

Libros de estilo y directrices editoriales: referente de calidad en el Periodismo audiovisual y multimedia de los medios públicos.

Eva Navarro Martínez

Universidad de Valladolid

eva.navarro@hmca.uva.es

Rafael Díaz Arias

Universidad Complutense

diaz.r@ccinf.ucm.es

Agustín García Matilla

Universidad de Valladolid

agustingmatilla@gmail.com

Palabras clave: Códigos deontológicos, Libros de estilo, Servicio público, RTVE, BBC.

Keywords: Ethical codes, Style guides, Public service, RTVE, BBC.

Abstract: Los actuales cambios tecnológicos están afectando drásticamente al perfil de los profesionales de la comunicación a quienes, cada vez más, se les pide que ejerzan labores múltiples sin que esto conlleve siempre una debida formación o esté apoyado por unas directrices editoriales claras. Nuestra comunicación destaca aspectos en la postura de los profesionales de la comunicación ante los libros de estilo y normas de buena práctica, en un contexto de cambio y crisis en el que los periodistas deben legitimar constantemente su labor. A partir de estos planteamientos nuestra comunicación sigue los siguientes puntos: 1) La función de los libros de estilo en los medios audiovisuales y multimedia y su lugar en el esquema normativo profesional. 2) La importancia de las Guidelines, tomando como modelo el libro de estilo de la BBC. 3) El caso de RTVE: Estatuto de Informativos y Libro de Estilo. 4) La opinión de los profesionales españoles y británicos sobre libros de estilo. 5) El futuro en los libros de estilo y, más allá de éstos, la reivindicación del buen periodismo intrínsecamente relacionado con la calidad de la propia DEMOCRACIA.

The current technological changes have a profound impact in the profile of the media professionals. These journalists are insistently being requested to perform multiple tasks, sometimes lacking a proper formation or support by clear editorial directives. Our present communication highlights different aspects about how media professionals react before style guides and best practices rules. Moreover, this occurs in a scenario where journalists must continuously legitimate their own work.

From this initial approach, we would like to draw the following points: 1) The function of style guides in the audiovisual media & multimedia, and their locus in the regulatory framework. 2) The importance of guidelines, focusing in the BBC style guide as a fiducial reference. 3) RTVE's case of study: its statute for radio & television news broadcasts, and its style guide. 4) What the various opinions are, among Spanish and British professionals, about their respective style guides. 5) The future of style guides and, beyond this topic, how a fair journalism is intrinsically linked with the quality of our own democracy.

Modelos normativos en la Redacción

Códigos deontológicos, libros de estilo y estatutos de redacción son los modelos normativos formales que más frecuentemente rigen el comportamiento de los periodistas. Su origen y naturaleza son distintos, aunque en la práctica suelen converger¹. Los tres tienen una misma razón de ser: resolver un doble conflicto; de un lado, entre la libertad y la responsabilidad, inherentes a la actividad informativa; de otro, entre la dependencia que como asalariados tienen la mayoría de los periodistas y la independencia que exige el ejercicio de un derecho fundamental, como es la actividad de informar. O, dicho de otra manera, lo que pretenden estas normas es conciliar los principios editoriales del medio con la libertad de información de los periodistas, todo ello en un horizonte de responsabilidad y respeto al derecho del público a recibir una información veraz, fiable y de calidad.

Los códigos deontológicos nacen fuera de las redacciones. Son movimientos profesionales y sindicales los que promueven estas normas a nivel nacional e internacional. Se trata de establecer una referencia ética común para todos los periodistas, sea cual sea el medio para el que trabajan. Pretenden dignificar la profesión, establecer límites al poder omnímodo del empresario y ofrecer a la ciudadanía un compromiso de comportamiento ético. Los primeros códigos nacen en el período de entreguerras, pero es después de la II Guerra Mundial cuando se generalizan, al calor del desarrollo de la llamada teoría de la responsabilidad social

¹ El proyecto *investigaciones sobre ética periodística*, liderado por Salvador Alsius de la Universidad Pompeu Fabra ha recogido en una base de datos códigos éticos y libros de estilo nacionales e internacionales en una base de datos y sistematizado los principios que contienen en un *thesaurus*.
<http://www.eticaperiodistica.org/index_esp.php> (Consultada: 08/08/12). Puede consultarse también Alsius (1999).

de la prensa. Es entonces cuando encuentran el respaldo de grandes organizaciones nacionales e internacionales.

El código más importante es el de la Federación Internacional de Periodistas (FIP), adoptado en su II Congreso, en Burdeos en 1954 y desde entonces modificado en varias ocasiones². En el ámbito europeo, el Consejo de Europa adoptó en 1993 la Resolución 1003 (ponente Manuel Núñez Encabo) sobre ética del periodismo³, con notable influencia en España.

