

Entre la ética y deontología profesionales.

Reflexión sobre el campo periodístico

Claudia García Benítez*

Armando Ulises Cerón Martínez**

Universidad Nacional Autónoma de México, México.

*Profesora de la Lic. en Comunicación y Periodismo,
Facultad de Estudios Superiores Aragón-UNAM.

Correo electrónico: claugb7@yahoo.com.mx

**Profesor de la Lic. en Sociología y del posgrado en Pedagogía,
Facultad de Estudios Superiores Aragón-UNAM.

Correo electrónico: shlm12@yahoo.com.mx

Resumen

A menudo se hace referencia a la ética y deontología profesionales como términos que se emplean de manera indistinta. El presente artículo pretende abordar las características de ambos conceptos con un tratamiento más acotado. Después se alude brevemente a la historia del periodismo, de su paso como “oficio” a la “profesionalización”, así como su vínculo con la ética. Finalmente, se hace una reflexión sobre el campo periodístico desde la postura de Pierre Bourdieu como un espacio de luchas, para mirar a la ética y a la deontología periodísticas como estrategias discursivas.

Palabras clave

Ética profesional
Deontología profesional
Campo periodístico

Abstract

The terms professional ethics and deontology are often used interchangeably. This article aims to define the characteristics of each of these concepts more precisely. A brief survey of the history of journalism and its evolution from a trade to a profession is given, and its relationship with ethics is discussed. The article concludes with a reflection on journalism as a struggle, per Pierre Bourdieu, viewing journalistic ethics and deontology as discursive strategies.

Keywords

Professional ethics
Professional deontology
Journalism

Pareciera que reflexionar sobre la ética profesional en un mundo tan minado de valores y más aún asumirla como modo de vida es como querer nadar contra la corriente. Algunos investigadores consideran que hasta es utópico pensar en una sólida formación ética de los profesionales en México (Hirsch, 2004, p. 37), habría que preguntarse el porqué. Las universidades contemporáneas se han dado cuenta del descuido de un área fundamental en el desarrollo del estudiante como es la formación de actitudes éticas y valores profesionales. Principalmente, los esfuerzos académicos se han concentrado en proporcionar aspectos teóricos y operativos en la formación profesional. Sin embargo, hasta hace pocos años ha habido una notable preocupación sobre el papel de la ética en la educación universitaria (Exteberria, 2002; Garza, 2003).

Debido a la fuerte injerencia que tienen los medios de comunicación en un mundo globalizado, los estudiosos y algunos sectores de la sociedad se preocupan porque efectivamente haya una vigilancia normativa y ética tanto en las empresas de comunicación como en sus profesionales. Para esto es importante que sepamos qué se entiende por un buen profesional de la comunicación, cuáles son los bienes y servicios que proporciona, qué está obligado a hacer en su trabajo, qué puede esperar la sociedad de él.

Consideramos adecuado diferenciar la ética profesional de la deontología profesional, pues a menudo se cree que son lo mismo. Sin embargo, el discurso de *la ética profesional* se centra en decir en qué consiste una buena actuación, mientras que el de la *deontología* formula los deberes y las obligaciones del profesional que se inscriben en un código que avala el gremio.

Augusto Hortal es un filósofo español que en la última década ha investigado con especial meticulosidad el ámbito de la ética de las profesiones. Al estar leyendo la bibliografía sobre el tema, notamos poca claridad en los límites conceptuales entre los términos arriba mencionados, pues pareciera que algunos autores los consideran como sinónimos (Martínez, 2000, p. 35) y no les dan un significado más preciso. Sin embargo, Hortal indica que ambos conceptos no significan lo mismo, pero sí se complementan: “Para configurar el buen ejercicio profesional es aconsejable combinar las

referencias éticas con las normas deontológicas y, a la vez, situar las normas deontológicas en el horizonte de las aspiraciones éticas”. (Hortal, 2003, p. 191). En otras palabras, para que exista un buen desempeño del profesional, la deontología y la ética debieran estar presentes en su labor.

Ahora nos referiremos a los límites de ambos términos para su mejor comprensión.

