta en pautes que medeixen el grau de responsabilitat en relació amb els bens humans que administren³.

D'aquesta manera, alguns professionals de la comunicació fonamenten el seu ús quan la informació pública està en joc; és a dir, si no es pot recollir l'evidència d'algun assumpte rellevant que s'està tractant amb recel mitjançant els mètodes tradicionals i d'això en depèn poder informar o no a la població.

Trobar-se en situacions que mereixen o no la pràctica o ús d'instruments més o menys lícits per recopilar pistes per construir una notícia, constitueix tot un dilema que només el mateix periodista pot solucionar. Finalment, l'ètica del periodista dependrà de l'enfocament que adquireixi l'article, el reportatge o la crònica final.

Sens dubte, el periodista té una gran responsabilitat dins la societat. Brajnovic⁴ considera que el periodista, com a professional de la informació, no pot inventar-se fets o publicar situacions que fan malbé tant la seva imatge com la del públic o la de les seves fonts.

Cada vegada més, surten a la llum pública casos de periodistes que han utilitzat mètodes de dubtosa legalitat per aconseguir una notícia, que han publicat informacions poc contrastades o han utilitzat el frau o l'engany per aconseguir una informació o simplement s'han inventat la notícia. En aquestes situacions ens hauríem de preguntar: on és l'ètica del periodista?

² Carazo, Carolina (2003): “La verdadera responsabilidad de los medios en relación con el desencanto político”. Publicat a *Revista Parlamentaria*. San José (Costa Rica), vol. 11, núm 3 (desembre 2003), pp 48.

³ Suárez, J.C. (2009): “La crisis de identidad del periodista y la ética profesional”. Publicat a *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*. Núm 15, pp 119-134.

⁴ Brajnovic, Luka (1978): *Deontología periodística*. Ediciones Universidad de Navarra. Pamplona.

Per Ortega⁵, l'ús de la paraula conté una responsabilitat que se suporta si l'individu té una idea del que significa la moralitat. Saber distingir entre el bé i el mal, diferenciar el que és just del que és correcte i comptar amb la capacitat de moure'ns d'acord amb les nostres decisions, responsabilitzant-nos de les conseqüències que aquestes puguin tenir. Aquests elements són claus per comprendre què significa l'ètica en una professió.

L'ètica periodística: els codis deontològics

En el periodisme, l'ètica representa una guia que el periodista ha de seguir per a determinar què és correcte i què no ho és, adherint-se a la veritat, a l'equitat, al respecte per la dignitat humana en la societat, i no d'una manera aïllada, sinó conjunta per a la recerca del bé comú. Per això és important l'aparició dels codis deontològics com la via més clara per a inferir una ètica general de la comunicació.

Segons Cooper⁶, els codis contenen el que ell anomena “subconscients universals” de l'ètica de la informació, és a dir, principis i normes que són la clau de volta d'un conjunt de conviccions i de línies de conducta que apareixen aparentment disperses i que en el marc d'un plantejament empíric poden no tenir cap mena de representativitat. No obstant això, Cooper considera que és necessari intentar determinar uns “universals” específics de l'ètica dels mitjans sabent que és empíricament impossible determinar una globalitat pura i absoluta de l'ètica de la comunicació.

Tot i amb això, els instruments *representatius* —declaracions internacionals i lleis sobre la comunicació, codis nacionals de premsa, documents dels consells de la informació— podran ser inspeccionats com a “estats conscients” per tal de representar les institucions i la població. Aquests són diferents dels “subconscients universals”, que són més difícils de codificar.

Però són els codis ètics una prova vàlida de patró transnacional? Cooper considera que possiblement els codis ètics dels mitjans de comunicació siguin la prova més evident de representativitat perquè contenen aquests cinc elements:

1. Un codi d'ètica és concret. Per més que pugui ser interpretat i revisat, un codi té entitat pròpia. Està escrit de forma tangible (en la gran majoria dels casos), és reproduïble, datat històricament i està disponible per a ser estudiat.

⁵ Ortega, F i Humanes, M (2000): *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Ariel. Barcelona.

⁶ Cooper, Thomas (1989): “Methodological Challenges: Comparison of Codes and Challenges” a *Communication Ethics and Global Change*. Longman Inc, Nova York.

2. El codi ideal és representatiu. Pot representar els professionals, el govern, o els ciutadans d'un país, una institució o un grup de països o institucions.

3. Idealment, un codi d'ètica està focalitzat. La missió d'un codi ètic és, precisament, delimitar, en certa mesura, els principis ètics universals i les pràctiques de forma coherent en tot l'univers on s'aplica. L'ètica de la comunicació és, en general, central, no perifèrica, en el seu particular propòsit.

4. Un codi ètic és intencional. Qualsevol quina sigui la seva relació amb els "universals subconscients", un codi és conscientment concebut i, sovint, laboriós. Pot ser el producte d'hores, dies i fins i tot anys de reflexions conscients, revisions, negociacions col·lectives i escrutinis crítics.

5. Un codi té algun grau de significació. Molts codis són estrictament simbòlics, altres nominals, altres inspiradors. No obstant això, sigui quin sigui el pes d'un codi en la modificació de les conductes humanes, representa d'alguna manera o bé uns ideals altruistes o uns interessos que retraten els autors i, en certa manera, aquells que representen.

Un codi deontològic no és només una guia, ja que l'ètica va més enllà d'aquest conjunt de valors i normes que regeixen el periodisme i que donen pautes perquè el periodista realitzi la seva feina diària. Es tracta d'una elecció personal que involucra idees, aspiracions i altres valors individuals.

Brajnovic⁷ opina que el periodista no adquireix l'ètica per mitjà d'una lectura o entrant en un centre de formació superior universitària. És una reflexió que es desenvolupa al llarg de la vida i que es té en consideració davant de situacions extremes. En aquest sentit, altres autors consideren que la feina de camp ensenya que no existeixen models o receptes per exercir l'ètica professional o per jutjar un fet com a ètic o no ètic. La feina del periodista no pot fer-se des de una lògica absolutista. Les coses no són blanques o negres, també n'hi ha de grises.

Per Nixon⁸, el repte és aconseguir que el que s'explica generi realment un procés de reflexió sense que es violi el dret legítim del públic a informar-se amb la veritat. Però quan el periodista viola la veracitat d'una notícia manipulant situacions a través de càmeres ocultes o pagant per aconseguir una primícia,

⁷ Brajnovic, *op. cit.*

⁸ Nixon, B (1961): *Análisis sobre el periodismo: la opinión pública y el periodismo*. Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para America Latina. Quito.

llavors és quan la feina es converteix en delictes. El periodisme té l'obligació de subministrar a les persones les eines informatives i cognitives suficients per entendre la realitat que els envolta i per millorar la societat. Sota aquesta premissa, el periodisme i els mitjans de comunicació compleixen un paper fonamental perquè representen o informen sobre la realitat immediata. A través de la informació, les persones reconstrueixen el seu criteri de la realitat.

Per la seva banda, Goodwin⁹, considera que la informació s'ha de comunicar a l'espectador tal com és, sense distorsionar-la o maquillar-la, ni tampoc sense valer-se de tàctiques il·lícites per aconseguir una notícia. Tot s'ha de fer sota els principis de l'ètica periodística, sense perdre de vista l'objectiu del periodisme: la recerca de la veritat i el respecte a la legalitat.

En aquest sentit, la feina del periodista no pot interferir amb la llei. Ans el contrari, la seva finalitat és fomentar el compliment íntegre de la legislació i el respecte pels drets humans i civils, ja sigui mitjançant la publicació d'aquells actes que els transgredeixin o d'aquells fets que garanteixin el respecte dels mateixos.

Sense cap dubte, el periodisme s'ha d'exercir amb passió. Però, aquesta passió no ha d'intervenir amb el compliment de les normes bàsiques que permeten l'exercici d'aquesta professió. Es tracta d'aconseguir un equilibri entre el desenvolupament d'una professió de manera racional i coherent, i el desig fervent de realitzar-la de la millor manera.

Res justifica que un periodista o professional de la informació incorri en l'ús de mètodes dubtosos per obtenir o crear una notícia. Davant de qualsevol circumstància que se li presenti, el periodista ha d'actuar sota els fonaments ètics de la seva professió i sota el marc jurídic des d'on es desenvolupa aquesta feina.

El periodista no hauria d'inventar-se fets ni tampoc incórrer en pràctiques que no li corresponen. El periodista hauria de donar la informació de forma clara i concisa i, sota cap concepte, hauria de violar el dret de les persones a rebre informació de qualitat, equilibrada i sense perjudicis o influències de cap tipus. La fi mai no ha de justificar els mitjans.

La mentida, l'ambigüitat dels fets i les dades posa al periodista al nivell més baix de la seva professió perquè això, senyala Nixon, acaba creant situacions de descontentament social. Per contrarestar aquestes males pràctiques, Brajnovic considera que el periodista ha de tenir una bona formació i, en això, les universitats juguen un paper molt important. Els alumnes han d'aprendre com han d'actuar dins de la societat i quines tècniques i/o pràctiques són bones o no dins l'exercici professional del periodisme.

⁹ Goodwin, *op. cit.*

Tot i amb això, la qualitat del periodisme ha estat criticada i posada en dubte en algunes ocasions per la mala praxi d'alguns professionals que per manca de notícies, ganes de protagonisme o desídia han decidit saltar-se l'ètica periodística. El periodista ha de saber distingir entre el veritable valor dels seus productes i l'elaboració d'aquests amb finalitats mercantilistes.

Les falsificacions periodístiques

Tot i els fonaments ètics del periodisme, la seva història és plena de notícies plagiades, inventades, falsificades, poc contrastades, etc. I potser, un dels casos més coneguts del periodisme modern és el del periodista Stephen Glass que l'any 1998 es va descobrir que bona part de la seva producció periodística havia estat inventada total o parcialment. Les falsificacions d'en Glass es van descobrir arran d'un reportatge per al *The New Republic* sobre una convenció de hackers informàtics. Després de publicar-se la notícia, un periodista d'un altre mitjà va intentar confirmar les dades i va descobrir que mai s'havia produït la convenció sobre la qual informava Glass.

Arran d'aquesta descoberta, la revista va iniciar una investigació interna per tal de confirmar si Glass havia falsejat altres informacions. La investigació va demostrar que gairebé tots els seus reportatges havien estat inventats en part o en la seva totalitat. S'havia inventat esdeveniments, dates, empreses, personatges, i tot un seguit d'elements a partir dels quals confeccionava la seva història. La resta de publicacions on havia treballat o col·laborat anteriorment també van descobrir que la majoria dels reportatges que Glass havia publicat eren inventats.

Aquest fet va provocar la indignació dels mitjans on Glass havia treballat i de les associacions professionals de periodisme dels Estats Units d'Amèrica i de la resta del món perquè aquests fets eren un atac directe als valors morals i ètics de la professió. Els consells de redacció dels mitjans afectats van iniciar un període de reflexió. En alguns casos, les empreses editores dels mitjans van considerar oportú crear comitès professional per tal de determinar el per què, el quan, l'on, el com i el què havia fallat dins la redacció perquè s'haguessin publicat els reportatges inventats. També, i aquesta és la part útil del treball, aquests comitès van recomanar millores per tal d'assegurar la qualitat, l'objectivitat, la veracitat i la integritat dels mètodes de comunicació de les redaccions, les col·laboracions i les supervisions dels periodistes. Tot per mantenir el principi fonamental de la professió periodística: la veritat.

El curiós del cas és que divuit anys abans, una altra periodista, Janet Cooke, va inventar-se una sèrie de reportatges anomenats "El món d'en Jimmy", que van tenir molt de ressò social. Els articles, que es van arribar a publicar a la portada del *Washington Post*, explicaven la història d'un nen de 8 anys que era addicte a l'heroïna. La història, que va commocionar l'opinió pública nord-americana, va resultar ser falsa. Cooke se l'havia inventat. Per l'editora d'aleshores, Katharine Graham, segons explica a les seves memòries, aquest va ser un revés molt fort perquè el *Post* va perdre la qualitat periodística que l'havia fet famós amb el

conegut cas Watergate i perquè va haver de donar explicacions tant als lectors com al sector. Aquest fet, a més, va servir per revisar el sistema intern de publicació que havia permès que sortís en portada el reportatge sense que ningú s'adonés que era fals. Després de descobrir-se l'engany, Janet Cooke va renunciar i va demanar disculpes "al diari, la meua professió, als premis Pulitzer, i a tots els qui busquen la veritat"¹⁰. El Post va publicar l'editorial "We Apologize" per intentar salvar part de la seva credibilitat.

Tant el cas d'en Glass com el de Cooke van desencadenar tot un seguit de revisions dels processos de publicació dels articles en els mitjans que de ben poc van servir. L'any 2003, un altre periodista, Jayson Blair, va publicar diversos articles al diari més influent i conegut de tot el món, *The New York Times*, que també van resultar ser falsos.

En tots aquests casos, i en molts d'altres que no he anomenat, el principi bàsic o principi universal d'en Cooper que ha estat vulnerat és el de la veritat. Per tant, és a partir d'aquest principi que han sorgit les hipòtesis de treball que més endavant detallaré.

Justificació acadèmica

És arribat en aquest punt que es fa necessari estudiar les conseqüències de publicar de notícies inventades sobre el concepte de veracitat de la informació i, més encara, quan el problema de l'actual realitat comunicativa és, en paraules de M. Pilar Diezhandino, "la pèrdua de credibilitat" a favor dels blogs i les xarxes socials, "molt allunyats, per la seva pròpia naturalesa, de la finalitat del periodisme clàssic basat en la «veracitat del que s'explica»"¹¹. El tema és si el periodisme tal i com l'entendem avui en dia, una professió l'objectiu de la qual és elaborar i transmetre informació veraç d'interès general, sobreviurà o no. Diezhandino es pregunta si el periodisme "està o no en perill de ser devorat per la inabastable dimensió del flux incessant d'informació de tot tipus que circula per la Xarxa. I podem afegir: com es veurà afectat el concepte de veracitat? Es tindran en consideració els mateixos indicadors que defineixen avui en dia aquest concepte?

Des de l'aparició dels primers diaris, el concepte de veracitat de la informació ha canviat. Segurament, a principis de segle XX, inventar-se notícies per emplenar el diari quan no n'hi havien suficients era vist de manera diferent a com ho veiem avui en dia. Actualment, a cap periodista se li passaria pel cap inventar-se una història i publicar-la perquè l'actualitat del dia no li sembla prou interessant o no li agraden les notícies de les agències. La veracitat periodística com l'entendem avui conté elements com objectivitat, precisió, contrast de la informació, claredat, etc. Elements que anirem veient al llarg d'aquest treball.

¹⁰ Munson, Naomi (1981): "The Case of Janet Cooke". Publicat a *Comentary*, 72:2, (1981:agost), pp 47.

¹¹ Diezhandino, M. Pilar (2009): *Periodismo digital en tiempos de crisis*. Editorial Ariel. Barcelona

La novetat d'aquest treball és l'aportació de nova informació sobre el concepte de la veracitat des de la perspectiva de les falsificacions periodístiques. La majoria d'articles acadèmics aborden la problemàtica de les invencions de notícies (*fake news*) des del punt de vista de la veracitat o a través de l'estudi de casos molt concrets. Es parla del que és veritat i del que no ho és. Però no del què és fals des del punt de vista periodístic. De fet, si ens fixem en els codis deontològics, la majoria es refereixen a la informació des del punt de vista de la veracitat, de la veritat, no des del punt de vista de la mentida, de la falsedat. Efectivament, que una informació sigui veraç implica que no pot ser falsa però la perspectiva no és la mateixa.

Si ens fixem amb les bases de dades acadèmiques, ens adonarem que hi ha poques referències relacionades amb el concepte de falsificacions o invencions periodístiques. Una primera recerca a l'ISI Web of Knowledge, al CSID o al Science Direct ens dona una trentena de referències, la majoria de les quals no ens serveixen pel propòsit de la recerca. Caldrà doncs, analitzar altres publicacions periòdiques indexades en altres bases de dades acadèmiques per tal de conèixer l'abast científic exacte del tema proposat. En canvi, llibres sobre les invencions de notícies n'hi ha molts, alguns dels quals s'inclouen a la bibliografia d'aquest treball. Ara s'hauran de veure quins són útils per a la tesi doctoral.

2. ESTAT DE LA QÜESTIÓ. DEFINICIÓ DELS CONCEPTES PRINCIPALS

Si hi ha algun principi ètic que es pot considerar universal, aquest és el principi de la veritat. Des dels inicis de la humanitat, la veritat i la mentida han anat apareixent al llarg de la història com ho han fet el bé i el mal. Però ha estat en l'àmbit de la filosofia on la veritat ha adquirit més rellevància. En la filosofia antiga la veritat era entesa com a realitat. Per Plató la veritat és la idea, mentre que per Aristòtil és la forma que es trobava oculta darrere el vel de l'aparença. El que és "veritable" és el que roman, el que és immutable, el que sempre és de la mateixa manera. La veritat és el que és realment real, el que més mereix l'home de "ser". Aristòtil considerava que un enunciat era verdader si el que deia es corresponia amb allò del que es parlava, si hi havia "adequació de l'intel·lecte a la cosa", entesa aquesta d'una manera realista, com la cosa en si mateixa que existent més enllà del subjecte i és independent.

Com ha passat amb altres paraules, la paraula "veritat" ha canviat de significat al llarg dels segles. Durant l'època medieval, el filòsof Tomàs d'Aquino considerava que, en relació amb l'intel·lecte, tot ens és verdader. En aquest sentit, dir que alguna cosa "és" o dir que "és verdader" és el mateix. "Veritat" i "ser" s'equiparen. Per això la "veritat" és un dels "transcendentals" de l'ésser. A aquesta concepció del terme veritat se la denomina "veritat metafísica" o "veritat ontològica". També, els medievals denominaven a la veritat entesa com a "adequació del intel·lecte a la cosa", "veritat lògica".