Los libros de estilo nacen, en cambio, en el seno de las redacciones. Aparecen también a finales del s. XIX y comienzos del XX, cuando la prensa se ha convertido ya en una actividad industrial y los diarios (sobre todo los anglosajones) reúnen grandes redacciones, cuyo trabajo ha de normalizarse. Su objetivo es establecer pautas de redacción, centradas en el uso correcto del lenguaje y en el uso de los recursos tipográficos. Se persigue tanto dar una personalidad propia al producto, como hacer más fácilmente asimilable el mensaje. Los libros de estilo de *The New York Times* o *The Washington Post* son los modelos para otros semejantes en América y Europa. Sólo son útiles si son objeto de un proceso de negociación constante con la Redacción a la que van dirigidos.

Muy pronto los libros de estilo rebasan el ámbito de las normas del lenguaje y añaden reglas sobre el tratamiento de la información: qué hacer en determinados supuestos informativos, desde la reacción ante un acontecimiento inesperado a cómo relacionarse con las fuentes informativas. Fueron las grandes agencias internacionales las que comenzaron a convertir los libros de estilo más formales de los diarios en manuales de práctica periodística⁴. Los libros de estilo tienden a convertirse en recopilaciones de prácticas que se consideran de obligado cumplimiento dentro de una empresa informativa, “buenas prácticas”, que vienen a

² Texto en <<http://www.ifj.org/docs/ETHICS-S.DOC>> (Consulta: 2-08-12).

³ Texto en <<http://assembly.coe.int/Documents/AdoptedText/TA93/ERES1003.HTM>> (Consulta: 02/08/12).

⁴ Associated Press califica a su *stylebook* como la *biblia* del periodismo. El *Handbook* de Reuters puede consultarse en <http://handbook.reuters.com/index.php/Main_Page> (Consulta: 02/08/12).

formalizar usos arraigados y no cuestionados en la Redacción, o por el contrario, a corregir comportamientos que se consideran inapropiados.

Las normas incluidas en los códigos deontológicos son mandatos genéricos de deber-ser, que lo que pretenden es adaptar principios éticos generales a las condiciones particulares del ejercicio de la profesión periodística. No mentir es prácticamente una norma ética universal, predicada en todas las culturas y exigida prácticamente por todas las religiones. Esta norma o su violación pueden tener unas consecuencias jurídicamente vinculantes. Por ejemplo, si se miente alterando un documento público se incurre en un delito con la pena correspondiente. Decir la verdad es, seguramente, la exigencia básica que encontramos en todos los códigos éticos periodísticos. Decir la verdad ya no sólo como obligación ética general, sino como una exigencia intrínseca al deber de informar, que es la contrapartida a la libertad de información⁵. Los códigos éticos suelen exigir que para “decir la verdad” se proceda a verificar las informaciones, de modo que no se difunda lo que no es cierto; que para “decir la verdad”, se distinga entre hechos y opiniones, hechos contrastados y opiniones libres que no se confundan con hechos; que para “decir la verdad” se identifiquen las fuentes.

Los códigos deontológicos tienen una proyección externa al medio: pretenden dar una garantía de calidad y fiabilidad al público, así como servir de base para resolver los conflictos que pudieran surgir entre periodistas-medios y el público. Los códigos éticos son en las redacciones una referencia externa. En cambio, los libros de estilo tienen una proyección interna: norman la conducta a seguir en el trabajo diario. Pero para que las prácticas que establecen sean “buenas prácticas”, estas deben ser conformes con los códigos éticos. Y, a su vez, aunque son normas internas, puesto que bajan a un detalle mucho mayor que las deontológicas, los libros de estilo pueden ser invocados por los ciudadanos en sus conflictos con el medio. Si los códigos deontológicos exigen de la existencia de organismos de autocontrol

⁵ “Decir la verdad” es el lema de la iniciativa ética de la Federación Internacional de Periodistas (FIP), cuyo objetivo es actualizar los viejos principios éticos conforme a los desafíos presentes. Su texto de referencia es White (2008).

independientes, los libros de estilo, en esa dimensión de garantía de calidad ofrecida al público, suelen ir acompañados de la figura del defensor de la audiencia.

Los estatutos de redacción⁶ nacen del anhelo de independencia del periodista, especialmente frente a su empresario-editor. En paralelo a las experiencias de autogestión de las sociedades de redactores francesas, los primeros estatutos nacen en diarios alemanes en los 70 y en la radiotelevisión pública austriaca (Díaz, 2008). En su origen encuentran como fundamento la “libertad interna” de los organismos de radiotelevisión, desarrollada por la doctrina y la jurisprudencia alemana y que luego se ha generalizado como el principio de “pluralismo interno” (frente al de “pluralismo externo”). Para que el periodista no deje colgada a la puerta de su redacción su libertad de expresión, para que en la Redacción se manifiesten las distintas tendencias sociales en equilibrio con los principios editoriales del medio, los periodistas negocian un pacto con su editor que regula las relaciones profesionales, desarrolla los derechos profesionales (entre ellos los de secreto profesional y cláusula de conciencia), sitúa el límite de unos y otros en las normas deontológicas y, sobre todo, establece un órgano de participación, el consejo de redacción o comité profesional, que ejerce de mediador entre la dirección y los periodistas, controla los nombramientos mediante dictámenes no vinculantes y es garante del cumplimiento del propio estatuto. En España, los nuevos diarios nacidos en la transición se suman a esta ola de participación y posteriormente lo harán los organismos públicos de radiotelevisión, que llevan en su ADN constitucional la necesidad de garantizar el pluralismo interno.