La frontera entre la deontología y la ética profesionales

Para evitar la imprecisión del significado es conveniente remitirse tanto a los orígenes etimológicos como a las tradiciones filosóficas de donde surgen. El término deontología del griego *deon* quiere decir deber y alude a algo necesario o preceptivo. La deontología profesional se remite al conjunto de códigos, reglas y normas *exigibles de forma explícita* a todos los que ejercen una misma profesión en un campo social determinado, con la pretensión de regular en forma homogénea las conductas individuales de los agentes que allí participan.¹

La tradición filosófica de donde procede es la *ética deontológica* o *éticas del deber*² que surgen de la tradición kantiana. “Los seres racionales tenemos conciencia de que debemos cumplir [...] deberes, aunque con ello no obtengamos bienestar, sencillamente porque actuar según ellos forma parte de nuestro ideal de humanidad” (Cortina, 1999, p. 45). Resulta interesante reflexionar que independientemente de que se quiera cumplir o no, el individuo se ve compelido al deber por el ideal de sociedad que se persigue. Y Kant lo describió en su famoso enunciado: “Que tu norma de conducta pueda llegar a ser universal.”

La redacción del código se aprueba por el colectivo profesional y se vincula con aquéllos que

¹ El antecedente histórico más antiguo hace referencia al código hipocrático de los médicos como el primer *código deontológico*, en el cual se recogían una serie de obligaciones a cumplir por los médicos como conservar la vida del paciente y respetar su intimidad. Fue en los primeros siglos de nuestra era que se dio a conocer en Roma (Aznar, 1999, p. 18).

² Dentro del campo de las *éticas deontológicas* también se sitúan las éticas neocontractualistas como la de Rawls y la ética del discurso que proponen Apel y Habermas.

ejercen una misma profesión en el marco de contextos particulares. Asimismo, el texto normativo del colegio pretende la defensa de la imagen del gremio, los intereses de las profesiones, así como un control de calidad de las prestaciones profesionales. De esta manera, las normas deontológicas responden a la moral interna del gremio que las formula sobre las aspiraciones individuales.

Por su parte, la palabra *ética* proviene del vocablo griego *ethos* que significa *carácter*. La ética es un tipo de saber orientador que conduce a forjar un buen carácter, el cual: “[...] permita enfrentar la vida con altura humana [...] porque se puede ser un habilísimo político, un sagaz empresario, un profesional avezado, un rotundo triunfador en la vida social, y a la vez una persona humanamente impresentable” (Cortina, 1999, p. 16). El carácter es entendido como la congruencia entre pensar y obrar, Pablo Latapí lo señala como “[...]un sentido de finalidad que engloba y afecta todo esto que llamamos nuestra vida” (2002, p. 42). La ética se centrará en señalar en qué consiste la actuación correcta que nos hace personas buenas, y en el caso concreto de la ética profesional, se entiende que el especialista busque la excelencia en el servicio que brinda a la sociedad. La tradición filosófica de donde surge la ética profesional es la *ética teleológica* o *ética de fines*,³ y la orientan metas y objetivos que se desean alcanzar en lo práctico.

Es evidente que la ética [...] es una ciencia práctica porque se refiere a las acciones de la persona que son controladas por la razón y por la voluntad del hombre cuando éstas actúan libremente. No especula la ética sobre cuestiones abstractas o teóricas, sino sobre hechos concretos. No es un saber por el saber mismo, sino un saber para la práctica que nace de la práctica misma (M. Herrán, y J. Restrepo, 1998, p. 17)

La ética profesional no sólo incluye deberes (como en la deontología) sino también recomendaciones, metas, ideales y virtudes, apela a la conciencia del profesional y se espera de forma

³ Con las que también se vinculan la postura del utilitarismo (o el hedonismo moderno) que busca el máximo placer o felicidad en el mayor número de personas, así como las éticas aristotélicas o comunitaristas donde la razón prudencial anima a seleccionar los medios más idóneos para alcanzar el fin moral de la vida, el cual es la felicidad (Cortina, 1999, pp. 24-26).

voluntaria una adecuada actuación; se ocupa de que los profesionales sean responsables en el trabajo; también está referida a reflexionar cuáles son las destrezas y competencias en la actuación profesional. Se centra en analizar sobre qué es bueno hacer, al servicio de cuáles bienes está su profesión, y qué finalidad busca. En este sentido, Darío Restrepo, periodista colombiano, lo menciona así:

Es una búsqueda más cercana a la realidad en la que la ética es entendida como un impulso a la excelencia como la decisión individual de hacerse feliz intentando alcanzar esa máxima meta (Restrepo, 2004, p. 22).