Amb la filosofia moderna, la veritat passa a ser l'evidència. L'intuïcionisme racionalista, buscant un coneixement segur, va rebutjar com a fals tot el que no es presentava a la consciència amb una certesa absoluta. La seva veritat modèlica era l'afirmació «Penso, per tant existeixo» de Descartes, que no es recolzava en un raonament sinó en una intuïció clara i diferent que li atorgava

una evidència immediata. En canvi, amb Kant, la veritat va ser vista com la que construeix el subjecte. L'objecte de coneixement, el fenomen, és construït pel subjecte a partir del caos d'impressions provinent de l'experiència. El subjecte té a priori (abans de l'experiència) formes pures de la sensibilitat (espai i temps) i categories buides de l'enteniment (substància-accident, causa-efecte, etc.) i amb elles ordena les dades caòtiques dels sentits. La veritat és intramental i la cosa en si ("la veritat metafísica", referida al noümen) roman incognoscible. Kant, en els seus plantejaments deontològics, va indicar que dir la veritat com un deure havia de ser respectat en totes les circumstàncies, independentment de les conseqüències que se'n derivessin.

Pel filòsof austro-hongarés, Edmund Husserl, la veritat és l'adequació entre el que s'esmenta i el que es dona, que no és la cosa real, sinó el fenomen. El coneixement i la veritat es donen en un pla "transcendental" o "pur", equidistant tant del realisme —que posa èmfasi a l'objecte— com de l'idealisme —que posa l'accent en el subjecte. En canvi, per William James és verdader el que és "expeditiu" en la nostra manera de pensar, el que introdueix un "benefici vital" que mereix ser conservat. El concepte "veritat" s'aplica a les idees segons quina sigui la seva utilitat i no als objectes.

Per la seva banda, John Stuart Mill, amb un enfocament utilitarista de l'ètica, també va parlar de la veritat, presentant-la com un valor guanyador en el mercat de les idees. La literatura —ja des de les epopeies homèriques— i la tradició folklòrica han reservat també un lloc privilegiat a la idea de la veritat, que, d'altra part, ha ocupat un valor important en els continguts educatius de tots els temps.

Però el significat de la paraula veritat inclou des de l'honestedat, la bona fe i la sinceritat humana en general, fins a l'acord dels conceptes amb les coses, els fets o la realitat en particular. Per l'hebreu clàssic el terme *emunah* significa originàriament «confiança», «fidelitat». Les coses són verdaderes quan són «fiables» perquè compleixen el que ofereixen. Segons el Diccionari de la Llengua Catalana, la veritat és la coneixença, idea, d'una cosa conforme al que ella és. El Diccionario de la Real Academia Española afegeix, sobre aquest concepte, que la veritat és la conformitat del que es diu amb el que se sent o es pensa.

Per Brajnovic, "la veritat és el que és perquè existeix o ha existit en realitat com un fet o un esdeveniment, de manera experimental o senzillament demostrable"¹². L'evidència és, per tant, el criteri de la veritat i, al mateix temps, el motiu de la seguretat per un judici correcte.

És evident que el terme no té una única definició i la majoria d'estudiosos i filòsofs continuen debatent les diferents teories sobre aquest terme. De moment, trobem posicions diferents sobre qüestions com què és el que

¹² Brajnovic, *op. cit.*, pp.102

constitueix la veritat; com definir-la i identificar-la; si l'ésser humà té coneixements innats o només pot adquirir-los; si existeixen les revelacions o la veritat pot assolir-se tan sols mitjançant la raó; i si la veritat és subjectiva o objectiva, relativa o absoluta, o encara, fins i tot, en quin grau poden afirmar-se cada una de les esmentades observacions.

Un home jutja que alguna cosa és veritat quan uneix les característiques i circumstàncies que existeixen conjuntament amb un objecte, fet o succés, com a propi d'aquest objecte, fet o succés. En canvi, jutja falsament quan separa aquestes característiques de l'objecte jutjat perquè la realitat és que les posseeix.

També podem trobar diferents tipus de veritat, ja sigui subjectiva o objectiva, relativa o absoluta, ontològica o lògica, material o formal. Les veritats subjectives són aquelles amb les quals estem més íntimament familiaritzats. El Subjectivisme metafísic sosté que tot el que tenim són aquestes veritats. Això vol dir que tot sobre el que podem saber són, d'una forma o una altra, les nostres experiències subjectives. Aquesta visió no rebutja necessàriament el realisme, però almenys sosté que no podem tenir coneixement directe del món real.

Contràriament, les veritats objectives pretenen ser d'alguna manera independents dels nostres gustos i creences subjectives. Aquestes veritats no les trobaríem en la ment, només en l'objecte extern. La veritat objectiva és demostrable científicament perquè es tractaria d'un fet o d'un fenomen que ocorre independentment de l'existència de l'ésser humà.

Les veritats relatives són aquelles idees o proposicions que únicament són veritat en relació amb alguna norma, convenció o punt de vista. Usualment, la norma esmentada són els principis de la pròpia cultura. Tanmateix, el Relativisme és la doctrina que assenyala que totes les veritats d'un domini particular, es digui moral o estètica, són d'aquesta forma i implica que tota veritat és en relació amb la pròpia cultura.

Les veritats relatives poden ser contrastades amb les veritats absolutes o objectives. Aquestes últimes són idees o proposicions que serien verdaderes per a totes les cultures i èpoques, sense que les persones que hi visquessin ho sabessin. Aquestes idees són atribuïdes freqüentment a la mateixa naturalesa de l'univers, de Déu, la naturalesa humana o a alguna essència fonamental o significació transcendental.

Val la pena tenir present que l'absolutisme en un domini particular del pensament és la visió que totes les proposicions en tal domini són absolutament certes o absolutament falses: cap no és verdadera per a una cultura o època mentre sigui falsa per a altres.

Altres dues formes de considerar la veritat, l'ontològica i la lògica, no sempre apareixen clares. El màxim exponent d'una filosofia basada en la veritat ontològica, la que tracta del ser en general i de les seves propietats transcendents, és Plató. Els cristians i escolàstics van trobar la solució situant aquesta veritat en el mateix coneixement diví, ja que el coneixement de Déu és un acte creador; llavors realitat i coneixement coincideixen en Déu.

Els filòsofs i pensadors Spinoza, Leibniz, Hegel, Russell o Wittgenstein van coincidir en un determinat moment del seu pensament que totes les veritats han de ser veritats per raó de Déu, on assoleixen el seu caràcter absolut. En canvi, l'empirisme pur creu que tot el coneixement és veritat degut a la realitat "coneguda" per l'experiència.

Tot i amb això, no hem de confondre la veritat ontològica i absoluta amb la veritat científica encara que, per aquesta última, el sentit lògic de la veritat i el coneixement de la veritat objectiva en siguin el seu màxim exponent. No és fins al segle XVII amb les aportacions de Descartes que es comprèn que existeix la possibilitat de revelar la veritat a partir del Mètode Científic; amb aquest principi és quan es desenvoluparà la ciència com a tal, en centrar la seva recerca en el mètode de la Veritat Científica.

En l'actualitat, la filosofia considera la veritat científica com la tendència cap a una experiència superior a la simple consciència; cap a un procés d'acostament permanent cap al coneixement de la realitat, el que deixa obert el camp de la veritat lògica a altres tipus de coneixements veritaders no sotmesos estrictament a l'àmbit i al mètode científic.

En canvi, la veritat material i la veritat formal es distingeixen pel seu contingut de veritat entre una expressió lingüística concreta (o un discurs o una obra completa) i l'estructura de la proposició lògica sobre la qual es resol l'esmentada expressió com a llenguatge formalitzat, considerada llavors com a una afirmació analitzada segons un sistema o càlcul lògic. Quan en un discurs el seu contingut material és fals la seva veritat material és falsa. Quan la seva forma o estructura lògica és una veritat, no només respecte a aquest discurs concret sinó en tot discurs que mantingui la mateixa forma o estructura lògica, aquesta serà sempre i necessàriament verdadera. La seva forma lògica fa verdader el discurs. La seva veritat formal és veritat.

Pel que fa a la moral, aquesta és una disciplina humana que determina la rectitud del comportament humà, segons unes normes que expressen l'existència d'uns deures i obligacions. A través d'aquests principis morals decidim les categories de bo-dolent, just-injust, adequat-inadequat, veritat-fals a través dels judicis morals. La paraula Moral té el seu origen en la paraula llatina "mos, moris", que significa costum. Tot i estar íntimament relacionada amb l'ètica, no es poden considerar com a sinònimes, ja que mentre que és la moral qui decideix la bondat o maldat d'una acció, l'ètica el que fa és una reflexió de caràcter filosòfic sobre la creació dels judicis morals, i per això es considera

plenament integrada com una branca fonamental de la Filosofia (tot i que aquesta també analitza les qüestions morals). Per això es pot definir l'ètica com la Filosofia Moral, però sense identificar l'ètica plenament amb la moral.

La moral apareix relacionada amb el concepte de la veritat, si bé va lligada també al concepte de la mentida. Quan la relació entre “el que es diu” no s'estableix amb els “fets” sinó amb el judici com a creença subjectiva del que enuncia la veritat, llavors es produeix un doble pols de significació: la veritat-mentida. És interessant veure com la Llengua utilitza el terme “veritat” amb multitud de significats, mentre que en el cas de la “mentida” només l'utilitza com a únic significat.

Així doncs, la veritat és també una qüestió lingüística perquè la comunicació és impossible sense ella. Robin Lakoff¹³ estableix cinc normes que defineixen una situació conversacional apropiada:

Norma I. El que s'està comunicant ha de ser veritat.

Norma II. És necessari saber el que s'està dient perquè el receptor entengui el missatge.

Norma III. En el cas de les declaracions, el comunicador dóna per entès que el receptor creurà el que diu (respecte la Norma I).

Norma IV. Amb les preguntes, el comunicador suposa que aconseguirà una resposta.

Norma V. Amb les ordres, el comunicador espera que l'ordre s'obeirà.

La mentida i l'engany

Al costat de la veritat, però, trobem la mentida. La història de la humanitat és plena d'exemples on la mentida ha estat la protagonista. De fet, la veritat és contrària a la mentida, són dos pols oposats que es repel·leixen però s'atrauen a la vegada. L'un seria inconcebible sense l'altre. Ja la mitologia ens presenta la mentida com una de les opcions a què pot accedir la humanitat. Però, al final, la veritat sempre apareix en un estament superior, seria com parlar del bé i el mal, el bo i el dolent.

Mentir implica un engany intencionat, conscient. Una mentida és una declaració realitzada per algú que creu o sospita que és falsa o parcial i que espera que els altres el creguin, ocultant sempre la realitat de forma parcial o total.

Mentir està en contra dels cànons morals de moltes persones i està específicament prohibit com a pecat en moltes religions. La tradició ètica i els filòsofs estan dividits sobre si es pot permetre de vegades una mentida, tot i

¹³ Lakoff, Robin (1972): “Language in context”. Publicat a *Language*, Vol. 48, No. 4, (Dec., 1972), pp. 907-927

que, en general, es posicionen en contra. Plató deia que sí que ens podíem permetre alguna mentida, mentre que Aristòtil, Sant Agustín i Kant deien que mai hauríem de mentir.

També hi ha una ètica de la relativitat que de vegades justifica l'engany per tal de preservar altres valors. Per exemple, mentir per protegir les persones d'un opressor o d'una guerra. En canvi, per molt dels filòsofs clàssic mentir per intensificar un conflicte, en comptes d'atenuar-lo, es considera el pitjor dels pecats.

Un mentider és una persona que té certa tendència a dir mentides. La tolerància de la gent amb els mentiders habitualment és molt petita, i sovint només cal sorprendre algú que menteix perquè se li perdi tota la confiança per sempre. Això, sens dubte, és proporcional a la importància sobre la qual es refereixi la mentida.

Un mentider es diferencia d'una persona que diu la veritat en el fet que el mentider vol amagar la veritat, mentre l'altre la vol revelar. Un mentider ha de tenir sempre en compte la veritat perquè no se li escapi.

Tot i que les mentides, en general, estan mal vistes, algunes són considerades pitjors que altres. Sant Agustí distingia vuit tipus de mentides: les mentides en l'ensenyament religiós; les mentides que fan mal i no ajuden ningú; les que fan mal i sí que ajuden algú; les mentides que sorgeixen pel pur plaer de mentir; les mentides que es diuen per complaure els altres en un discurs; les mentides que no fan mal i ajuden a algú; les mentides que no fan mal i poden salvar la vida d'algú, i les mentides que no fan mal i protegeixen la "puresa" d'algú. D'altra banda, Sant Agustí aclareix que les "mentidetes" no són en realitat mentides. Per la seva banda, Tomàs d'Aquino en distingeix tres: l'útil, la humorística i la maliciosa, totes elles pecat. Les mentides útils i humorístiques són pecats venials, mentre que la mentida maliciosa és pecat mortal. El tipus més greu de mentida és la calúmnia perquè sempre s'imputa a un innocent una falta no comesa en profit maliciós.

El filòsof Leo Strauss va defensar la necessitat de dir mentides si es tractava d'ocultar una posició estratègica o si era per ajudar a la diplomàcia. Així també ho van entendre els representants de la filosofia política, des de Maquiavel fins a la "mentida noble" de Plató.

Que les mentides desapareguin completament de l'àmbit del periodisme, de la política, de la justícia, de la diplomàcia i de molts altres àmbits de la vida social és impossible, ja que formen part del ésser humà.

Aquests dos conceptes, la veritat i la mentida, són molt difícils d'establir perquè s'han de tenir en compte molts altres elements. Així, per exemple, l'equivocació és tenir o prendre alguna cosa per una altra, jutjant o obrant desencertadament participaria de la mentida però ho faria fora del terreny estrictament moral.

Salvador Alsium diu que “una mentida textual pot ser una veritat factual; i viceversa, segons que considerem l'adequació a la realitat o les intencions de l'emissor”. I es pregunta: “quina és la realitat que ens serveix com a punt de referència?”¹⁴. Tampoc mentida i engany són ben bé el mateix. L'engany és la “manca de veritat en el que es diu, es fa, es creu, es pensa o es discorri”. Alsium considera que la mentida seria com una subcategoria de l'engany i consisteix en la comunicació d'informació falsa que el comunicador sap que és falsa. La mentida pot ser considerada com un “abús de confiança”.

Tots aquests problemes epistemològics alhora de delimitar el concepte de veritat ens poden dur a una confusió conceptual, a no veure les diferències crucials entre els dos dominis que descriu Sissela Bok¹⁵: el domini de la moral prevista en la veracitat i l'engany, i el domini de la veritat i la falsedat, molt més ampli i general. Ambdós dominis sovint se superposen i es prenen per idèntics, però per Bok no ho són. En la història del pensament humà, ens trobem una i una altra vegada que es confonen ambdós dominis, sobretot en el món religiós. Molts documents o revelacions religioses reclamen aquesta transmissió de la veritat. Per als creients, aquells que no accepten aquests tipus de creences consideren que viuen en l'error, en la ignorància, fins i tot en la ceguesa. La batalla és vista com un conflicte entre els defensors de la fe i les forces de la decepció i l'engany. Així, Dietric Bonhoeffer¹⁶ posa com a exemple el passatge següent de la Bíblia:

Jesús diu que Satan és “el pare de la mentida” (Joan 8.44). La mentida és principalment la negació de Déu com Ell s'ha mostrat al món. “Qui és el mentider sinó el que nega que Jesús és el Crist?” (Joan 2.22).

La perspectiva de l'engany revela diverses raons per les quals les mentides són indesitjables. Aquells qui la comparteixen tenen raons per témer els efectes de la mentida un cop se'ls descobreix. Ells consideren no només la mentida individual sinó la pràctica de la qual en formen part i del seu resultat a llarg termini. Per tot això, Bok considera que s'ha d'acceptar com a premissa inicial el punt de vista d'Aristòtil que diu que mentir és “mesquí i culpable” i que les declaracions verdaderes són preferibles a les mentides en absència de consideracions especials. Aquesta premissa dóna un pes negatiu a la mentida. Sosté que no són neutrals des del punt de vista de les nostres eleccions, que la mentida requereix una explicació, quan la veritat normalment no ho fa. Aquesta visió negativa de la mentida també pot indicar la finalitat de remarcar el valor positiu de la veritat o veracitat.

Sissela Bok recull els aspectes conseqüencialistes de la mentida: unes mentides porten a unes altres i soscaven l'harmonia social, de vegades fins i tot comporten efectes negatius cap a terceres parts... També accepta l'existència d'un “principi de veracitat”. Per Bok no totes les mentides són condemnable,

¹⁴ Alsium, Salvador (1999): *Codis ètics del periodisme televisiu*. Ed. Pòrtic. Barcelona

¹⁵ Bok, Sissela (1999): *Lying. Moral Choice in Public and Private Life*. Vintage Books, Nova York.

¹⁶ Bonhoeffer, Dietrich (1955): *Ethics*. Macmillan Co. Nova York, pp 369

però cada mentida suporta un determinat pes. Així doncs, cal establir proves que les mentides són necessàries, o buscar alternatives raonables.

Aquest “principi de veracitat” no vol dir necessàriament que totes les mentides han de ser descartades pel fet de ser considerades negatives, ni tampoc quin tipus de mentides haurien d’estar prohibides. Però posa almenys certes limitacions a la mentida: en aquelles situacions en què la mentida és una opció possible, primer s’ha de buscar alternatives veraces. Si les mentides i la veritat poden aconseguir el mateix resultat desitjat en les persones receptores de la mentida, llavors les mentides s’han de descartar. I només quan la mentida és l’últim recurs, un encara pot considerar si està o no està moralment justificada. Aquesta posició no només assigna un valor negatiu a la mentida, sinó que mai podrà superar. En el cas que s’acabi optant per la mentida, la recerca de justificacions és, òbviament, nul·la.

Així doncs, el que justificaria la mentida, des del punt de vista de les ètiques utilitaristes, serien més les conseqüències que no pas les qualitats intrínseques de les mentides. Jeremy Bentham deia que la falsedat, considerada en ella mateixa, no pot ser considerada en absolut, d’acord amb els principis de la utilitat, com una falta. Una altra cosa és si se la considera amb l’acompanyament d’altres circumstàncies que generin efectes nocius. John Stuart Mill, deixeble de Bentham, estava convençut que les conseqüències de la mentida són sovint considerables. I acceptava que el general cenyiment a la veritat era un bé per a la societat, ja que la credibilitat de les assercions humanes és, finalment, desitjable per al benestar social. Sissela Bok també recull els aspectes conseqüencialistes de la mentida (unes mentides porten a unes altres i soscaven l’harmonia social, de vegades fins i tot comporten efectes negatius cap a terceres parts), i accepta a partir de les seves observacions l’existència d’un “principi de veracitat”. No totes les mentides són condemnables, però cada mentida suporta un determinat pes. Així doncs, cal establir proves que les mentides són necessàries, o buscar alternatives raonables.

La veritat periodística

Des de la deontologia periodística totes aquestes assercions són útils per entendre l’ètica periodística, ja que teòrics com Edmun Lambeth, Pippert, Cooper i Walter Lippmann, entre altres, consideren la veritat com un dels pilars més importants, sinó el principal, de l’ètica periodística. Per Lippmann, la “funció de les notícies és assenyalar un esdeveniment, la funció de la veritat és portar a la llum els fets amagats i donar als homes una visió general de la realitat perquè puguin actuar.” Wesley Pippert¹⁷ deixa ben clara quina ha de ser la feina del periodista quan diu: “La feina del periodista és buscar i publicar la veritat: ni més ni menys”. I continua: “Conèixer la naturalesa de la veritat és, des del meu punt de vista, més important que saber de notícies”.

¹⁷ Pippert, Wesley (1989): *An Ethics of News. A Reporter's Search for Truth*. Georgetown University Press. Washington.

Juan Carlos Suárez¹⁸ afegeix que no és periodista qui informa, sinó qui assumeix la consciència de realitzar una tasca de la qual és responsable davant aquelles persones a qui està informant. El periodista és algú que ocupa i participa d'una posició socialment privilegiada, a través de la qual es genera una expectativa del destinatari diferent en relació al valor d'aquesta informació. Per això Suárez defensa la creació i utilitat d'un marc deontològic, ja que la deontologia "no es més que una ètica pública derivada de la seva funció social".

El codi professional de l'American Society of News Editors (ASNE) diu clarament que s'han de dedicar "tots els esforços", no només alguns sinó "tots", per garantir que "el contingut de la notícia sigui precís, lliure de prejudicis i contextualitzat, i que totes les opinions es presentin amb justícia". El fonamental és verificar i tornar a verificar la informació dubtosa per arribar a la veritat. El guanyador del premi Pulitzer del 1928, Paul Y. Anderson, es va adreçar a uns estudiants de periodisme amb aquestes paraules:

"He afirmat que és deure del reporter fer alguna cosa més que observar i registrar el que passa pel seu camí. Una devoció genuïna a la veritat exigeix molt més que això. La veritat no sempre es troba a la superfície; no es pot collir com els préssecs dels arbres. Existeixen veritats ocultes, l'existència de les quals amb prou feines es veu a la superfície. Malgrat això, el negoci del periodista consisteix en aconseguir-les"

Tot això ens demostra que la veritat és essencial en l'activitat periodística. John C. Merrill¹⁹ considera que un signe de virtut en el periodisme és la lleialtat a la veritat. Com a mínim "la recerca de la veritat per part del periodista segurament li dona saviesa, valor, templança i justícia". John Whale, un escriptor editorial del Sunday Times de Londres, afirma que en la base de l'ètica periodística hi ha una fidelitat a la veritat. És l'autenticitat de la informació continguda en una història quina és la principal preocupació de l'ètica del periodista. A la pregunta: Quins mètodes hauria d'utilitzar un periodista per intentar aconseguir aquesta "veritat"? La resposta de Whale: Només aquells mètodes que el periodista estaria disposat a publicar com part de la història. Aquesta és una de les raons perquè Whale i molts altres són contraris al passatge de les "lleis escut". Ell ho justifica dient que es molt difícil verificar la veritat si les fonts s'oculten al públic. Aquesta fidelitat a la veritat, no a una persona o font que revela informació, és el què és important. Massa sovint, els que revelen informació i fan prometre al periodista de no identificar-los tenen altres motius diferents al de deixar que la veritat se sàpiga. Whale creu que la virtut del periodisme hauria de ser aportar la màxima veritat a la història que sigui possible i, per tant, la font d'informació hauria de formar part de la "veritat" de la història.

¹⁸ Suárez Vullegas, Juan Carlos (2009): "La crisis de identidad del periodista y la ética profesional". Publicat a *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*. Núm 15, pp 119-134.

¹⁹ Merrill, John C. (1975): "Ethics and Journalism". Publicat a *Ethics and The Press. Readings in Mass Media Morality*. Hasting House. Nova York.

Però la veritat es troba en la raó perquè l'home és capaç d'enjudiciar i de jurtar. El coneixement de la veritat consisteix en l'evidència explicada per la seguretat del judici i el saber. Per tant, i en aquest punt coincideixen els estudiosos de l'ètica periodística, la veracitat en la informació és una condició indispensable per poder parlar de treball periodístic, per poder parlar de notícia informativa. Salvador Alsius creu que el concepte de la veritat és un dels principis ètics que es podrien considerar universals. De fet, una invenció periodística no deixa de ser una mentida del periodista perquè mentir és, segons el diccionari, fer conscientment, voluntàriament, una asserció contrària a la veritat.

El fet que la veritat formi part dels valors periodístics, no treu que pateixi de les febleses epistemològiques anteriorment esmentades ni que el seu significat estigui consensuat, sigui inequívoc i únic. Que hi hagi la voluntat per part dels experts en consensuar l'ús i l'abast moral de la veritat en l'àmbit periodístic no exclou que els comunicadors socials no estiguin condicionats per una sèrie de factors contextuals, expressius, interpretatius, personals, de creences que posin en qüestió constantment les idees de veritat i de veracitat.

Molts cops es confon la veritat o veracitat amb conceptes com l'objectivitat, la credibilitat, la cura, l'evidència, la qualitat, etc. Si bé no es podrien utilitzar com a sinònims, en certa manera tots ells formen part d'aquesta "veritat periodística". En aquest sentit, diversos autors coincideixen en afirmar que la Veritat és un concepte filosòfic, amb una arrel molt profunda, d'una gran magnitud i massa ampli com perquè el periodista la pugui abastar en els seus reportatges. El catedràtic emèrit de Periodisme de la Universitat Complutense de Madrid, Enrique de Aguinaga, considera que la veritat no pot ser l'objectiu del Periodisme perquè transmet veritats particulars i tenyides d'interpretació. I afegeix: "No és que el Periodisme no vulgui buscar la Veritat. És que no té capacitat ni disposició per això. Més encara: encara que s'ho proposés, no podria aconseguir-la perquè li ho impediria la seva pròpia naturalesa selectiva i valorativa de la Realitat". Francisco Vázquez²⁰ escrivia l'any 1986:

"La veritat és i serà sempre per a l'home un ideal a perseguir i no un objectiu conquerible; i l'objectivitat, més que una troballa humana, és la freda realitat de les coses en si mateixa, que fou denominada per Kant com a *nóumeno* o *en si mateix*"

Davant la complexitat d'abraçar la veritat en el terreny periodístic, la deontologia s'ha servit d'altres elements per contrarestar la impossibilitat d'aconseguir la veritat absoluta. Per això, i d'aquí en sortiran elements per abordar el treball proposat, els estudiosos del periodisme s'han servit de diversos elements que han de coincidir en un treball periodístic per poder dir que tendeix a la veritat o que és veritat.

²⁰ Vázquez, Francisco (1986): „La veracidad informativa y su problemática“. Publicat a *Revista de Ciencias de la Información*, núm 3, Editorial Universidad Complutense. Madrid

Certament, la recerca de la veritat per part dels periodistes és el veritable pal de paller de l'ofici de periodista. La majoria de les obres consultades consideren principal que el periodista digui la veritat i aquesta sigui la seva primera finalitat en la confecció de la notícia. En aquest sentit, el periodista britànic Gerald Priestland²¹ creu que “encara que mai es pugui arribar al nucli central de la veritat, mai ens hem de tancar en banda o assumir que el poc progrés que podem fer cap a ella no val la pena”.

La importància de la veritat per als periodistes és l'eix del discurs de Pippert. De fet, el periodista creu que “si la premsa té poder és gràcies al poder de la veritat”. Ell mateix divideix les notícies entre aquelles que són veritat (*truth*) i les que no ho són (*not truth*). O el que és el mateix, entre aquelles que poden ser definides com a “significants” o “sentimentals”. En general, Pippert creu que la veritat és objectiva i factual, però va més enllà i desplega tot un seguit de variables per tal de definir el concepte. Així, defineix la veritat (*truth*) mitjançant els elements següents:

Honesta: una notícia ha de ser real i honesta.

Transparent.

El quid de la qüestió.

Senzilla i clara: la veritat és senzilla.

Lligada a la pau i la justícia.

Emancipadora: la veritat emancipa.

Responsable: La responsabilitat de la veritat està oculta sota la llibertat de premsa que defensen moltes societats.

També defineix la no-veritat (*not truth*) a través d'aquestes variables:

Una mentida: la filòsofa Sissela Bok diu sobre la mentida que és fàcil explicar-ne una, però molt difícil explicar-ne només una. En moltes ocasions, els periodistes menteixen.

Només objectivitat.

Només verbositat.

Només precisió.

Pseudo-esdeveniments.

Arrogància.

En canvi, en el pensament de Luka Brajnovic, la veritat apareix des de dos punts de vista: des del punt de vista ètic i des del punt de vista de la informació. En el primer cas, la veritat, juntament amb la justícia i la llibertat formen part de l'ètica deontològica periodística. En el segon cas, la veritat forma part del caràcter de la informació, juntament amb el dubte, la falsedat i l'objectivitat. Aquestes consideracions formen part del deure a la informació i el deure de ser informat de forma veraç i honestament, entre altres. També distingeix entre

²¹ Gerald Priestland (1979): *The Dilemmas of Journalism*. Lutterworth. Londres.

dues veritats: la veritat objectiva (la periodística) i la veritat subjectiva (l'artística).

Per Brajnovic, al igual que Pippert, la veritat és la finalitat. Però com podem estar segurs que alguna cosa és veritat? Brajnovic diu que a través de tenir el *criteri* pel qual es reconeix i es jutja la veritat, diferenciant-la de l'error, el dubte i la falsedat o la mentida. En definitiva, l'evidència, la comprensió, el saber inequívoc i la realitat són els elements del criteri per concebir la veritat. A més, el periodista deixa molt clar que "en cap cas de l'ofici periodístic és èticament lícit falsejar la veritat ni tan sols amb la més exquisida fantasia i gràcia."

De tot això, Brajnovic dedueix que per al coneixement de la veritat són necessaris els elements següents:

- una ferma, conscient i argumentada acceptació
- el judici verídic i imparcial
- saber que el judici és verídic

Aquests tres elements integrarien la seguretat sobre la veritat, segons el periodista i professor universitari. Tot i això, cadascun dels autors tenen, en una mesura o altra, els seus elements que conformarien la idea de la veritat en el periodisme.

Brajnovic també senyala cinc conceptes de la veritat quan representen la validesa i l'eficàcia dels procediments cognoscitius:

- La veritat com a correspondència o relació
- La veritat com a revelació
- La veritat com a conformitat a una regla o norma
- La veritat com a coherència
- La veritat com a utilitat

La participació de l'activitat periodística en principi de veracitat de la informació té, com senyala Alsius, dos fronts principals: el procés de recerca de la informació i el de la seva difusió. Són dos moments de la feina periodística que en la cultura anglosaxona tenen les seves paraules que els defineixen: *gathering* i *reporting*. En el cas de la premsa escrita, la primer front fa referència a la recerca i consulta de les fonts, al contrast de la informació, les entrevistes, la documentació, etc. Mentre que el segon, té a veure amb la síntesi, la interpretació de les dades, la redacció del reportatge, etc. Tots dos molt relacionats entre ells, però que interpreten papers diferents en la recerca d'aquesta veracitat de la informació.

En general, la "veritat" periodística fa referència al producte resultant de la feina del periodista: el missatge informatiu, allò que arriba al públic. Per Enrique de Aguinaga, "no hi ha informació veraç i, per tant, informació enganyosa, sinó

informació verdadera o informació falsa. La veracitat o la mentida són qualitats del subjecte, de l'Informador; però no de l'objecte, en aquest cas la Notícia.”

Quan parlem del dret de la societat a rebre una informació veraç, pensem en si la informació que rebem a través de la notícia ha estat ben contrastada, ens explica els fets tal i com han succeït, ens parla d'allò que hauríem de saber però no sabem, etc. Tot això comporta, segons recorda Lambeth, que els periodistes, en la realització de la seva feina, ha de ser conscients i posar atenció a les demandes de la veritat social, contextual i de facto, a més de la de les ciències físiques i naturals. Però també existeix un cinquè nivell de significat i aquest consisteix en la utilització de la veritat en el procés de recopilació de les notícies. Alsiu considera que el periodisme mai no podrà explicar tota la veritat en cada notícia, perquè els fets competeixen els uns amb els altres, i a cada moment van sorgint noves informacions i fets addicionals. La realitat ha de ser parcel·lada, i això pot atemptar en certa manera contra la voluntat d'explicitar la veritat de forma integral. Aquest dèficit haurà de compensar-se amb la continuïtat de la feina i amb un esforç especial per dotar sempre el destinatari del background informatiu necessari perquè es pugui fer càrrec de tots els aspectes de cada informació.

Però també cal incloure en l'àmbit del principi de veracitat els procediments usats en el procés d'obtenció de la informació. Ens tornem a trobar aquí amb una sèrie de qüestions que afecten tots els àmbits d'exercici del periodisme informatiu, com ara el tema del plagi o el de la manifestació de la identitat del periodista que recapta informació de les fonts, els enregistraments sense consentiment, la recreació de fets, les càmeres ocultes, els pagaments per una notícia, l'engany, el robatori de notícies i dades, la difamació, les invencions, etc. Això és el que alguns autors denominen Mètodes Dubtosos.

En qualsevol cas i per tal d'evitar aquests “mètodes dubtosos”, la societat ha sabut, en certa manera, adaptar els conceptes més ètics a la jurisprudència. Així, l'accés a la lliure informació i a la llibertat informativa constitueixen un dels principals valors de les societats democràtiques. El ciutadà és més lliure si té al seu abast el que passa al seu entorn. Només d'aquesta manera pot efectuar judicis de valors i tenir una opinió pròpia a l'hora de prendre les seves decisions.

El concepte de veracitat de la informació es pot analitzar des de diverses vessants. Des del punt de vista intern, la veracitat de la informació actua com un element immanent en ella mateixa i sense el qual la informació pot quedar desprotegida i, per tant, deixar de ser informació. I des del punt de vista extern, com els que estableix la Constitució espanyola i les lleis europees, com el respecte a l'honor, a la intimitat, a la pròpia imatge i a altres drets i deures fonamentals.

El valor jurídic de la veritat

La interpretació constitucional del concepte de veracitat de la informació s'entén com una tendència que ha de tenir l'informador cap al coneixement de

la veritat dels fets sobre els quals s'informa a través de la contrastació de les informacions, les fonts i/o dels fets ocorreguts i amb un plus de diligència periodística.

Aquest plus de diligència, referit a la qualitat de l'actuació professional, es concentra, segons Juan Carlos Suárez²², en dos deures fonamentals que per la seva identitat podrien ser considerats com a principis:

a) El principi de la veracitat, doncs el be que s'administra ha de ser una informació veraç, en el sentit que ha de ser degudament contrastada, atenent a la pluralitat de versions dels actors implicats.

b) El principi d'independència; la informació no ha d'atendre a interessos comercials o partidistes que alterin la seva condició de bé essencial de la ciutadania, garant de la llibertat pública.

S'entén que el periodista no pot accedir a la veritat absoluta per molt que la informació que disposi sigui verdadera, això ja ho hem dit, però sí que es necessari garantir el pluralisme en les fonts informatives. La pluralitat en els mitjans de comunicació contribueix a afavorir que el ciutadà pugui conèixer les diverses versions d'un mateix fet.

Des del punt de vista legal, la veracitat com a fonament i element estructural del dret a la informació, el recull l'article 20.1.d) de la Constitució Espanyola (CE) que reconeix i protegeix el dret a comunicar o rebre informació veraç lliurement a través de qualsevol mitjà de difusió. Per Cremades²³, aquest article, però, no només parla del dret a la informació sinó també del dret a rebre una informació veraç, o el que és el mateix, a rebre una informació certa, autèntica i comprovable.

Que la informació emesa o transmesa sigui veraç no és una qüestió que pugui ser obviada des d'una perspectiva jurídica. Marc Carrillo, catedràtic de Dret Constitucional de la Universitat Pompeu Fabra (UPF), creu que la informació sigui veraç "és un valor superior de l'ordenament jurídic que està investit de força normativa. La veracitat és un dels elements teològics de la informació que els diversos actors socials implicats (diaris, ràdios, televisions, poders públics, lectors ...) no poden deixar de banda com si es tractés d'un simple factor retòric." La veritat és, doncs, un factor integrant del dret a la informació dotat de tots els graus de tutela judicial. Carrillo recorda que el dret a rebre una informació veraç també significa pluralisme i concurrència informativa.

En un article publicat per Francisco Gor²⁴ a El País, el periodista diu:

²² Suárez, Juan Carlos (2001): *Principios de ética profesional. A propósito de la actividad informativa*. Tecnos. Madrid.

²³ Cremades García, Javier (1994): "La exigencia de veracidad como límite a las libertades informativas". Publica a *Estudios sobre derecho de la información*. UNED. Madrid.