En una sociedad democrática el bien de la profesión se reflejará en la crítica externa de los beneficiarios que reciben el servicio. Aunque desde una perspectiva como la de Pierre Bourdieu (1990) hay que poner en tela de juicio este tipo de supuesto.

Para resumir, se puede mencionar que el terreno de la deontología delimita su campo de acción a través de códigos precisos que señalan el *deber ser* que tiene un profesional frente los receptores de su servicio. En cambio, la ética profesional es un ejercicio de la razón y voluntad humanas, promueve el crecimiento personal, no sólo abarca deberes sino metas y virtudes como proyecto de vida. Xavier Etxeberria señala que: “en el ejercicio de las profesiones, como en cualquier otra actividad, la moralidad se juega en última instancia en el modo en que las personas concretas, los profesionales en este caso deliberan, deciden y actúan” (Etxeberria, *cit. pos.*, Hirsch, 2003, p. 30).

Ética periodística

Del oficio a la profesión

El caso del periodismo es peculiar, pues no inició siendo una profesión sino un oficio, sus raíces se remontan hasta el siglo XVII con los gaceteros e impresores europeos. El estudio sistemático de la historia de la prensa se perfila a partir del XVIII, incluso ya en el XIX el periodismo se confundía con un género literario o una ramificación de la política. El periodista de aquel entonces tenía una aptitud y habilidad en el lenguaje escrito, su oficio sólo se forjaba dentro de los diarios.



Fotografía: Patricia Gascón

En el caso de la España de principios del siglo XX, el periodista que se preciara de serlo, debía tener por lo menos un libro de versos o una novela en el “anaquel de obras anónimas”. Sin embargo, tiempo más tarde con la instauración de las escuelas de periodismo, y más aún como licenciatura avalada por la Universidad, provocó cambios en su historia tal como declara con evocativa nostalgia el veterano Manuel Piedrahita:

Se creía entonces que al periodista le bastaba con imaginación y pluma para desenvolverse [...]. Fue en los periódicos donde nos curtimos, pero era debido a una mentalidad de adoctrinamiento periodístico en lugar de enseñanza [...]. El periodismo bohemio, trampolín de políticos y literarios [...] ha muerto de muerte natural, aquejado de vejez. Todavía quedan restos de ese periodismo enternecedor. Son profesionales [...] que cuentan anécdotas y alegran la monótona configuración de un periódico moderno [...]. La Universidad tiene que ser vehículo y transmisor de la nueva cultura. Por eso el periodismo no sólo va a la Universidad como quien ha sido llamado tímidamente y con escepticismo. Debe entrar por esa “puerta grande” con

humildad, pero al mismo tiempo con la conciencia clara de que su presencia es vital para el desarrollo cultural (Piedrahita, 1993, pp. 87-88).

La primera escuela de periodismo fue fundada en 1908, en la Universidad de Missouri por el famoso periodista Pulitzer, quien creía en que la óptima preparación del periodista lo conduciría a la profesionalización. Pulitzer soñaba —y acertó— que las escuelas de periodismo podrían consolidarse como centros de enseñanza, tal como en ese entonces eran la medicina o el derecho (Soria, 1997, p. 24).

A mediados del siglo XX, las universidades norteamericanas comenzaron a impartir de manera sistemática la enseñanza del periodismo, lo cual le dio el rango de profesión. Ya para la década de los sesenta, las facultades de periodismo de todo el mundo experimentaron un rápido crecimiento y se registró un incremento en su demanda. El estudiante egresado recibía una formación académica respaldada por la licencia universitaria para ejercer su labor (Orivé y Fugoaga, 1974, p. 143).

Debates

En el campo periodístico existe una añeja controversia. Algunos rechazan rotundamente la idea de que se “forme y profesionalice” el periodista en la Universidad, pues es desde la trinchera de la práctica donde se forma al buen comunicador, y se oponen de manera tajante a que sobre los periodistas pese el “yugo” de la normatividad deontológica. Otros plantean que sí es rotundamente necesario adquirir conocimientos teóricos y metodológicos, así como una educación formal que anteceda el buen desempeño de la práctica periodística.

Carlos Soria enfatiza que la profesionalidad, el conocimiento del oficio y el ejercicio competente son la *ética de la información*, pues trabajar mal y poco constituye el primer ataque a la información y por ende a la ética. Para este autor español la profesión y la ética son la misma cosa, pues “humanizar la ética” es un compromiso insoslayable.