²⁴ Gor, Francisco (2010): "El concepto de información veraz". Publica a El País el 07/12/2010. Madrid

“Per a la Constitució espanyola,[...] el concepte d'“informació veraç” no es vincula amb cap definició apriorística de la veritat que hagi de servir de guia i de referència normativa als periodistes, sinó que es connecta amb l'esforç honest i diligent que els esmentats professionals han de fer per adequar el més possible —amb els mitjans d'investigació que normalment estan al seu abast— el que diuen en la seva informació amb el que realment ha succeït. En una democràcia ningú no està legitimat —ni les seves lleis bàsiques ni els seus Govers i altres poders públics— a establir prèviament el que és o no és veritat en el terreny de la informació. La veritat informativa és la que resulta al final del contradictori i rigorós procés de verificació de la realitat noticable dut a terme en el marc de les lleis i en conformitat amb les regles ètiques i professionals del periodisme. D'aquesta forma és com el Tribunal Constitucional descriu, més que defineix, la “informació veraç” en la seva jurisprudència sobre l'article 20 de la Constitució.”

Per Bajnovic, el missatge informatiu té com a finalitat la transmissió de fets, dades, esdeveniments, etc., que siguin certs. En el cas que no ho fossin, llavors no seria informació i hauríem de parlar d'una altra cosa: desinformació, informació errònia, falsa, tendenciosa, equívoca, etc.

En aquest sentit, la veracitat exigida per la normativa no s'ha de prendre a la lleugera. No s'ha de posar en el mateix nivell altres conceptes periodístics com l'objectivitat o la imparcialitat perquè, bàsicament, no estan incloses en el marc legislatiu europeu i, per tant, no gaudeixen de la protecció normativa de la primera. Això vol dir que la informació transmesa pels mitjans de comunicació ha de ser, per sobre de tot, veraç.

Otto Pardo²⁵ parla d'aquesta qüestió quan diu: “Determinades conductes s'han de considerar excloses de la protecció del dret fonamental, no per una limitació d'aquest, sinó perquè no forma part del seu contingut”. D'aquestes paraules, Navarro interpreta que la informació no veraç no està protegida per l'article 20.1.d) perquè no té el contingut que preveu la normativa per a conformar el dret.

Però la veracitat, en termes aristotèlics o metafísics, no existeix, és impossible d'aconseguir. És per això que la veritat en la informació s'ha d'entendre com una adaptació entre el que passa i el que s'explica. La informació necessita d'aquesta adaptació entre els fets ocorreguts i el missatge, sempre i quan no s'incorri a l'engany, la malícia o la mendacitat.

Una informació clarament falsejada ja no estarà protegida per la llei ni podrà ser ponderada entre els drets o les llibertats. En una sentència del Tribunal Suprem del 22 d'abril de 1992, es va condemnar un mitjà de comunicació perquè va publicar una foto de dos homes, que després va resultar que eren pare i fill, per il·lustrar un reportatge sobre la prostitució masculina. El text de la sentència deia que “el treball periodístic no tenia veracitat, de manera que mai es va plantejar la ponderació entre els dos valors en pugna”.

²⁵ Otto Pardo de, Ignacio (1988): *Derechos fundamentales y Constitución*. Civitas, Madrid.

Aquest criteri sobre el requisit de veracitat en la informació és el que justifica la Llei Orgànica 2/1984, del 26 de març, que regula el dret de rectificació i que estableix l'article 1: "Tota persona, natural o jurídica, té dret a rectificar la informació difosa, per qualsevol mitjà de comunicació social, de fets que l'al·ludeixin, que consideri inexactes i la difusió dels quals pugui ocasionar-li perjudici".

En el cas dels Estats Units d'Amèrica (EUA), fins a mitjans dels anys 60, el Tribunal Suprem nord-americà resolva els plets civils per difamació contra els mitjans de comunicació segons un criteri de responsabilitat objectiva. Només calia que hi hagués un petit error en la informació difosa per un mitjà de comunicació perquè existís responsabilitat encara que el sentit general de la notícia fos certa. Va ser a partir de 1967, en el cas de *The New York Times* contra Sullivan²⁶ que el tribunal va començar a utilitzar els criteris constitucionals sobre la llibertat de premsa.

Aquesta nova manera de veure la veracitat de la informació va ser assumida, en certa manera, per la jurisprudència i la legislació d'altres països de tradició jurídica ben diferent com serien el Regne Unit, Alemanya, Àustria i, també, Espanya.

A Espanya, el Tribunal Constitucional va establir els criteris sobre la correcta interpretació de l'exigència de veracitat que estableix l'article 20.1.d) a l'exercici del dret de la informació en la sentència que aquest organisme va fer el 6/1988 i on es concentra bona part de la idea central d'aquesta tesi:

"Quan la Constitució demana que la informació sigui "veraç" no està tant privant de protecció a les informacions que puguin resultar errònies —o senzillament no provades en un judici— quant restablint un deure específic de diligència sobre l'informador a qui se li pot i se li ha d'exigir que ho transmeti com a "fets" hagi estat objecte de contrast previ amb dades objectives, privant així de la garantia constitucional a qui defraudant el dret de tots a la informació actui amb menyspreu de la veritat o falsedat del que es comunica. L'ordenament no presta la seva tutela a

²⁶ El cas del *The New York Times* contra el cap del departament de policia de Nova York L. B. Sullivan es va produir en mig d'un clima crespat pels conflictes sobre la lluita negra contra la segregació racial i pels drets civils. En aquella època es va detenir a Martin Luther King per irregularitats en la seva declaració d'impostos. El diari *The New York Times* va publicar un anunci del comitè de suport a Luther King en el que es criticava els esdeveniments i a alguns personatges de l'estat d'Alabama que van participar en la detenció de l'activista, entre ells a L.B. Sullivan, cap del departament de policia. La descripció dels fets que contenia l'anunci era real però incloïa alguns errors de poca transcendència com que Martin Luther King havia estat detingut set vegades en comptes de quatre, o que el títol de la cançó que corejaven els manifestants era equivocat. Sullivan va demandar al diari. Després de guanyar en les primeres instàncies, el cas va arribar al Tribunal Suprem.

La sentència del Suprem, a més de declarar inconstitucional la legislació sobre libel d'Alabama, va mantenir la tesi que la formulació d'enunciats erronis és inevitable en un debat lliure. La sentència establí que havia de ser el demandant, no el demandat —en aquest cas el diari—, qui provés de forma prou clara que la publicació havia actuat amb mala intenció, frau o negligència; doncs el contrari, obligar al mitjà a provar la veracitat, suposaria retallar l'activitat de la premsa perquè no publicaria coses que sap que són certes però que no són fàcils de demostrar en un judici.

aquesta conducta negligent, ni menys encara a la qui comuniqui com a fets senzills rumors, o pitjor encara, meres invencions o insinuacions insidioses, però sí que empara, en el seu conjunt, la informació rectament obtinguda i difosa, encara quan la seva total exactitud sigui controvertida. En definitiva, les afirmacions errònies són inevitables en un debat lliure de tal forma que d'imposar-se la "veritat" com a condició per al reconeixement del dret, l'única garantia de la seguretat jurídica seria el silenci".

D'aquesta sentència podem extreure tres punts importants sobre el concepte de veracitat:

1. La veracitat s'ha d'entendre com la tendència del periodista cap a la correcta recerca del que passa, com les accions a saber els fets i a contrastar-los degudament, ja que la veritat absoluta és impossible d'aconseguir.
2. L'error en algun aspecte de la informació que no sigui imputable a la negligència del periodista, no pot provocar que es desprotegeixi a la informació, doncs seria impedir la divulgació de notícies.
3. La veracitat només és atribuïble a la informació, a la transmissió de fets, no es pot exigir veracitat a les opinions.

Però aquesta exigència de la veritat no és per tots els reportatges igual. El magistrat Ignacio Riego, referent al judici de Jesús de Polanco i Juan Luis Cebrián contra el periodista Pablo Sebastián Bueno per atemptat contra l'honor, sosté en la seva sentència que al periodista que escriu una columna d'opinió li és menys exigible la veritat perquè la veracitat "s'ha d'interpretar en el sentit que la informació correctament obtinguda i difosa és digna de protecció, encara que la seva total exactitud sigui controvertible o s'incorri en errors circumstancials que no afecten a l'essència del que s'ha informat".

Marc Carrillo²⁷, considera imprescindible la diferenciació entre fets i components valoratius perquè és aquí on opera en tota la seva dimensió el dret a comunicar i/o a rebre informació veraç. "Una cosa són opinions, que sempre són lliures i mai seran falses. Una altra cosa són fets. Per aquesta raó, un mitjà de comunicació no es pot amagar darrere el pluralisme com a valor constitucionalment protegit per al·legar que la informació falsa que ha difós és, en realitat, producte de la seva versió dels fets". El pluralisme no exclou el deure de respectar la veracitat informativa, així com tampoc permet la notícia tendenciosa, definida pel Tribunal Constitucional italià com "[...] aquella que, referint-se a fets veritables, els presenta, amb independència de la intencionalitat, de manera que qui els assisteix es forma una versió alterada de la realitat". En aquest supòsit, apunta Carrillo, la informació també deixa de ser veraç i els poders públics poden actuar per a tutelar el bé jurídic lesionat.

²⁷ Carrillo, Marc. "Derecho a la información y veracidad de la información". Publicat a *Revista Española de Derecho Constitucional*. Any 8. Núm. 23. Maig-Agost 1988.

Com a resum d'aquest marc jurídic podem apuntar el següent:

1. La veracitat de la informació és un límit intern, un element estructural del dret.
2. Si la veritat absoluta no existeix, el concepte de veracitat s'ha d'entendre com la tendència de l'informador a la recerca de la realitat dels fets i a la seva fidel transmissió.
3. Un error en la informació que s'hagi comés sense negligència no suposa la desprotecció del text informatiu.
4. La veracitat només és aplicable en el dret a la informació, és a dir, en la transmissió de fets, no en la llibertat d'expressió o transmissió d'opinions.
5. L'exercici del dret de la informació és de tots els ciutadans, si bé els periodistes en fan un ús privilegiat perquè s'emparen en la necessitat democràtica de la seva feina. Per això també es beneficien de la clàusula de consciència i del secret professional.
6. El periodista, com a professional de la informació, ha de verificar i documentar la informació com a deure ètic de la seva professió.
7. El pluralisme informatiu s'ha d'entendre com el complement necessari de la veracitat interna de la informació. El ciutadà estarà correctament informat si disposa de diverses fonts d'informació perquè pugui fer les seves pròpies contrastacions i verificacions. Els poders públics han de vetllar per l'existència d'un pluralisme informatiu real.
8. La veracitat és el requisit previ de tota informació perquè pugui ser ponderada davant d'altres drets fonamentals en un conflicte d'interessos.
9. La informació, encara que sigui veraç, mai podrà superar els límits de l'insult, la vexació o la intimitat.
10. L'exigència de responsabilitat contra la informació enganyosa, tan sols pel fet de vulnerar el dret del ciutadà a rebre informació veraç, xoca amb criteris de raonabilitat en l'articulació de la legitimitat processal.

Però el concepte de veracitat que introdueix el Tribunal Constitucional també contempla, en certa manera, les normes deontològiques més elementals. Els codis deontològics de la majoria de països occidentals inclouen en els seu respectius codis periodístics el concepte de veracitat de la informació. En el cas del codi deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya, els tres primers criteris tenen relació amb aquest concepte:

“1. Observar sempre una clara **distinció entre els fets i opinions o interpretacions**, evitant tota confusió o distorsió deliberada d'ambdues coses, així com la difusió de conjectures i rumors com si es tractés de fets.” *(Negreta afegida)*

“2. **Difondre únicament informacions fonamentades**, evitant en tot cas afirmacions o dades imprecises i sense base suficient que puguin lesionar o menysprear la dignitat de les persones i provocar dany o descrèdit injustificat a institucions i entitats públiques i privades, així com la utilització d'expressions o qualificatius injuriosos.” *(Negreta afegida)*

“3. Rectificar amb diligència i amb tractament adequat a la circumstància, les **informacions** —i les opinions que se'n derivin— **que s'hagin demostrat falses** i que, per tal motiu, resultin perjudicials per als drets o interessos legítims de les persones i/o organismes afectats, sense eludir, si calgués, la disculpa, amb independència d'allò que les lleis disposin al respecte.” *(Negreta afegida)*

En l'àmbit internacional, val la pena destacar els principis ètics sobre el periodisme de la UNESCO, que en el seu punt número u, assenyalava el següent:

“1. **El dret de la gent a rebre una informació veraç**. El poble i les persones tenen el dret a rebre una imatge objectiva²⁸ de la realitat **mitjançant una informació precisa i completa**, i d'expressar-se lliurement a través dels diversos mitjans de difusió de la cultura i la comunicació.” *(Negreta afegida)*

“2. Adhesió del periodista a la realitat objectiva. **La tasca primordial del periodista és la de servir el dret a una informació verídica i autèntica** per l'adhesió honesta a la realitat objectiva, situant conscientment els fets en el seu context adequat, manifestant les seves relacions essencials, sense que això comporti distorsions, emprant tota la capacitat creativa del professional, a fi que el públic rebi un material apropiat que li permeti formar-se una imatge precisa i coherent del món, on l'origen, naturalesa i essència dels esdeveniments, processos i situacions siguin compresos de la manera més objectiva possible.” *(Negreta afegida)*

La Declaració de Principis sobre la conducta dels periodistes de la Federació Internacional de Periodistes (FIP) disposa, en el seu Article 1r, el següent:

“**Respectar la veritat i el dret que té el públic a conèixer-la**, constitueix el deure primordial del periodista.” *(Negreta afegida)*

D'altra banda, la Resolució Núm. 1003 sobre ètica del periodisme del

²⁸ Considerem que el concepte d'objectivitat no és suficient per descriure les exigències reals que han de complir els periodistes en l'exercici de la seva feina.

Consell d'Europa assenyala, entre altres disposicions, que:

“3. El principi bàsic de tota consideració ètica del periodisme ha de partir d'una clara diferenciació entre notícies i opinions, evitant qualsevol confusió. Les notícies són informacions de fets i dades, i les opinions expressen pensaments, idees, creences o judicis de valor per part dels mitjans de comunicació, els editors o els periodistes.”

“4. **Les notícies han de difondre's respectant el principi de veracitat**, després d'haver-se fet les verificacions de rigor, i han d'exposar-se, descriure's i presentar-se amb imparcialitat. No s'han de confondre rumors i notícies. Els titulars i els sumaris de les notícies han de reflectir el més fidelment possible el contingut dels fets i dades.” *(Negreta afegida)*

“13. En el si de l'empresa informativa, editors i periodistes han de coexistir, tenint en compte que el **respecte legítim de l'orientació ideològica dels editors o els propietaris queda limitat per les exigències indefugibles de la veracitat de les notícies** i de l'ètica de les opinions, el qual és essencial per respectar el dret fonamental dels ciutadans a la informació.” *(Negreta afegida)*

“21. Per tant, **el periodisme no ha d'alterar la informació veraç i imparcial** ni les opinions honestes, ni explotar-les per als propòsits dels mitjans, amb la pretensió de crear o donar forma a l'opinió pública, ja que la seva legitimitat rau en el ple respecte del dret fonamental dels ciutadans a la informació com parteix del respecte als valors democràtics. En aquest sentit, el periodisme d'investigació legítim té el seu límit en la veracitat i honestedat de les informacions i opinions i és incompatible amb campanyes periodístiques dutes a terme des de preses de posició prèviament adoptades i interessos particulars.” *(Negreta afegida)*

De la mateixa manera, el Codi deontològic de la professió periodística de la Federació d'Associacions de la Premsa d'Espanya (FAPE) assenyala el següent:

“El primer compromís ètic del periodista és el **respecte a la veritat.**” *(Negreta afegida)*

Finalment, el Codi de pràctica periodística de la Press Complaints Commission (PCC) i els editors de premsa britànics disposa, en relació amb els elements que componen la veracitat informativa, el següent:

“1. Precisió

- i) **La Premsa ha de tenir cura de no publicar informació inexacta, enganyosa o distorsionada**, incloent-hi fotografies.
- ii) **Una inexactitud significativa, una declaració enganyosa o una informació distorsionada s'ha de corregir immediatament** un cop reconeguda. També s'ha de publicar la deguda disculpa allà on pertoqui.
- iii) La Premsa, tot i que lliure de prendre partit, ha de distingir clarament entre comentari, conjectura i fet.” *(Negreta afegida)*

Tal com es desprèn de les cites anteriors, quan els documents d'autoregulació no fan referència expressa al deure de veracitat, sí que esmenten els diversos elements que la componen, com són:

- l'adequada diferenciació entre fets i opinions,
- la diligència en la documentació i contrast de la informació,
- la cura en la seva anàlisi o interpretació.

Segons María Teresa Herrán i Javier Restrepo, el compromís ètic amb la veracitat de la informació ha estat assumit per tots els codis deontològics periodístics del món, havent estat esmentats de manera expressa pels 56 dels 68 existents a mitjans de la dècada dels anys 90²⁹.

Però com en totes les coses, no tothom segueix les recomanacions ètiques de la seva professió, tot i que Brajnovic insisteix que “el propi del periodisme no és ni la fantasia ni la metàfora (per més creadores que fossin) sinó els fets, les dades, els esdeveniments i els seus contorns”³⁰. Més endavant, l'autor afegeix que l'informador no pot donar voltes al voltant de la veritat objectiva, sinó que l'ha d'exposar tal com és.

Precisament perquè el periodisme no és un ofici senzill, sinó una professió difícil i responsable, el periodista ha de ser molt conscient de quin és el paper que desenvolupa la seva feina en la societat per no caure en el que ja hem anomenat Mètodes Dubtosos. Brajnovic diu que el periodista ha de tenir moderació perquè sempre es correspon amb la responsabilitat. El periodista no ha de caure en la polèmica, ni en la inexactitud informativa perquè es creen visions deformades de la realitat, ni en les suposicions ni rumors, però tampoc en la calúnia i la difamació. Aquestes són armes que alguns periodistes utilitzen amb freqüència i que desprestigien la professió.

L'autoregulació

En el segon congrés mundial de la Federació Internacional de Periodistes (FIP) de l'any 1954 es va adoptar la Declaració de Principis sobre la Conducta dels Periodistes. Aquesta declaració puntualitzava els deures essencials dels periodistes en la recerca, la transmissió, la difusió i el comentari de les notícies i de la informació, així com en la descripció dels fets. El primer dels seus deures era el següent:

Respectar la veritat i el dret que té el públic a conèixer-la constitueix el deure primordial del periodista.

També la Society of Professional Journalists (SPJ), dins els seus codis ètics, té com a deure primer dels seus associats la recerca de la veritat i la seva difusió. El mateix principi forma part del codi deontològic de l'Australian Journalists

²⁹ Herrán, M. Teresa i Restrepo, Javier: *Ética para Periodistas* citat a CARRILLO MAURIZ, Sonia Luz (2002): “La intimidad al aire: acerca de ‘lo público’ y ‘lo privado’”. Publicat a *Comunicación*, Revista de la Escuela Académico Profesional de Comunicación Social de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la UNMSM, desembre / gener, any 2, núm. 3, Lima, pp. 31-37.

³⁰ Brajnovic, 1978: 112

Association (AJA). Però aquesta recerca de la veritat no només apareix en els codis de les associacions professionals, també les empreses editores, dins les seves polítiques de compromís amb les seves audiències, incorporen la recerca de la veritat com a garantia de la seva qualitat i del compromís que prenen amb la seva audiència. Per posar un exemple, la Companyia The New York Times, dins la seva política empresarial i sota l'epígraf "La nostra obligació cap a la nostra audiència" assumeixen el punt següent:

Com a periodistes tractem amb els nostres lectors, espectadors, oients i usuaris d'Internet de la manera més justa i transparent possible. Qualsevol cosa que passi, nosaltres n'expliquem la veritat el més clarament possible a les nostres audiències com millor ho hem pogut conèixer. Corregim els nostres errors tan aviat com ens n'adonem. No esperem que ningú ens demani una correcció, les publiquem en un lloc destacat o les emetem al llarg de la programació.

Però tornem als aspectes jurídics del terme. La veracitat és un element decisiu per saber si una informació està protegida o no constitucionalment, mentre que l'opinió només se li exigeix que no sigui injuriosa ni resulti innecessària o aliena al pensament, idea o opinió que s'expressa.

Fins ara, hem vist que la veracitat s'ha d'entendre com una actitud de l'informador cap a la correcta recerca i transmissió dels fets. S'entén que aquesta exigència ha de ser més gran quan el dret a la informació és exercit per professionals. Els periodistes han de suportar un plus de diligència justificat per diverses raons:

1. per la transcendència social que té la seva feina dins la societat democràtica.
2. per la seva condició de professionals de la informació.
3. com a contrapartida a una sèrie de privilegis que els atorga l'ordenament jurídic.

Des del punt de vista professional, els periodistes sempre han estat reacis a la legislació sobre la premsa. Per això, molts professionals de la informació són partidaris del sistema d'autoregulació, dels codis deontològics i dels organismes professionals perquè estableixin els límits de les llibertats informatives i, en el cas de transgredir-los, sancionar als infractors.

Però, potser, des del punt de vista legal no seria prudent deixar la regulació d'un dret fonamental en mans dels col·legis o organitzacions professionals perquè sempre es tractaria de normes que no serien d'obligat compliment i, per tant, les sancions imposades per aquest organismes no tindrien cap eficàcia coactiva. En aquest sentit, en alguns països europeus i també a Catalunya

s'han creat Consells de la Informació per tal de vetllar per l'acompliment dels principis d'ètica professional periodística continguts en els codis deontològics. En el cas del Consell de la Informació de Catalunya (CIC), aquest és un organisme d'autoregulació de la professió que està al marge de les atribucions dels òrgans judicials. Les seves recomanacions són de caràcter moral i no sancionador. En altres països europeus, els consells de la informació sí que tenen atribucions sancionadores. En canvi, en els països on hi ha un forta tradició periodística, els consells professionals com el *Press Council* britànic o el Consell de Premsa portuguès tenen una forta influència sobre els periodistes. Les seves decisions són tingudes molt en compte dins el sector perquè poden afectar directament a la credibilitat d'un periodista o un mitjà. En qualsevol cas, aquest tipus de regulació pot ser complementària a la normativa jurídica i a l'aplicació judicial.

La fabricació de notícies

Desafortunadament, una de les pràctiques d'alguns periodistes és la fabricació o la invenció de notícies. La primera falsificació coneguda en la història del periodisme nord-americà va ser la que va publicar el *New York Sun* el 25 d'agost de 1835. El diari va anunciar que hi havia vida a la Lluna. La descoberta la va fer el famós astrònom britànic Sir John Herschel, qui havia inventat un telescopi gegantí que permetia veure la superfície lunar. Al llarg de les properes setmanes, el *Sun* va publicar detalls de les criatures que Herschel, suposadament, havia estat espiant amb el seu telescopi. Les criatures que descrivia el diari eren bisons lunars, homes ratpenats, castors bípedes que treien foc per la boca, etc. Els lectors van quedar fascinats amb els reportatges que, a més, duien il·lustracions. La majoria de diaris dels EUA es van fer resò de la notícia del *Sun*. En aquella època, i gràcies als reportatges falsos de la Lluna, el diari va aconseguir el tiratge més gran del món.

Darrere d'aquesta invenció en van venir moltes altres. El 1950, quan el *San Francisco Examiner* i el *Chronicle* estaven lliurant una batalla aferrissada per veure qui obtenia més circulació a la ciutat, el *Chronicle* va començar a publicar una sèrie d'articles titulats "El darrer home sobre la terra" que van fer que aquest diari agafés la davantera. Els articles de Bud Boyd relataven com ell i la seva família van aconseguir sobreviure en un ambient salvatge, utilitzant els recursos que els proporcionava la natura com a autèntics Robinson Crusoe. Els reporters de l'*Examiner* van trobar el campament dels Boyd i la seva família i van descobrir llaunes de menjar i altres comoditats de la vida moderna.

De falsificacions n'hi ha hagut des de que el periodisme existeix. Coneguda és la història de William Random Hearst, propietari del *New York Journal*. A l'inici de la guerra entre Espanya i EUA, Hearst va enviar a l'illa de Cuba l'il·lustrador del diari Frederic Remington perquè fes dibuixos del conflicte. Veient que no hi havia gaire moviment, Remington va enviar un telegrama a Hearst que deia: "Tot està tranquil. No hi ha cap problema. No hi ha guerra. M'agradaria tornar". Suposadament, Hearst el va respondre dient: "Si us plau, queda't. Tu fes els dibuixos que jo faré la guerra".

Òbviament, la primera i fonamental regla del periodisme és que les notícies no poden ser inventades. Tot i amb això, són pocs els codis deontològics que fan referència a les notícies falses pròpiament dites. Com hem vist, els codis posen especial èmfasi en el la veracitat de la informació, però no en el falsejament o invenció de les notícies. Segurament perquè l'una implica el bandejament de l'altra. En qualsevol cas, el codi de la Société Radio-Canada sí que ho fa i prohibeix la publicació intencionada de qualsevol informació falsa o que pugui causar perjudici a l'interès públic amb disposicions legals sobre aquesta qüestió.

A tot això, s'hi suma que entre la informació estricta i la narració fictícia hi ha una línia divisòria que no és del tot nítida. Goodwin anomena a aquesta forma de fer periodisme, "nou periodisme". Aquesta és l'etiqueta que se li ha posat a la tècnica de redactar articles sobre fets reals com si es tractés d'històries curtes o novel·les, utilitzant mecanismes i maneres pròpies de la ficció, amb la finalitat de fer-los més dramàtics i interessants. Aquest estil, utilitzat per periodistes i escriptors han donat bons resultats de vendes, fet que ha afavorit la seva popularitat. Però Goodwin avisa que una peça de periodisme fabricada o inventada és encara més malèvola com millor escrita estigui perquè els lectors se la creuran més fàcilment. Salvador Alsius recorda que la veritat és un tret que hauria de distingir l'activitat periodística.

Una altra pràctica del periodisme que ha contribuït al falsejament de la informació és el plagi, les cites, els arranjaments i demés, els "mètodes dubtosos" que ja hem esmentat i també l'embelliment. Aquesta tradició d'embellir les notícies prové quan, antigament, en els diaris existien escriptors, coneguts com a *legmen*, que reescrivien els articles pelats dels reporters utilitzant estils literaris. Actualment seria impensable trobar-se en un diari escriptors encarregats de millorar els articles dels periodistes, si bé, com ja hem comentat anteriorment, ara són els mateixos periodistes qui utilitzen tècniques literàries per millorar les seves notícies. En qualsevol cas, antigament es considerava raonable inventar-se notícies si el diari n'escassejava. D'aquesta manera explica, el periodista de principis de segle XX Rafael Mainar³¹, la utilitat de les falsificacions:

"¿Es necesario infundiar? Disculpable, ya hemos visto que lo es; necesario, puede que también lo sea. Cuando hay noticias y el periódico aparece sin ellas, no se le ocurre al lector pensar que haya sido un día gris, sino que exclama: «¡Qué sosos están hoy los periódicos!». No excusa al periodista el que no haya noticias; ha de darlas, y por eso, para cuando no abundan, es un recurso heroico el saberlas inventar con buen ingenio o presentirlas por esfuerzo deductivo."

"Declaro que no tengo vocación por el infundio; mas también digo y declaro que el periodista ha de saber hacerlo. Es un poco brusca esta sinceridad; lo comprendo, pero es sinceridad que tiene, en quien es del oficio, el gran mérito de descubrir un o

³¹ Mainar, Rafael (1906): *El Arte del periodista*. Sucesores de Manuel Soler. Barcelona.

de aquellos secretos, que egoistamente guardamos, porque harían que no se nos leyes o se nos leyera con prevención.”

“Mejor sería no haber de infundiar; pero, pues ello es indispensable, al menos hágase que nunca el lector, que aciertos y planchas olvida pronto, diga al leer: Esto no puede ser. Hágase que, a lo sumo, cuando dude, lo haga pensando que si no es verdad pudiera serlo lo que le cuentan.”

Segons el crític i periodista J.B. Montgomery-M'Govern, amb l'arribada del segle XIX, i amb el boom dels diaris, les falsificacions van agafar proporcions alarmants. Montgomery-M'Govern va escriure a la revista *Arena*, una de les influents de l'època, que “el fals periodisme era recórrer a les agències per aconseguir notícies, a les associacions i organitzacions de premsa, les quals distribuïen a la majoria de diaris metropolitans del diumenge i a molts d'altres les seves sensacionals ‘històries’”.

Montgomery-M'Govern va oferir una taxonomia de les tècniques per falsejar informació que incloïa l'ús de “stand-for” en què una persona coneguda està d'acord amb una marca per fer-li publicitat; la “combinació”, on un grup de reporters s'inventen una trama i després en verifiquen una de falsa; el pis de la “falsa difamació” on editors són enganyats per conspiradors que fan córrer falsos articles; les “presumptes notícies per cable” on els anomenats “informes estrangers”, fets de premsa i corrents en una redacció o en una cèntrica associació de premsa, són emmascarats amb una data límit i donats per bons s'acaben publicant com a verídics. Els editors de les grans edicions del diumenge, afamats pel material més sucós, baixen el llistó de la veritat a favor de l'impacte més sanguinari i emocional.

Però els temps han canviat, i els professionals del periodisme informatiu han preferit mirar aquests tipus de gèneres amb certa distància o descartar-los completament. Encara que és cert que en alguns mitjans de comunicació s'utilitzen aquests tipus de tècniques per atraure i formar l'opinió dels lectors. Això vol dir que la línia divisòria entre el document i la ficció no sempre ha estat del tot clara, fet que ha provocat debats i dubtes deontològics. On majoritàriament tot els professionals estan d'acord és en el fet que el lector tingui totes les eines i indicatius per saber diferenciar si allò que se li ofereix en cada pàgina és un document informatiu, d'opinió, una recreació o un assaig. Per Salvador Alsius és important la delimitació de gèneres dins el camp estrictament informatiu, però encara ho és més quan existeix el perill de confondre la realitat amb la ficció.

Tot i amb això, a dia d'avui, encara es produeixen transgressions del principi de veracitat. Com ja hem comentat, són coneguts els periodistes que han inventat o fabricat una història i l'han presentada com si fos una notícia. La reportera Janet Cooke n'és un exemple, al igual que Stephen Glass, Jayson Blair, Paul Bradley, James Forlong, Diana Griego, etc.

3. PROBLEMA D'INVESTIGACIÓ, OBJECTIUS I/O HIPÒTESIS

El primer problema que se'm va plantejar en el moment d'iniciar aquest treball final va ser com traduir la problemàtica de les falsificacions periodístiques a l'àmbit de la recerca de les Ciències Socials. Seguint les indicacions de Raymond Quivy i Luc Van Campenhoudt³², una bona manera d'abordar la problemàtica proposada és procurant enunciar el projecte de recerca en forma de pregunta, a través de la qual intentar explicar amb la màxima precisió què és allò que vull saber, allò que vull explicar.

En un primer moment van sorgir dues preguntes inicials:

Què entenem per una falsificació periodística?

Quines són les principals falsificacions periodístiques del segle XX?

Ambdues preguntes semblaven lògiques si el que volia era analitzar les falsificacions periodístiques, però cap d'elles plantejava l'objectiu de la meua investigació. A més, calia que enunciés bé la pregunta inicial perquè d'ella en dependrien els eixos centrals de la meua recerca, les hipòtesis de treball.

Si bé les respostes de les dues preguntes inicials haurien de formar part del marc teòric i/o del material d'estudi, calia replantejar-me-les de nou. Per això, vaig escriure una llista de temes relacionats amb la meua investigació:

- concepte de veracitat de la informació

³² Quivy, Raymond i Van Campenhoudt, Luc (2001): *Manual de recerca en Ciències Socials*. Herder. Barcelona.

- concepte de falsificació periodística
- els articles de disculpa
- els arguments dels periodistes que han falsificat notícies
- les comissions creades per les empreses editores
- els sistemes de control dels diaris per evitar les falsificacions del periodistes
- les conseqüències ètiques i deontològiques de les falsificacions
- falsificacions o invencions periodístiques?
- els límits de l'ètica periodística
- què tenen en comú totes les falsificacions periodístiques?
- què condueix a fer una invenció?
- quants reportatges falsos coneixem?
- com es descobreix la mentida d'un periodista?
- hi ha estudis sobre les falsificacions periodístiques?
- què fa que una notícia sigui inventada?

És a partir d'aquest moment quan començo a relacionar aquests temes amb l'objecte d'estudi de la meva tesi. La idea, per tant, serà analitzar aquelles falsificacions que van comportar algun canvi en la manera de fer periodisme i com es va veure afectat el concepte de veracitat de la informació. Ara calia delimitar la zona geogràfica, el període i l'objecte d'estudi per tal de començar la meva investigació.

D'aquesta nova idea en va sorgir una nova pregunta inicial a través de la qual podia posar de manifest el meu objecte d'estudi i estructurar una investigació en ciències socials. La pregunta poposada és la següent:

Quines són les falsificacions periodístiques del segle XX que van suposar un canvi en el concepte de veracitat de la informació?

D'aquesta pregunta inicial en va sortir la hipòtesi principal:

Les falsificacions periodístiques han contribuït a definir el concepte de veracitat de la informació.

I d'aquesta hipòtesi principal en sorgeixen altres de secundàries:

La veracitat en la informació determina la precisió de la notícia.

El concepte de veracitat ha canviat al llarg del segle XX.

Un altre dels punts dins el procés d'investigació que proposa Quivy i Van Campenhoudt són les entrevistes exploratòries. De moment s'en proposen dues, una a Salvador Alsius, expert en ètica periodística, i l'altra al degà del Col·legi de Periodistes de Catalunya. Les entrevistes hauran de servir per recollir la manera com s'abordaria el descobriment d'un cas de falsificació a casa nostra, quins mecanismes deontològics es desencadenarien si es descobrís que un periodista s'ha inventant informació deliveradament, si hi ha hagut algun precedent a casa nostra, etc.

Pel que fa a la problemàtica, explicaré breument quines són les referències teòriques bàsiques de la recerca: la pregunta que ha d'estructurar finalment el treball, els conceptes fonamentals i les idees generals que han de presidir l'anàlisi.

La pregunta inicial

La pregunta que estructurarà el treball és la plantejada anteriorment i de la qual se'n deriva la hipòtesi principal: "Quines són les falsificacions periodístiques del segle XX que han suposat un canvi en el concepte de veracitat de la informació?". Partint d'aquesta pregunta podem determinar quins són els conceptes fonamental que s'han d'analitzar i situar dins un marc teòric: els conceptes de "falsificació" i de "veracitat". Conceptes que caldrà emmarcar-los, d'entrada, dins l'àmbit d'estudi del periodisme i la seva ètica i, després, caldrà determinar les seves variables i dimensions.

Però, primer de tot, cal veure quins són els diversos enfocaments possibles al problema de les falsificacions periodístiques. En aquest sentit, podem plantejar l'estudi de les falsificacions des de diversos punts de vista: des del punt de vista de la semiòtica, des del punt de vista psicològic, des del punt de vista ètic, des del punt de vista periodístic, etc.

Una primera aproximació la podríem fer des de la semiòtica narrativa d'en Greimas. Si bé aquest és un instrument d'anàlisi molt poderós en el camp de la comunicació social i el discurs periodístic no li donaré un valor absolut i definitiu, em podrà servir per un primer reconeixement descriptiu del que passa a nivell semàntic en els articles falsos estudiats. Per tant, l'aplicació del model greimesià no serà literal, sinó més aviat exploratori.

En aquest sentit, seria interessant fer una reflexió des de l'anàlisi del discurs i la semiòtica sobre el concepte de veracitat. Per això s'haurien d'escollir alguns trets dels articles falsejats per analitzar-los mitjançant el quadre semiòtic de

Greimas. També és interessant l'aportació de Courtès³³ sobre el model de veracitat que proposa. Aquest autor, col·laborador de Greimas, combina quatre categories essencials en el discurs narratiu: veritat/fals, secret/mentira. Aquest punt, però, caldrà determinar-lo un cop s'hagin decidit quines són les falsificacions periodístiques més representatives per veure quin model narratiu és millor.