Toda una corriente de pensamiento que niega —por razones más o menos profundas, o por razones más o menos de moda— que el periodismo sea una verdadera profesión, no suele ver la conexión que existe entre este hecho y la ausencia o el menosprecio de la ética [...]. Humanizar la informa-

ción, humanizar la ética, es sacar todas las consecuencias posibles al fin de la información: todas las informaciones tienen razón de existir si se dirigen al hombre, [...] si buscan el beneficio del mayor número de hombres concretos (Soria, 1997, p. 25).

Sin embargo, James W. Carey, decano de la Facultad de Comunicaciones en la Universidad de Illinois, describe al periodismo como una “profesión por mandato” que se constituyó en una profesión sin haber cubierto los cánones históricos (por los cuales son reconocidas las profesiones desde el discurso legitimador) debido al estatus y prestigio que goza el periodismo como factor central de la sociedad (*cit. pos.* Goodwin, 1998, p. 77). Pese a las críticas, muchos diarios estadounidenses no contratan a periodistas sin licenciatura.

Justino Sinova señala que si bien es una profesión novísima, la falta de profesionalización del periodismo de años atrás produjo una inadecuada responsabilidad pública, dando como resultado una serie de abusos y errores a lo largo de la historia del periodismo, con lo anterior, se dio lugar a severas críticas y rechazos. Por ejemplo, el filósofo Kart Kraus dijo que lo que distingue a un periodista es “no tener una idea y poder expresarla”, por su parte Henry Fielding señaló que “un diario consta siempre del mismo número de palabras, haya noticias o no las haya” (*cit. pos.*, Sinova en Cortina y Conill, 2001, pp. 264-265).

La imagen del periodista en estos tiempos no es más venerable que antaño. Algunos autores hablan de la “muerte del periodista” debido a que la cobertura de la primera Guerra del Golfo evidenció una gran cantidad de imágenes e interpretaciones vacías, carentes de análisis crítico. A la simbólica muerte del periodista se le añade el carácter mercantil y la autocensura. Para J. Estefanía, en estos tiempos se perfila un profesional que se está convirtiendo en empleado de los medios de comunicación, que ya desde tiempo atrás renunció al juicio crítico y a la profundización de su autonomía (*cit. pos.*, Gozávez y Lozano en Conill y Gozávez, 2004, p. 63).

El subrayar la trascendencia de una ética periodística se debe al impacto cada vez mayor de los medios, y sin duda, existe una inmanente preocupación de cómo regular el impetuoso poder de los *mass media* sobre la “sociedad mediática”. Adela

Cortina señala que más que informar lo que se busca es entretener, ya que lo prioritario es capturar al oyente o televidente (aunque al lector se le seduce de otra forma) no se incita a ir al fondo de las cosas, sino pedir que haya más diversión:

La retórica de los medios es la que es y no el mejor marco para que se forme una opinión ponderada y deliberante. Por eso, el peligro está en que la democracia se convierta en <mediacracia> porque los medios hayan dejado de ejercer la función <mediadora> entre los distintos comunicadores, para convertirse en una nueva élite propiciadora, incluso a su pesar, del *fast thinking*, que no deja de ser una contradicción en los términos. Manufacturar el consenso y no servir de escenario a la opinión es el objetivo de unos medios cómplices de la política [...] a la que no le interesa que la acción se entienda porque muchas acciones fracasarían (Cortina en Conill y Gozávez, 2004, pp. 47-48)

Según Eugene Goodwin, los periodistas norteamericanos se han hecho más conscientes del problema de la ética en los últimos años como consecuencia del escándalo de Watergate, pero el periodismo tiene todavía un camino muy largo por recorrer antes de que pueda ser considerado como una vocación ética (Goodwin, 1998, p. 13).

Entre fuerzas y tensiones: en el marco del campo periodístico desde una perspectiva bourdiana

Visualizar todo lo anterior desde la particular óptica del francés Pierre Bourdieu es darle un sentido analítico, objetivador y con pretensiones de validez científica, para lo cual es necesario recordar al lector que los conceptos centrales en la obra de este sociólogo son *campo*, *habitus*, *capital* y *práctica social*, además de aquellos que se derivan del mismo sistema teórico que analiza un fragmento particular de la realidad social, en este caso, el campo periodístico.