Un dels aspectes que es podrien tenir en compte alhora d'escollir els articles falsejats podria ser si després de descobrir-se l'engany es van convocar comissions internes d'investigació o es van produir reaccions dins els mitjans que van donar lloc a recomanacions per evitar nous casos. En qualsevol cas, es proposa per determinar quines són les falsificacions més importants del segle XX els aspectes següents que es recolliran a través d'una base de dades, de la qual en parlaré més endavant. Aquests aspectes són provisionals i pendent de modificació segons es desenvolupi la investigació:

- pel número d'articles falsos publicats;
- per la durada de les falsificacions;
- pel tipus de conseqüències: deontològiques, ètiques, judicials, socials;
- pel mitjà on es produeix la falsificació (diari regional, comarcal, estatal ...);
- per l'audiència del mitjà;
- per la temàtica de la notícia falsejada (social, política, cultural ...)
- pel tipus de motivació (econòmica, laboral, psicològica ...)

Un altre dels aspectes que potser també s'haurien de tenir en compte són les condicions laborals dels periodistes i com aquestes han anat canviant al llarg dels temps. Per Goodwin³⁴, la lluita dels mitjans de comunicació per ser els primers ha propiciat que el periodista manipuli i controli el context d'una informació amb la finalitat de crear situacions perquè sigui notícia. Així doncs, es recorren a pràctiques com l'usurpació de notícies i dades, gravacions sense consentiment, la recreació de fets i fotografies, l'ús de càmeres ocultes, pagaments a canvi de notícies, enganys i difamació.

Un dels factors que podria dur un periodista a falsificar una notícia podria tenir a veure amb la pressió dels mitjans cap als seus treballadors. La recerca de notícies impactants i/o exclusives per diferenciar-se de la competència podria induir als periodistes a crear històries inventades. També, l'actual competència entre periodistes podria ser un dels desencadenants per a les falsificacions de notícies.

³³ Courtès, Joseph (1980): *Introducción a la semiótica narrativa y discursiva: metodología y aplicación*. Hachette. Buenos Aires.

³⁴ Goodwin, *op.cit.*

En qualsevol cas, a aquest tipus de pràctiques que trenquen amb les exigències bàsiques i ètiques del periodisme com són la veracitat, el rigor, la precisió, la credibilitat, l'exactitud, etc. són el que hem anomenat “mètodes dubtosos”. Aquests mètodes correspondrien a qualsevol forma utilitzada per un periodista per aconseguir informació però que sobrepassa l'ètica.

Una altra dels temes que es podrien plantejar tenen a veure amb les conseqüències d'aquestes falsificacions. El concepte de veracitat de la informació que recullen la majoria de codis deontològics de tot el món es veuria condicionat per les comissions creades en els mitjans després de descobrir-se l'engany. De tota manera, aquest punt caldrà confirmar-lo amb els resultats de la base de dades.

En resum, la problemàtica a través de la qual s'estructurarà aquest treball té a veure amb aquesta modificació del concepte de veracitat a través de les mesures adoptades pels mitjans, ja sigui amb la creació de comissions, amb la publicació d'editorials i/o amb la publicació d'informes. A través d'aquesta documentació i dels conceptes que se'n desprenen podrem establir una causa-efecte sobre el concepte de veracitat.

Però, abans de res, cal definir les nocions de “falsificació periodística” i “veracitat de la informació” per tal d'evitar confusions que poguessin fer que es tinguessin en compte articles que s'haurien de descartar. Gràcies a la definició d'aquests conceptes podrem saber quins articles inventats s'hauran de prendre en consideració.

La denominació “falsificació periodística” prové de la traducció de l'anglès *journalistic fakes*. Tot i que en anglès també podem trobar la denominació *hoax* per referir-se a les notícies enganyoses. Segons el Diccionari de la llengua catalana, “falsificació” vol dir alterar (una cosa) per tal d'enganyar o fer una cosa que tingui l'aparença d'una altra. Per tant, la denominació “falsificació periodística” no sigui del tot exacta per a la versió en català. Potser seria més adient “fabricació periodística”, ja que “fabricar”, segons el diccionari, significaria concebre, idear (especialment mentides, enganys, etc.). Així doncs, la denominació “fabricació periodística” seria potser la més precisa, tot i que la denominació “falsificació periodística” seria la traducció de la denominació en anglès i, per tant, la més comuna. En qualsevol cas, ambdues denominacions les utilitzaré indistintament.

Diversos autors han tractat el tema de les falsificacions periodístiques. Goodwin apunta que “una peça de periodisme fabricada és encara més danosa quan més ben escrita estigui, perquè els lectors la creuen més fàcilment”. També Bettetini i Fumagalli³⁵ parlen d'aquest tema dient que la informació falsa és “la

³⁵ Bettetini, G. i Fumagalli, A. (2001): *Lo que queda de los medios. Ideas para una ética de la comunicación*. Eunsa. Madrid.

negació mateixa de la informació. No és com un aliment caducat o un cotxe que funciona malament. És molt pitjor: és l'antítesi perfecta del que hauria de ser".

Pel que fa a al concepte de "veracitat de la informació", aquesta denominació es pot definir des de diverses disciplines. Per exemple des de la filosofia, des del dret, des de l'ètica, des de la deontologia, etc. Tot i que no m'estendré gaire en aquest punt, assenyalaré algunes de les definicions que proposen alguns autors.

Per Bettetini i Fumagali la informació és "un bé primari, però només ho és si és veritat i, d'alguna manera, essencial, mentre que tracti temes rellevants aquells sobre els quals és necessari decidir". També Pippert considera la veritat un aspecte fonamental en la professió periodística. Pel professor de la Universitat de Missouri, "la feina del periodista és buscar i publicar la veritat: ni més ni menys".

Tots aquests conceptes són molt difícils d'establir i, per això, la societat s'ha servit de la jurisprudència per definir aquests termes i poder establir uns límits o unes normes comunes a tots els qui en formem part. L'article 20.1.d CE reconeix i protegeix el dret a comunicar o rebre informació veraç per qualsevol mitjà de difusió. De fet, la veracitat és un element decisiu per saber si la informació cau dins de la protecció constitucional.

Però la "veritat" en termes absoluts, aristotèlics o com a categoria metafísica no existeix. La veracitat en la informació s'ha d'entendre com l'adequació acceptable entre el ha passat i el que s'ha transmès. La informació necessita que hi hagi una correlació entre els fets ocorreguts i el missatge, descartant la presentació enganyosa, maliciosa, etc.

També considero interessant veure com es representa la realitat a través dels articles inventats per tal de poder classificar-los i veure com les conseqüències de la seva publicació són interpretades pels diferents comitès de redacció, col·legis o associacions professionals i pels estudiosos del periodisme. Això es podria analitzar identificant els adjectius que apareixen en els documents publicats arran de les falsificacions periodístiques analitzades. D'aquesta manera podríem veure quins són els adjectius més utilitzats com a formadors del concepte de veracitat en una època o en una altra.

Si haguéssim de representar la veritat en una piràmide, a la cúspide hi hauria el concepte de veritat com a principi cardinal del periodisme (de l'anglès: *cardinal tenet of journalism*). I per sota, la resta de principis que configuren aquest principi cardinal. Uns principis, que segons l'època i les falsificacions, estarien més amunt o més avall de la piràmide proposada. En qualsevol cas, tot això fa falta demostrar-ho i posar-ho a la pràctica. Però aquest seria el sistema que proposo per avaluar els canvis en el concepte de veracitat de la informació al llarg de la història del segle XX.

Així doncs s'haurien de tenir en compte conceptes com:

- l'objectivitat
- la veracitat
- la imparcialitat
- l'exactitud
- la responsabilitat cap la públic i la societat
- la igualtat
- la integritat
- el dret a rectificar
- la no injerència a la vida privada
- la defensa del secret professional
- la defensa de la pau

L'objecte d'estudi

El període de temps proposat per l'estudi és el segle XX. Reportatges i/o articles inventats publicats en revistes i diaris dels Estats Units d'Amèrica i Espanya. El motiu del per què d'aquests països és per la seva proximitat cultural i la seva tradició periodística. També per la facilitat d'accés a les obres estudiades a través d'Internet i les hemeroteques. Per a l'anàlisi també s'utilitzaran els informes i/o articles publicats pels col·legis o associacions professionals, pels consells de redacció, pels propis mitjans i/o pels estudiosos de l'ètica periodística.

Es descarten aquells articles o reportatges en els quals el periodista ha estat enganyat per alguna font o ha publicat alguna informació que ha resultat ser falsa però que no hi ha hagut voluntat expressa per mentir. Això vol dir que seran els articles i/o reportatges publicats que hagin estat inventats deliberadament pel periodista de forma total o parcial dins el període esmentat. Potser també caldrà analitzar quin grau de veracitat té la notícia, però això caldrà valorar-ho amb el director de la tesi doctoral.

Alguns dels ítems que podria utilitzar per definir si una notícia és veraç o no podrien ser els següents:

- no és actual
- no té interès
- no està documentada

- no respecta el pluralisme
- no ha estat contrastada
- és inventada

També es proposa la creació d'una base de dades per indexar els articles publicats i classificar les falsificacions i també els informes de les comissions, articles i editorials publicats com a conseqüència de les falsificacions periodístiques. La base de dades ens servirà per conèixer la temàtica dels articles, la repercussió social i les conseqüències deontològiques d'aquestes falsificacions.

Per això es proposen els camps següents:

Nom del periodista.

Cognoms del periodista.

Periodista en actiu? Sí / No

Nacionalitat del periodista

Títol de l'article inventat

Paraules Clau de l'article inventat

Idioma de l'article

Data publicació de l'article

Nom de la revista on s'ha publicat l'article o reportatge.

País de publicació de la revista o diari.

Tipus de document:

Temàtica de l'article.

Tipus de mitjà (revista, diari, blog, etc)

Disposem de l'article en PDF?

Enllaç web.

Conseqüències legals (judicials)

Conseqüències deontològiques (associacions de periodistes / consells de redacció)

Codi/s deontològic/s vulnerat/s:

El concepte de veracitat és un terme que genera consens entre els estudiosos de l'ètica periodística, entre els mateixos periodistes i entre l'audiència perquè hi ha una càrrega simbòlica molt important. Càrrega que ve determinada pel grau de confiança dels lectors amb el mitjà de comunicació. En aquest sentit, la veracitat està molt vinculada amb la praxis periodística. El discurs sobre la veracitat es formula des de l'ètica i es posiciona com una valor absolut. No hi ha periodisme sense veritat. Encara que aquesta sigui metafísicament impossible d'aconseguir. Però com assenyalen la majoria d'autors d'aquest treball, el periodista ha d'anar a buscar la veritat perquè és el que fonamenta la professió periodística.

En canvi, la confiança de la societat amb el mitjà es trenca quan apareixen notícies que han estat inventades o fabricades. En aquests moments, tant a nivell jurídic com deontològic es trenca aquesta confiança i el periodisme se'n ressenteix.

Al llarg de la història la forma de conceptualització de la "veracitat de la informació" és el que ha canviat. Si bé podem trobar com alguns autors parlen de veracitat com a "credibilitat", la Comissió Siegal per a la salvaguarda de la integritat en el periodisme constituïda després de descobrir-se les falsificacions del periodista Jayson Blair, va utilitzar el terme *accuracy*, és a dir, "precisió", per definir el concepte de veracitat. Són aquest canvis de denominació d'un mateix concepte el que acaba donant sentit al concepte metafísic de veritat i sobre el qual realitzaré la meua tesi doctoral.

4. ESTRUCTURA I CONTINGUTS DE LA INVESTIGACIÓ.

A continuació es proposen l'estructura i continguts següents:

1. El concepte de veracitat de la informació.

Definició del concepte de veracitat des del punt de vista de l'ètica i la deontologia.

2. Marc jurídic aplicable al concepte de veracitat.

La veracitat com a element estructural del dret a la informació.

3. La veracitat de la informació en la seva perspectiva històrica.

Anàlisi del concepte de veracitat de la informació al llarg de la història.

4. Les "fake news" o fabricacions periodístiques.

Definició del concepte de falsificació periodística des del punt de vista de l'ètica i la deontologia.

5. Les fabricacions periodístiques del segle XX. Els casos d'Espanya i els Estats Units d'Amèrica.

Definició dels casos a analitzar. Determinar els articles falsificats que es prendran com a objecte d'estudi segons la seva importància. Creació de la base de dades.

6. El principals casos de fabricacions periodístiques.

Estudi dels casos més importants. Causes i consqüències.

7. Canvis jurídics en el concepte de veracitat.

Les consqüències jurídiques ocasionades per les falsificacions.

8. Canvis deontològics en el concepte de veracitat.

Les conseqüències deontològiques ocasionades per les falsificacions.

9. Conclusions.

10. Bibliografia.

11. Annexos.

5. BIBLIOGRAFIA, DOCUMENTACIÓ I MATERIALS NECESSARIS PER ALS OBJECTIUS DE RECERCA

Bibliografia utilitzada per al TFM

Alsius, Salvador (1999): *Codis ètics del periodisme televisiu*. Ed. Pòrtic. Barcelona.

Bettetini, G. i Fumagalli, A. (2001): *Lo que queda de los medios. Ideas para una ética de la comunicación*. Eunsa. Madrid

Blair, Jayson (2006): *Burning Down My Masters' House: A Personal Descent Into Madness That Shook the New York Times*. Phoenix Books.

Bok, Sissela (1999): *Lying. Moral Choice in Public and Private Life*. Vintage Books, Nova York.

Bonhoeffer, Dietrich (1955): *Ethics*. Macmillan Co. Nova York, pp 369.

Brajnovic, Luka (1978): *Deontología periodística*. Ediciones Universidad de Navarra. Pamplona.

Burns, Eric (2009): *All The News Unfit To Print: How Things Were ... And How They Were Reported*. John Wiley & Sons, Inc. Hoboken, Nova Jersey.

Carrillo, Marc(1988): "Derecho a la información y veracidad de la información". Publicat a *Revista Española de Derecho Constitucional*. Any 8. Núm. 23. Maig-Agost 1988.

- Cook, Andrew (2009): *Jack The Ripper*. Amberley. Stroud, Gloucestershire.
- Cooper, Thomas (1989): "Methodological Challenges: Comparison of Codes and Challenges". Publicat a *Communication Ethics and Global Change*. Longman Inc, Nova York.
- Courtes, Joseph (1980): *Introducción a la semiótica narrativa y discursiva: metodología y aplicación*. Hachette. Buenos Aires.
- Cremades García, Javier (1994): "La exigencia de veracidad como límite a las libertades informativas". Publica a *Estudios sobre derecho de la información*. UNED. Madrid.
- Diezhandino, M. Pilar (2009): *Periodismo digital en tiempos de crisis*. Editorial Ariel. Barcelona
- Goldstein, Tom (1985): *The News At Any Cost. How Journalists Compromise Their Ethics to Shape The News*. Simon and Schuster. Nova York.
- Goodwin, H. Eugene (1987): *A la búsqueda de una ética en el periodismo*. Gernika. México.
- Gor, Francisco (2010): "El concepto de información veraz". Publica a *El País* el 07/12/2010. Madrid.
- Kovech, Bill; Rosenstiel, Tom (2007): *The Elements Of Journalism*. Three Rivers Press. Nova York (EUA).
- Lambeth, Edmund (1991): *Committed Journalism: an Ethic for the Profession*. Indiana State University Press (2ª edició). Bloomington.
- Love, Robert (2007): "Before Jon Stewart. The Truth About Fake News. Believe It". Publicat a *Columbia Journalist Review*, març / abril 2007.
- Mainar, Rafael (1906): *El Arte del periodista*. Sucesores de Manuel Soler. Barcelona.
- Merrill, John C. (1975): "Ethics and Journalism". Publicat a *Ethics and The Press. Readings in Mass Media Morality*. Hasting House. Nova York.
- Mookin, Seth (2005): *Hard News: Twenty-one Brutal Months at The New York Times and How They Changed the American Media*. Random House Trade Paperbacks.
- Munson, Naomi (1981): *The Case of Janet Cooke*. Commentary, 72:2 (1981:Agost), pp 46.

Navarro Merchante, Vicente (1998): "La veracidad como límite interno del derecho a la información". Publicat a *Revista Latina de Comunicación Social*, número 8, agost 1998. La Laguna (Tenerife).

Nixon, B (1961): *Análisis sobre el periodismo: la opinión pública y el periodismo*. Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para America Latina. Quito.

Ortega, F i Humanes, M (2000): *Algo más que periodistas*. Sociología de una profesión. Ariel. Barcelona

Otto Pardo de, Ignacio (1988): *Derechos fundamentales y Constitución*. Civitas, Madrid.

Pippert, Wesley (1989): *An Ethics of News. A Reporter's Search for Truth*. Georgetown University Press. Washington.

Gerald Priestland (1979): *The Dilemmas of Journalism*. Lutterworth. Londres.

Quivy, Raymond i Van Campenhoudt, Luc (2001): *Manual de recerca en Ciències Socials*. Herder. Barcelona.

Suárez Vullegas, Juan Carlos

2001: *Principios de ética profesional. A propósito de la actividad informativa*. Madrid, Tecnos.

2009: "La crisis de identidad del periodista y la ética profesional". Publicat a *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*. Núm 15, pp 119-134.

Txetxu Ausín (2006): *Los derechos positivos: la demandas justas de acciones y prestaciones*. Plaza y Valdés Editores, Madrid.

Vázquez, Francisco (1986): "La veracidad informativa y su problemática". Publicat a *Revista de Ciencias de la Información*, núm 3, Editorial Universidad Complutense. Madrid

Bibliografía proposada per a la tesi doctoral

ABRAMSON, Jeffrey B. (1990): *Four Criticisms of Press Ethics. En: Democracy and the Mass Media*, edited by Judith Lichtenberg, pp. 229-268. Cambridge University Press, Nova York.

ADAMS, Julian (1983): *Freedom and ethics in the press*. Richards Rosen Press. Nova York.

AGGARWAL, S. K. (1993): *Media and Ethics*. Shipra Publications, Delhi.

AGOSTINI, Angelo (1992): *Uno statuto per l'informazione. I codici deontologici e le carte dei diritti per i giornalisti. Un confronto internazionale*, a cura di Angelo Agostini. Publiprint, Trento.

AGUIRRE, Marisa (1988): *El deber de formación en el informador*. Ediciones Universidad de Navarra. Pamplona.

ALANEN, A. (1979): *Journalistien Eettiset Säännöt_Kansainvalinen Oikeus* (Journalism ethics codes_International values). Unpublished master's thesis, Department of Journalism and Mass Communication, University of Tampere, Finland.

ALIA, Valerie; BRENNAN, Brian; HOFFMASTER, Barry (1996): *Deadlines and Diversity. Journalism Ethics in a Changing World*, edited by Valerie Alia, Brian Brennan and Barry Hoffmaster. Fernwood Publishing, Halifax, Nova Scotia, Canada.

ALIX, François-Xavier (1997): *Une éthique pour l'Information. De Gutenberg à Internet*. Editions L'Harmattan, Paris.

ALLEN, Lori, and VOSS, Dan (1997): *Ethics in Technical Communication. Shades of Gray*. John Wiley & Sons. Nova York.

ALSIUS, Salvador (1998): *Ètica i periodisme*. Pòrtic, Barcelona.

ALTAREJOS, Francisco; IBÁÑEZ-MARTÍN, José A.; JORDÁN, José Antonio; JOVER, Gonzalo (1998): *Ètica docente. Elementos para una deontología profesional*. Ariel, Barcelona.

ALTSCHULL, J. H. (1990): *From Milton to McLuhan: The ideas behind American Journalism*. Longman. Nova York.

AMES, H. E. (1983): *Groping for Ethics in Journalism*. Iowa State University Press. Iowa,

ANASAGASTI, Pedro (1968): *Verdad en el periodismo* (Tesis de periodismo del Instituto de Periodismo en la Universidad de Navarra), Bilbao.

ANASAGASTI, Pedro (1969): *La verdad, objetivo primario del periodista* (Esbozo de una ética periodística), Gráficas Ellacuria, Bilbao.

ANDERSON, David A. and Peter Benjamin (1976), "The Ethics of Investigative Reporting" in *Investigative Reporting*. IU Press. Bloomington.

APEL, Karl-Otto (1998): *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Ediciones Paidós. I.C.E. de la Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.

ARANGUREN, José Luis L. (1972): "Problemas éticos y morales en la comunicación humana". Publicat a *Revista de Occidente*, gener 1972, núm. 106.

ARISTOTELES (1985): *Ética Nicomáquea. Ética eudemia*. Introducción por Emilio Lledó Íñigo. Traducción y notas por Julio Pallí Bonet, Editorial Gredos, Madrid.

ASTUDILLO, Rubén (1992): "De códigos, necesidades y tentaciones". Publicat a *Chasqui. Revista lationamericana de Comunicación*, núm 41, Abril 1992, p. 25.

AUBIN, Henry et alt. (1991): *Questions d'éthique: Jusqu'ou peuvent aller les journalistes?*, Montréal, Québec/Amerique.

AZNAR, Hugo (1999): *Ética y periodismo. Autorregulación, códigos, estatutos de redacción y otros documentos*. Paidós, Barcelona.

AZNAR, Hugo (2000): *Deontología y autorregulación informativa*. Ensayos desde una perspectiva comparada. Fundación Manuel Buendía. UNESCO. Universidad Iberoamericana, México.

BAILEY, Charles (1984): *Conflict of Interest: A Matter of Journalistic Ethics*. Minnesota Journalism Center. Minneapolis.

BAIRD, Robert M.; LOGES, William, E.; ROSENBAUM, Stuart E. (1999): *The Media & Morality*. Edited by Robert M. Baird, William E. Loges, Stuart E. Rosenbaum. Prometheus Books, Amherst. Nova York.

BARROSO ASENJO, P.

1980: *Códigos éticos de la profesión periodística: análisis comparativo*, Editorial Universidad Complutense de Madrid.

1984: *Códigos deontológicos de los medios de comunicación*, Ediciones Paulinas, Madrid y Verbo Divino, Estella (Navarra).

1984: *Límites constitucionales al derecho de la información*. Mitre. Barcelona, 139 pp.

1985: *Fundamentos deontológicos de las ciencias de la información*. Mitre. Barcelona, 319 pp.

1988: *Principios fundamentales de deontología periodística* (dos volúmenes), Editorial de la Universidad Complutense de Madrid, 1124 pp.

1991: "Códigos deontológicos de la Comunicación". Publicat a *Diccionario de ciencias y técnicas de la Comunicación*. Ediciones Paulinas, Madrid, pp.194-218.

1991: "Deontología del emisor". Publicat a *Diccionario de ciencias y técnicas de la Comunicación*. Ediciones Paulinas, Madrid, pp. 316-338.

1992: "Deberes del periodista" Publicat a *Estudios en honor de Luka Brajnovic*, Ediciones Universidad de Navarra, S. A. (EUNSA), Pamplona, pp. 75-107.

1993: "Códigos deontológicos de la Informática: Análisis comparativo". Publicat a *Cuadernos de Realidades Sociales*, núm. 41/42, gener 1993, pp. 69-119.

BECKER, L. B.; FRUIT, J. W., & CAUDILL, S. L. (1987): *The training and hiring of journalists*, Norwood, NJ, Ablex.

BECKER, Robert (1982): "Invasion of privacy: when the truth can hurt". Publicat a *Quill*, gener, pp. 12-14.

BELSEY, Andrew and CHADWICK, Ruth (1992): *Ethical Issues in Journalism and Media*, Routledge, Londres.

BENHABIB, Seyla and DALLMAYR, Fred (1990): *The Communicative Ethics Controversy*. MIT Press. Cambridge, Massachusetts.

BENTHAM, Jeremy (1834): *Deontology; or, The Science of Morality*. From de MSS. of Jeremy Bentham. Arranged and Edited by John Bowring in two Volumes. Vol. I, London & Edinburgh, VIII-331 pp.

BERNIER, Marc-François (1994): *Éthique et déontologie du journalisme*. Sainte-Foi, Les Presses de l'Université Laval.

BERTRAND, Claude-Jean (1997): "La déontologie des médias". Publicat a *Que sais-je?*, núm 3255. Presses Universitaires de France, 128 pp.

BILBENY, Norbert (1997): *La revolución en la ética. Hábitos y creencias en la sociedad digital*, Anagrama, Barcelona.

BIRKHEAD, D. (1989): "An ethics of vision for journalism". Publicat a *Critical Studies in Mass Communication*, 6:3, pp. 283-294.

BLACK, Jay; STEELE, Bob; and BARNEY, Ralph (1993): *Doing Ethics in Journalism: A Handbook with Case Studies*, The Sigma Delta Chi Foundation and The Society of Professional Journalists, Greencastle.

BLÁZQUEZ FERNÁNDEZ, Niceto

1986: "Algunas cuestiones de ética de la información". Publicat a *Revista de Ciencias de la Información*, núm 3, pp 79-112.

1986: "Cuestiones deontológicas del periodismo". Publicat a *Cuadernos de Filosofía*, núm 10, Instituto de Filosofía, Madrid, pp 77.

1990: *Información responsable*, vol. I, Editorial Noticias, Madrid.

1992: *Información responsable*, vol. II, Editorial Noticias, Madrid.

1994: *Ética y medios de comunicación*. Biblioteca de Autores Cristianos, Madrid, vol. XXIV, pp 746.

1998: *La ética en los medios*. Instituto Internacional de Teología a Distancia, Madrid, pp 167.

2000: *El desafío ético de la información*. San Esteban-Edibesa, Salamanca-Madrid, pp 354.

BOEYINK, D. (1992): Casuistry: "A Case-Based Method for Journalists". Publicat a *Journal of Mass Media Ethics*, 7:2, pp. 107-120.

BOK, Sissela

1978: *Lying: Moral choice in public and private life*. Random House, Nova York.

1982: *Secrets: On thye Ethics of Concealment and Revelation*. Oxford University Press, Oxford.

BONETE PERALES, Enrique (1995): *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Tecnos, Madrid, pp 343.

BOVENTER, Hermann

1985: *Ethik des Journalismus: Zur Philosophie der Medienkultur*. Konstanz, Universitätsverlag.

1988: *Medien und Moral: Ungeschriebene Regeln des Journalismus*. Konstanz, Universitätsverlag.

BOWIE, Norman E. (1985): *Making Ethical Decisions*. McGraw-Hill. Nova York.

BRAJNOVIC, Luka

1969: "Deontología periodística". Publicat a *Ensayos en torno de la ética profesional del periodista*, Ediciones Universidad de Navarra. Pamplona, pp 234.

1978: *Deontología periodística*. Universidad de Navarra. Pamplona, pp 358.

BRAMAN, Sandra

1988: "Public expectations of media versus standards in codes of ethics". Publicat a *Journalism Quarterly*, 65:1, pp. 71-77.

1988: "Public Expectations of Media Versus Standards in Codes of Ethics". Publicat a *Journalism Quarterly*, primavera, pp. 71-77 y 240.

BREECHER, Maury (2000): *What do Newspaper Codes of Ethics say, how do they say it, and what happens if minimal standards are not met?* A Dissertation Submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in the College of Communication in the Graduate School of The University of Alabama. Tuscaloosa, Alabama, 1996. Ann Arbor, Michigan, UMI Dissertation Services, XII-156 pp.

BRODY, Baruch (1983): *Ethics and its Methods of Analysis*. Harcourt Brace Jovanovich. Nova York

BRUUN, Lars (1979): *Professional Codes in Journalism*, International Organization of Journalists, Praga, Txecoslovàquia, 127 pp.

BUGEJA, Michael J. (1996): *Living Ethics. Developing Values in Mass Communication*. Allyn and Bacon, Londres, pp 344.

BUKRO, C. (1985): "The SPJ code's double-edged sword: Accountability, credibility". Publicat a *Journal of Mass Media Ethics*, 1:1, pp. 10-13.

CALLAHAN, Daniel, and BOK, Sissela (1980): *Ethics Teaching in Higher Education*. The Hastings Center Series in Ethics. Plenum Press, 1980, XVI-315 pp. Nova York.

CARRERAS SERRA, Lluís de (1996): *Régimen Jurídico de la Información. Periodistas y medios de comunicación*. Editorial Ariel, Barcelona.

CASEBIER, Allan and CASEBIER, Janet Jenks (1978): *Social Responsibilities of the Mass Media*. University Press of America, Washington, XIV, pp 260.

CASTELLI, Eugenio (1968): *Temas de ética periodística*, Colmegna, Buenos Aires, pp 89.

CASTILLO MESEGUER, C. (1969): *Ética periodística*. Tesina. Escuela Oficial de Periodismo, Madrid.

CENTRE DE FORMATION ET DE PERFECTIONNEMENT DES JOURNALISTES (CFPJ), *Les droits et les devoirs des journalistes*. Textes officiels, Editions du Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes, Paris, 1992, 144 pp.

CHADWICK, Paul (1994): "Creating Codes: Journalism Self-regulation". Publicat a SCHULTZ, Julianne (ed.): *No just another business. Journalists, Citizens and the Media*. Pluto Press - National Centre for Australian Studies. Monash University, Leichhardt, NSW (Australia), pp. 167-183.

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación, n. 18, abril-junio de 1986 (CIESPAL, Quito, Ecuador). (Número monográfico sobre *Ética de la Comunicación*), 100 pp.

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación, n. 41, abril 1992 (CIESPAL, Quito, Ecuador). Número monográfico sobre "Ética: encubrimiento o transparencia", 100 pp.

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación, n. 61, marzo 1998 (CIESPAL, Quito, Ecuador). Número monográfico sobre "Ética, medios, periodistas. Los medios en el medio".

CHEREUL, Pierre-Yves (1989): *Le code de l'information*. Chronique Sociale. Lyon, 228 pp.

CHIARENZA, Franco; CORASANITI, Giuseppe; MANCINI, Paolo (1992): *Il giornalismo e le sue regole. Un'Ética da trovare*, ETASlibri, Milano.

CHICHIOCO, T. (1989): "Ethics and the media: Is there a double standard?". Publicat a Editor & Publisher, 122:4, pp 11.

CHRISTIANS, Clifford G., and COVERT, Catherine L. (1980): *Teaching Ethics in Journalism Education*. The Teaching of Ethics III. Hastings-on-Hudson, N.Y., The Hastings Center.

CHRISTIANS, C. G.; FACKLER, M., and ROTZOLL, K. B. (1995): *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning*. Longman. Nova York.

CHRISTIANS, Clifford G.; FERRE, John P., and FACKLER, P. Mark (1993): *Good News. Social Ethics and the Press*. Oxford University Press, Oxford.

CHRISTIANS, C. G.; ROTZOLL, K. B., & FACKLER, M. (1983): *Media ethics: Cases and moral reasoning*, Longman, Nova York.

CHRISTIANS, Clifford G., and TRABER, Michael (1997): *Communication Ethics and universal values*. SAGE Publications, Thousand Oaks, Londres.

CLURMAN, Richad M. (1990): *Beyond malice: the media's years of reckoning*. New American Library, Nova York.

COHEN, Elliot D. (1992): *Philosophical issues in journalism*. Oxford University Press, Nova York.

COHEN, Elliot D., i ELLIOTT, Deni (1997): *Journalism Ethics. A Reference Handbook*. ABC-CLIO, Santa Bárbara, California.

COLOMBO, Furio (1994): "I giornalisti e l'etica". Publicat a *Etica e Giornalismo*. Atti del Convegno, Roma 8-9 novembre 1994. Roma, Presidenza del Consiglio dei Ministri. Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria.

COMMISSION ON FREEDOM OF THE PRESS (1947): *A Free and Responsible Press*. The University of Chicago Press, Chicago.

CONSIGLIO NAZIONALE ORDINE DEI GIORNALISTI, Per una carta dei doveri del giornalista, FrancoAngeli, Milano, 1992, 256 pp.

COOPER, T. W.; CHRISTIANS, C. G.; PLUDE, F. F., & WHITE, R.A. (1989): *Communication ethics and global change*. Longman, Nova York.

CORNU, Daniel (1994): *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information* Labor et Fides, Genève (Suiza).

CORTINA, Adela

1994: *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*. Editorial Trotta, Madrid.

1995: *Ética sin moral*. Tecnos, Madrid.

1997: *Ética aplicada y democracia radical*. Tecnos. Madrid.

2000: *Ética mínima. Introducción a la filosofía práctica*. Tecnos, Madrid.

COSSIO, Manuel de (1993): *Derecho al honor. Técnicas de protección y límites*, Tirant lo Blanch, Valencia.

COVERT, Catherine L., and CHRISTIANS, Clifford (1980): *Teaching Ethics in Journalism Education*. New York, Hastings Center Monograph.

COX, Harvey (1976): "Ethics and Journalism", Nieman Reports, Spring.

CRAWFORD, Nelson Antrim (1924): *The Ethics of Journalism*, Greenwood Press, New York.

CREECH, Kenneth C. (1996): *Electronic media law and regulation*. Boston, Focal Press.

CREMADES, Javier, Los límites de la libertad de expresión en el ordenamiento jurídico español. Editorial La Ley-Actualidad, Madrid, 1995, I-XXXIII y 1-379 pp.

CROCE, María Ángela (1980): "Efectos de los medios de comunicación social". Publicat a *Enciclopedia temática de Psicología*. Bajo la dirección de Leonardo Ancona. Tomo II, Editorial Herder, Barcelona.

CRUZ, Jo-Ann Baena (1990): How has awareness os press ethics influenced the way today's journalists conduct their work? A Thesis presented to the Faculty of California State University, Fullerton, in partial fulfillment of the requirements for the Degree Master of Arts in Journalism, 1990. U.M.I. Ann Arbor, MI.

CURTIS, Anthony R. (1999): *The World Wide Web as a Medium of Mass Communitacion: An Investigacion of Multimedia Publication and Broadcasting on Global Computer Information Networks with Origination of an Online Newsmothly Procuntion*. The Union Institute Graduate College, School of Interdisciplinary Arts and Sciences. UMI Dissertation Services. A Bell & Howell Company. Ann Arbor, Michigan.

DANIEL, Stephen H. (1992): "Some Conflicting Assumptions of Journalistic Ethics". Publicat a *Philosophical Issues in Journalism*, edited by Elliot D. Cohen, pp. 50-58. Nova York, Oxford University Press.

DAY, Louis A. (1991): *Ethics in Media Communication: Cases and Controversies*. Wadsworth Publishing Company, Belmont, California.

DE GREGORIO, Domenico (1966): *Metodología del periododismo*. Ediciones Rialp, Madrid.

DEFOSSE, M (1974): *Deontologie de la Presse*, Université Libre de Bruxelles, Bèlgica.

DEMARTEAU, Joseph y DUWAERTS, Leon (1951): *Droits et Devoirs du Journaliste*, Maison de la Presse, Brusel·les.

DENNIS, E. E. (1990): "In allegiance to the truth". Publicat a *VITAL SPEECHES*, 56:16.

DERIEUX, Emmanuel (1983): *Cuestiones ético-jurídicas de la información*. EUNSA, Pamplona.

DESANTES GUANTER, José María

1973: *El autocontrol de la actividad informativa*. Edicusa (Editorial Cuadernos para el Diálogo, S. A.), Madrid.

1974: *La información como derecho*. Editora National, Madrid.

1976: *La verdad en la información*. Servicio de Publicaciones de la Diputación Provincial de Valladolid, Valladolid.

1976: *La función de informar*. Ediciones Universidad de Navarra. Pamplona.

1994: *La información como deber*. Editorial Ábaco de Rodolfo Depalma, Buenos Aires.