De inicio, el *campo* es un *espacio social* y *simbólico* que difiere del espacio físico por la configuración multirrelacional y de sentido que allí se entreteje. Por ello, el espacio social es un espacio de *diferencias*, y la metodología propuesta por Bourdieu sugiere siempre enfocar todos los

esfuerzos por detectarlas. Las diferencias son resultado de luchas y tensiones sociohistóricamente configuradas al interior de cada campo, cuyo interés y acción dependen de la *posición* ocupada por los agentes sociales allí participantes.

Pero sabemos que en cualquier campo encontraremos una lucha, cuyas formas específicas habrá que encontrar cada vez, entre el recién llegado que trata de romper los cerrojos de derecho de entrada, y el dominante que trata de defender su monopolio y de excluir a la competencia (Bourdieu, 1990, p. 135).

Esta lucha de fuerzas gira en torno a un bien preciado, un *capital* específico que se puede acumular, invertir, aumentar o perder, y que es objeto esencial de lucha. Cada posición determina una *disposición* y una *toma de posición* al interior del campo. De ahí que haya diferentes opiniones (*tomadas de posición*) sobre un mismo acontecimiento en el mismo espacio social.

Bajo esta óptica, lo primero a focalizar es quiénes son los que participan en el campo periodístico desde su constitución en el siglo XIX, como el mismo Bourdieu lo señala (2003). Allí hay dos grupos (entre otros) que pugnan al interior de este espacio: los *sensacionalistas* y los *analistas*, los primeros con mayor poder en el campo que los segundos, posicionados simbólicamente en puntos distintos y, por tanto, con dos visiones también diferentes, acordes a sus intereses específicos. Los primeros son los periodistas que se distinguen por el “sensacionalismo” de la novedad noticiosa, de aquéllos que se esforzaban por proponer “análisis y comentarios” más objetivos y menos ligeros. Esta oposición manifiesta dos lógicas que buscan legitimarse dentro del campo: la que busca el reconocimiento del mayor público posible retraducido en ventas remuneradas, y la que busca el reconocimiento de los colegas por acotarse a los principios y valores gremiales. Ambas tensiones regulan el ámbito profesional del quehacer periodístico entre aquellos que ya están establecidos y los que intentan ingresar y obtener también los beneficios allí producidos.

Sin embargo, como otros campos, el periodístico está sometido a la prueba de los veredictos del mercado de forma permanente a través de la sanción que imponen los índices de audiencia y preferencia entre los consumidores. Aquellos que

recién incursionan en el ámbito en cuestión abandonarán más el discurso del quehacer ético y deontológico del periodismo como estrategia de lucha contra los más veteranos a los que los tachan de “cínicos” y carentes de escrúpulos éticos profesionales al ser consumidos ellos mismos por la dinámica de mercado.

Dado que el bien que ofrece el profesional del periodismo es esencialmente perecedero (lo que hoy es “noticia” y “novedad” mañana dejará de serlo), la competencia en el campo se da por obtener y ofrecer *la primicia informativa*, la noticia más nueva que de manera paradójica tiende a olvidar la historia reciente no importando si es relevante o no. Y como dice Gadamer “nada caduca más velozmente que lo nuevo”, pues tras el instante en el que se dio la noticia se considera ya superada. Estas son complicidades ontológicas inscritas en la dinámica de los campos, y en las que suelen diluirse los “problemas” éticos y deontológicos de la profesión periodística.

En tanto que *práctica social*, el ejercicio periodístico y su lógica de producción y reproducción surte efectos sobre agentes socializados que poseen las *disposiciones* requeridas para el campo, un *habitus*, lo que significa que tienen ya un conjunto de ideas, creencias, técnicas y formas de actuar que les lleva a posiciones específicas en el ejercicio periodístico.

Si se intentara operar desde Bourdieu el valor de la *autonomía* en el periodista, quizás se encuentren una serie de paradojas a las que se está expuesto en este espacio social. En primer lugar, la *autonomía* es relativa por el estado de fuerzas entre las que se desenvuelve la profesión periodística. Las demandas del mercado, el *rating* de audiencia, entre otros factores, dirigen en un sentido específico los bienes que produce y que circulan el campo en cuestión. En segundo lugar, las pugnas internas entre grupos establecidos que asumen la visión *ortodoxa* del campo contra las estrategias *heréticas* de los que buscan posicionarse en un mejor sitio, promueven discusiones filosóficas o disciplinares que se asumen como *dignas* por los expertos para tratarse en la arena del juego de conservación del campo mismo, generando historias oficiales productoras de creencias que circulan en su interior, reforzando las cosmovisiones de los agentes sociales participantes. Finalmente, el trato

que se le da a la noticia como *espectáculo* distorsiona la percepción de quien la mira y la consume, generando una tendencia que promueve más las formas de presentarla, que su contenido.

Hay que remarcar, pues, que el discurso ético y el deontológico son dos formas de expresar un mismo objetivo: buscar la legitimidad al interior del campo periodístico echando mano de los recursos que los grupos en pugna tienen de forma efectiva (el prestigio del “buen análisis objetivo”, la confianza de la audiencia para tratar temas de su interés, la pretensión de veracidad y oportunidad en la noticia, etc.), lo que termina traducándose a fin de cuentas en otros beneficios también perseguidos y poco confesados, tales como el poder económico y el capital simbólico (sobre todo honor y prestigio).

Los discursos de la *ética* y la *deontología* son estrategias de lucha al interior de un campo profesional, el periodístico en este caso, por lo que tomar partido en una u otra dirección manifiesta a su vez las disposiciones incorporadas socialmente en relación con este rubro, posturas que desde la óptica bourdiana son consideradas como falacias escolásticas e innecesarias al ser discursos que objetivan las posturas de sus hablantes. Sirva pues lo anterior para dar una alternativa que nos evite elegir entre una u otra postura al entender los discursos éticos y deontológicos como estrategias al interior del campo periodístico, como podrían serlo en cualquier otro.

Bibliografía

- Aznar, Hugo, *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*, Ariel, Barcelona, 1999.
- Bourdieu, Pierre, *Sociología y cultura*, Grijalbo, México, 1990.
- , *Sobre la televisión*, Anagrama, Barcelona, 2003.
- Cortina, Adela, *El quehacer ético. Guía para la educación moral*, Santillana, Madrid, 1999.
- , “Ciudadanía activa en una sociedad mediática”, en Conill y Gozávez (coords.), *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*, Gedisa, Barcelona, 2004.
- Exteberria, Xavier, *Ética de las profesiones*, Declée de Brouwer, Bilbao, 2002.
- Garza, Juan Gerardo, “Valores para el ejercicio profesional”, en *Foro Internacional Ética y educación*, IFIE-UNESCO, México, 22-23 de abril del 2004.
- Goodwin, Eugene, *A la búsqueda de una ética en el periodismo*, Gernika, México, 1998.
- Gozávez, V. y F. Lozano, “Autonomía profesional y códigos deontológicos de la comunicación audiovisual”, en Conill y Gozávez (coords.), *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*, Gedisa, Barcelona, 2004.
- Herrán, Ma. Teresa y Darío Restrepo, *Ética para periodistas*, Tercer mundo editores, Santafé de Bogotá, 1998.
- Hortal, Augusto, *Ética general de las profesiones*, Declée de Brouwer, Bilbao, 2002.
- Hirsch, Ana, “Elementos significativos de la ética profesional”, en A. Hirsch y R. Zavala, *Ética profesional e identidad institucional*, Universidad Autónoma de Sinaloa, México, 2003, pp. 27-42.
- , “Utopía y universidad. La enseñanza profesional de la ética”, en Revista *Reencuentro. Análisis de problemas universitarios*, UAM-X, México, diciembre 2004, pp. 31-37.
- Latapí, Pablo, “Una buena educación: reflexiones sobre la calidad”, en Carlos Ornelas, (comp.), *Valores, calidad y educación*, Santillana, México, 2002.
- Martínez, Omar, “Un acercamiento hacia la ética y deontología periodísticas”, en Hugo Aznar y Ernesto Villanueva, *Deontología y autorregulación informativa*, Fundación Manuel Buendía-Universidad Iberoamericana, México, 2000.
- Orivé, Pedro y Concha fagoaga, *La especialización del periodismo*, Dossat, Madrid, 1974.
- Piedrahita, Manuel, *Periodismo moderno. Historia, perspectivas y tendencias hacia el año 2000*, Paraninfo, Madrid, 1993.
- Restrepo, Javier Darío, *El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística*, FCE, México, 2004.
- Sinova, Justino, “Periodismo”, en Cortina y Conill, *10 palabras claves en ética de las profesiones*, Verbo Divino, Navarra, 2000.