1998: *Ética y Derecho, promotores de la técnica informativa*. Universidad de Piura, Piura, Perú.

DESANTES GUANTER, José M.a y SORIA SAIZ, Carlos (1991): *Los límites de la información. La información en la jurisprudencia del Tribunal Constitucional: las 100 primeras sentencias*. Asociación de la Prensa de Madrid, Madrid.

DHERSE, Jean-Loup; MINGUET, Hugues (1998): *L'Éthique ou le Chaos?* Presses de la Renaissance, París.

DICKEN-GARCIA, Hazel (1989): *Journalistic Standards in Nineteenth-Century America*, The University of Wisconsin Press, Madison, Wisconsin, 1989. Chapter 7: *Criticism, 1850-1889: Specific Journalistic Conduct, Remedies, and Standards*, pp. 183-222. Chapter 8: *Implications of Historical Study of Journalistic Standards*, pp. 223- 244. Appendix, Notes, Bibliography, Index, pp. 247-341.

DODGE, Charlie (1993): *Newspaper Ethics Codes and Policies: A Resource Guide for Journalists*. Marina del Rey, CA: Josephson Institute of Ethics.

DUTIL, Joanne (1997): *Des enjeux à clarifier pour un débat sur l'éthique de la Presse*. Bachelière ès arts (Philosophie-Lettres) Mémoire présenté pour obtenir la Maîtrise ès Arts (Philosophie), Sherbrooke, Août 1995. Ann Arbor, Michigan, UMI Dissertation Services, Printed in 1997 by xerographic process on acid-free paper, VI-153 pp.

DUWAERTS, M. Léon (1975): *L'organisation de la profession, ses usages et sa Deontologie*, Institute pour Journalistes de Belgique, Bruxelles.

DUYILE, Dayo (1989): *Journalistic ethics: a book on ethics of journalism in Africa*. Nigeria: Gong Communications.

- EDEL, Abraham (1968): *El método en la teoría ética*, Editorial Tecnos, Madrid.
- EDGAR, Andrew, (1992): "Objectivity, bias and truth". Publicat a BELSEY, Andrew and CHADWICK, Ruth (Editors), *Ethical Issues in Journalism and Media*, Routledge, London and New York, 1992. XIII-179 pp. Chapter 8, pp. 112-129.
- ELLIOTT, Deni (1986): *Responsible Journalism*, SAGE Publications, Londres.
- ESCOBAR DE LA SERNA, Luis (2000): *Ética en la comunicación*. Universidad San Pablo- CEU. Facultad de Humanidades, Editorial Universitas, Madrid.
- ESCOBAR DE LA SERNA, Luis (1997): *Manual de Derecho de la Información*, Dykinson, Madrid.
- Ethics in Journalism. Report of the Ethics Review Committee, Media Entertainment and Arts Alliance, Australian Journalists' Association Section. Melbourne University Press, 1997.
- Ethique et communication. Actes du Colloque Chrétien Professionnels de la Communication. I.R.C.O.M. Angers 22-23 mars 1991. Beauchesne, Paris, 1991.
- ÉTICA Y COMUNICACION, Número monográfico de la Revista de Occidente, n. 106, enero 1972, 122 pp.
- ETXEBERRIA, Xabier (1995): "Ética periodística. Aproximaciones a la ética de la información". Publicat a Cuadernos de Teología Deusto, núm. 2. Bilbao, Universidad de Deusto.
- EVANS, DeAnn (1993): *Ethical decisions: An analysis of the stories journalists tell*. A dissertation submitted to the faculty of The University of Utah in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy. Department of Communication. The University of Utah.
- FARA, Gian Maria (1992): *Ética e informazione*, Vallecchi Editore, Firenze, 1992.
- FEDLER, F. (1989): *Media hoaxes*. Iowa State University Press, Ames.
- FERNANDEZ AREAL (1997): *Manuel, Información y mentira*, Diputación de Pontevedra, Pontevedra.
- FILIPPI MURATTO, Emilio (1991): *La profesión de periodista (una visión ética)*, Editorial Atena, Chile.
- FINK, Conrad (1988): *Media ethics in the newsroom and beyond*, McGraw-Hill,

New York.

FINK, C. (1995): *Media Ethics*. Needham Heights, MA, Allyn and Bacon.

FISHMAN, M. (1988): *Manufacturing the news*, University of Texas Press, Austin.

FLINT, Leon Nelson (1925): *The Conscience of the Newspaper. A case book in the principles and problems of Journalism*, D. Appleton-Century Company, Nova York.

FRANCOIS, William E. (1986): *Mass Media Law and regulation*. Mamillan Publishing Company, New York, and Collier Macmillan Publishers, London.

FRY, D. (1985): *Believing the news*, The Poynter Institute, St. Petersburg.

GARGUREVICH, Juan (1986): "La ética en la empresa periodística". Publicat a *Chasqui. Revista latinoamericana de Comunicación*, núm 18, abril-juny 1986, pp. 19-23.

GERSH, Debra (1989): "Newspaper Research Council adopts code of ethics". Publicat a *Editor & Publisher*, May 27, 1989, p. 32.

GEYER, François (1975): *Les Codes déontologiques dans la presse internationale*, F.I.J. Brussel·les.

GIBBONS, William Futey (1926): *Newspaper Ethics: A Discussion of Good Practice for Journalists*. Ann Arbor, Michigan, Edwards Bros.

GOLDMAN, Alan (1980): *The Moral Foundations of Professional Ethics*, Totowa, NJ, Rowman and Littlefield.

GOLDSTEIN, Tom (1985): *The News at any cost. How Journalists Compromise Their Ethics to Shape the News*, Simon and Schuster, New York.

GOODWIN, H. E. (1994): *A la búsqueda de una ética en el periodismo*, Gernika, México.

GROSS, Gerald (1966): *The responsibility of the press*. Fleet Publishing Corporation, Nova York.

GUISSARD, Lucien (1975): "Aspectos éticos de las técnicas de información en la prensa". Publicat a *Revue Théologique de Louvain*, 6e Année, 1975, pp. 31-40.

GURNSEY, John (1995): *Copyright Theft*, Aslib Gower, London, 1995.

GUZDA, M. K (1984): "A question of ethics". Publicat a *Editor and Publisher*, març 1984, p. 18.

HABERMAS, Jurgen (2000): *Conciencia moral y acción comunicativa*. Ediciones Península, Barcelona.

HARRISON, John M. (1974): "Media, Men and Morality". Publicat a *Review of Politics*, April 1974.

HASELDEN, Kyle (1968): *Morality and the Mass Media*, Broadman Press, Nashville, Tennessee (USA).

HAUSMAN, C. (1990): *The decision-making process in journalism*, Nelson-Hall Publishers, Chicago.

HEINE, William C (1975): *Journalism Ethics: A Case Book*, Western Journalism Library, University of Western Ontario, Londres.

HENNESSY, Peter (1985): *What the papers never said*. Portcullis Press. Londres.

HENNING, Albert F. (1932): *Ethics and Practices in Journalism*, Ray Long & Richard R. Smith, Nova York.

HERMANN, J. M. (1977): "L'Éthique internationale des journalistes". Publicat a *Le Journaliste Démocratique*, 12, 1977, pp. 9-13.

HERNÁN URIBE, O. (1984): *Ética periodística en América Latina. Deontología y Estatuto Profesional*, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Centro de Comunicación, México.

HICKS, Gary Robert (1998): *When journalists force open the closet door: The ethics and realities of outing*. The University of Texas at Austin.

HULTENG, John L.

1976: *The Messenger's Motives... Ethical Problems of the News Media*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.

IBÁÑEZ PÉREZ, Santos (1974): *Análisis comparativo de los códigos deontológicos*, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad de Navarra, Pamplona.

1981: *Playing It Straight. A Practical Discussion of the Ethical Principles of the American Society of Newspaper Editors*, The Globe Pequot Press, Chester, Connecticut.

IGGERS, Jeremy (1998): *Good News, Bad News. Journalism Ethics and the Public Interest*. WestviewPress, Oxford.

ITURRIOZ, Jesús (1974): "La verdad y su ética en los medios de comunicación social". Publicat a *Sal Terrae*, tomo 62, 1974, pp. 653-661.

JAKSA, James A. & PRITCHARD, Michael S. (1993): *Communication ethics: Methods of analysis*, Wadsworth Publishing Company, Belmont, California.

JOHANNESSEN, R. (1990): *Ethics in human communication* (3rd ed.), Waveland Press, Prospect Heights, IL.

JONAS, Hans (1995): *El principio de responsabilidad. Ensayo de una ética para la civilización tecnológica*. Herder, Barcelona.

KEPPLINGER, H. M., & KOCHER, R. (1990): "Professionalism in the media world?". Publicat a *European Journal of Communication*, 5:2/3, 1990, pp. 285-311.

KUTZ, S. (1967): "Reflexiones sobre la virtud de la veracidad". Publicat a *Concilium*, n.o 25, 1967, pp. 255-261.

LAHEY, T. (1924): *The Morals of Newspaper Making*. Notre Dame, University Press.

LAMBETH, Edmund B. (1992): *Periodismo comprometido. Un código de ética para la profesión*, Limusa. Grupo Noriega Editores, México.

LEAUTE, Jacques (1966): *Ética y responsabilidad del periodista*, Ciespal, Quito.

LEE, M. & SOLOMON, N. (1990): *Unreliable sources: A guide to detecting bias in news media*, Carol Publishing Group, Nova York.

LEGUINECHE, Manuel (1993): *El periodismo*. Acento Editorial, Madrid. 1993. Capítulo V. El periodista y el poder. La Deontología, pp. 36-48.

LIBOIS, Boris (1994): *Ethique de l'Information. Essai sur la Deontologie Journalistique*, Editions de l'Université de Bruxelles, Brussel-les.

LINARD, André (2000): *Droit, déontologie et éthique des médias*, GRET, Paris.

LÓPEZ FORERO, Luis - GONZALEZ, Luis José (1990): *Ética, comunicación y códigos del periodismo*, Editorial El Búho, Bogotá.

LUIS, Francisco de (1954): "Moral profesional del periodista". Publicat a *Moral profesional*, Instituto Luis Vives de Filosofía C.S.I.C., Madrid

MALONEY, Brenna Lynn, *A content analysis of selected Newspaper Ethics Codes*. A Thesis submitted to Michigan State University in partial fulfillment of the requirements for the Degree of Master of Arts, School of Journalism, 1993. U.M.I., Ann Arbor, MI, 1993, VII-67 pp.

MCLUHAN, Marshall; POWERS, Bruce R. (1995): *La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. Gedisa, Barcelona.

MENDELEVICH, Pablo y ABRAYAYA, Carlos (1990): *La ética de los periodistas argentinos: debates y ensayos*, Buenos Aires, Argentina, Fundación Arturo Illia para la Democracia y la Paz.

MERRILL, John Calhoun

1974: *The Imperative of Freedom. A Philosophy of Journalistic Autonomy*, Communication Arts Books. Hastings House, Publishers, Nova York.

1981: *Periodismo existencial. Nuevo enfoque hacia las posibilidades de una prensa independiente, veraz y honesta*, EDAMEX. Editores Asociados Mexicanos, México.

1982: *El imperativo de la libertad. Una filosofía de la autonomía periodística*, EDAMEX. Editores Asociados Mexicanos, México.

1997: *Journalism Ethics. Philosophical Foundations for News Media*, St. Martin's Press, Nova York.

1989: *The dialectic in journalism*, Louisiana State University Press, Baton Rouge.

2000: *Legacy of Wisdom. Great Thinkers and Journalism*. Iowa State University Press, Ames, Iowa.

MERRILL, John C. y BARNEY, Ralph D. (1981): *La prensa y la ética. Ensayo sobre la moral de los medios masivos de comunicación*, Editorial Universitaria de Buenos Aires, Buenos Aires.

MILLÁN-PUELLES, Antonio (1997): *El interés por la verdad*. Madrid, Rialp.

MILLS, Rilla Dean (1983): "Newspaper Ethics: A Qualitative Study". Publicat a *Journalism Quarterly*, Winter 1983, pp. 589-594 y 602.

MYERS, Joseph Simmons (1922): *The journalistic code of ethics: a collection of codes, creeds, and suggestions for the guidance of editors and publishers*, compiled by Joseph S. Myers. Columbus, The University.

NORDENSTRENG, Kaarle, "Professionalism in Transition: Journalistic Ethics". Publicat a *Approaches to International Communication*, Ullamija Kivikuru and Tapio Varis (Eds.). Helsinki, Finnish National Commission for UNESCO, 1986.

NORDENSTRENG, Kaarle and TOPUZ, Hifzi, (1989): *Journalist: Status, Rights and Responsibilities*, International Organization of Journalists, Prague.

NORRIS, C. (1994): *Truth and the Ethics of Criticism*. Manchester, Manchester University Press.

PATERSON, Philip and WILKINS, Lee (1991): *Media ethics: Issues and cases*, William C. Brown Publishers, Dubuque, IA.

PÉREZ, M., Gabriel J. (1986): "¿'Ética' o 'Deontología' de la comunicación social?" Publicat a *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, núm. 20, octubre-diciembre, pp. 21-25.

PIPER, Thomas R.; GENTILE, Mary C.; and PARKS, Sharon Daloz (1993): *Can Ethics be Taught?* Boston, Harvard Business School.

PIPPERT, W. G. (1989): *An ethics of news: A reporter's search for truth*, Georgetown University Press, Washington, DC.

POORMAN, P. (1981): "The ethics and the practice of journalism". Publicat a *Social Responsibility: Journalism, Law, Medicine*, vol. VII.

PURVIS, Hoyt H. (1982): *The Press, free and responsible?* [Austin, Tex.]. Lyndon B. Johnson School of Public Affairs: Lyndon Baines Johnson Library.

RAMOS FERNÁNDEZ, Luis Fernando, *La profesión periodística en España (Estatuto jurídico y deontología profesional)*, Diputación de Pontevedra, 1998, 485 pp.

RUBIN, Bernard (1978): *Questioning Media Ethics*, Praeger Publishers, Nova York.

RUSSELL, Nick (1994): *Morals and the Media: Ethics in Canadian Journalism*. Vancouver, University of British Columbia Press.

SAINT-JEAN, Armande, *L'Évolution de l'éthique journalistique au Québec de 1960 à 1990*. Thèse présentée à la Faculté des études avancées et de la recherche de l'Université McGill comme exigence partielle du Doctorat en Communications, mai 1993. Printed in 1997 by xerographic process on acid-free paper, UMI Dissertation Services, Ann Arbor, Michigan, IX-314 pp.

SALVADOR CODERCH, Pablo; CASTIÑEIRA PALOU, María Teresa; GÓMEZ

SCHMUHL, Robert (1985): *Las responsabilidades del periodismo*, Editorial Mitre, Barcelona.

SEIGENTHALER, J. (1987): "Ethics and the future of the news media". Publicat a *Social Responsibility: Business, Journalism, Law, Medicine*, vol. XIII.

SIMEANT, Johanna (1992): *Deontologie et crédibilité: le réglage des relations professionnelles au Centre de Formation des Journalistes*. Publicat a *Politix*, núm 19.

STEIN, M. L. (1974): *Shaping the News: How the Media Function in Today's World*, Washington Square Press, Pocket Books, Nova York.

STEMPEL III, Guido H. & WESTLEY, Bruce H. (1981): *Research Methods in Mass Communication*, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs.

STENSON, John, "Some notes on Libel". Publicat a *The Kemsley Manual of Journalism*, Cassell & Co. Ltd, Londres.

SWAIN, Bruce M. (1983): *Ética periodística*, Ediciones Tres Tiempos, Buenos Aires.

SWAIN, Bruce M. (1979): *Reporters' Ethics*, The Iowa State University Press, Ames, Iowa.

TAITTE, W. Lawson (1993): *The morality of the mass media*. Austin, The University of Texas at Dallas.

THAYER, Lee

1980: *Ethics, Morality and The Media. Reflections on American Culture*. Compiled and Edited by Lee Thayer, Communication Arts Books. Hastings House, Nova York.

1972: "Hacia una 'ética' de la comunicación". Publicat a *Revista de Occidente*, enero 1972, núm 106.

1973: *Communication: Ethical and Moral Issues*, Gordon and Breach Science Publishers, Londres.

THISTLE, Mel (1972): "Sobre la ética de la comunicación". Publicat a *Revista de Occidente*, gener, núm 106.

TOMÁS DE AQUINO. Santo (2000): *Comentario a la Ética a Nicómaco de Aristóteles*. EUNSA Ediciones Universidad de Navarra, S. A. Pamplona.

TUCHER, Andie (1994): *Froth & Scum. Truth, beauty, goodness, and the ax murder in America's first mass medium*. The University of North Carolina Press, Chapel Hill and Londres.

VAN DER MEIDEN, Anne (1980): *Ethics and Mass Communication*, State University of Utrecht, The Netherlands, Utrecht.

VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, Francisco

1983: *Fundamentos de ética informativa*, Ediciones Forja, Madrid.

1991: *Ética y deontología de la información*, Paraninfo, Madrid.

VILLANUEVA, Ernesto

1996: *Códigos europeos de Ética Periodística. Un análisis comparativo*. Fundación Manuel Buendía. Generalitat de Catalunya. Centre d'Investigació de la Comunicació, Barcelona.

1999: *Deontología informativa. Códigos deontológicos de la prensa escrita en el mundo*. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas. Facultad de Comunicación y Lenguaje. Santa Fe de Bogotá, Colombia – Universidad Iberoamericana, México.

WHITEHORN, Katharine (1988): *Ethics and the media*. Guilford, University of Surrey.

WINCH, Samuel P. (1992): *Journalism on ethics: An annotated bibliography of mass communications ethics, 1970-1989*. Unpublished master's thesis, Ohio University, March 1992, Atenes.

YARROS, VICTOR (1922): "Journalism, Ethics and Common Sense". Publicat a *International Journals of Ethics*, Vol 32, Núm. 4 (juliol, 1922), pp 410-419.

YOST, C. S. (1924): *The Principles of Journalism*. New York, D. Appleton.