En los estatutos de redacción se amalgaman normas deontológicas y normas de buena práctica, pero lo más característico es el establecimiento de un órgano de participación. Los consejos de redacción se suman así a los defensores y a los consejos de autocontrol como las instancias garantes de un sistema ético profesional.

RTVE: Estatuto de Información, Manual de Estilo y Código de Autorregulación para la protección de los derechos del menor

⁶ Sobre los estatutos de redacción y el Estatuto de Información de RTVE se sigue a Díaz (2008).

Desde 1980 hasta 2006 RTVE fue un organismo de dependencia gubernamental. El Estatuto de 1980 dio todo el poder a un Director General nombrado por el Gobierno. El Consejo de Administración adopta en 1981 unos Principios Básicos de Programación⁷, un documento que mezcla principios editoriales con normas de buena práctica. También en este período se elaboran libros de estilo, obras personales encargadas a profesionales de plantilla y centrada en el uso del lenguaje⁸. Durante todo este tiempo se manifiesta en varias ocasiones el anhelo de los informadores de un estatuto de redacción y aunque se empieza a negociar en un par de ocasiones no se llega a ningún resultado. En la última parte de este período, en 2003 y 2004, aparece un movimiento de informadores de TVE que denuncian graves casos de manipulación informativa y que se constituyen en un Comité Antimanipulación abierto y luego en un Consejo Provisional de Informativos electo, que además de denunciar la manipulación, asume la promoción de un estatuto de informativos.

En 2005 el Comité para la Reforma de los Medios de Comunicación de Titularidad del Estado (el “comité de sabios”)⁹ considera a los estatutos y consejo de redacción como uno de los elementos importantes para la regeneración de los medios públicos. En 2006, la Ley 17, de 5 de junio, adopta un nuevo régimen jurídico que, al menos formalmente, pretende garantizar la independencia editorial de la nueva Corporación RTVE. En ella se establece la creación de unos consejos de los Servicios Informativos, como órganos internos de control, destinados a velar por la independencia editorial de los informadores y de la independencia editorial de la propia Corporación. La reivindicación profesional encontraba, así, un título habilitante, lo que permite un proceso de negociación entre una comisión elegida *ad hoc* y el Consejo de Administración de la Corporación que da como fruto el Estatuto de Información de la Corporación RTVE (2008).

⁷ <http://www.canalaudiovisual.com/exine/books/sitiolegista/Principios.html> (Consulta: 05/08/12).

⁸ Pérez Calderón, Miguel (1985): *Libro de Estilo de los Servicios Informativos de TVE*, Madrid: RTVE. Mendieta, Salvador (1993): *Manual de Estilo de los Servicios Informativos de TVE*, Madrid: Labor.

⁹ *Informe del Consejo para la Reforma de los Medios de Titularidad Estatal* (2005), http://www.rtve.es/files/70-22883-FICHERO/ESTATUTO_DE_INFORMATIVOS_MAYO2008.pdf (Consulta: 06/08/12).

La Ley 17/2006 encomienda el servicio público de la radio y la televisión a la Corporación RTVE con la finalidad de satisfacer las necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento; difundir la identidad y diversidad social; impulsar la Sociedad de la Información; y promover el pluralismo, la participación y los valores constitucionales, garantizando el derecho de acceso (art. 2.2). Desarrolla, luego en el art. 3.2 un conjunto de principios programáticos, que podrían resumirse en promover los principios y valores constitucionales, especialmente el pluralismo, la participación y la cohesión social. Estos fines y principios editoriales son el marco general en que se sitúan tanto el Estatuto de Información, como el Libro de Estilo. El Estatuto pretende buscar un equilibrio entre estos principios y los derechos de los informadores, así como establecer una organización y pautas de trabajo que faciliten la puesta en práctica de estos principios y unos principios éticos de obligado cumplimiento que traduzcan los valores programáticos. En cambio, el Libro de Estilo, amén de establecer un perfil identificador de los contenidos, busca dar pautas y orientaciones que concreten los principios editoriales en la práctica cotidiana.

El Estatuto de Información de la Corporación RTVE¹⁰ es un pacto entre RTVE y sus trabajadores, que desarrolla los derechos y deberes de los informadores audiovisuales (concretados estos últimos en un elenco de obligaciones de carácter ético), establece órganos de control interno y participación de los informadores (los Consejo de Informativos de TVE, RNE y rtve.es) y regula someramente la figura del director de los Servicios Informativos y el nombramiento de los responsables editoriales intermedios, sometidos al dictamen no vinculante de los consejos de informativos. Sujeto de los derechos y deberes son los profesionales del periodismo, la imagen o el sonido que directamente obtienen, elaboran y difunden contenidos informativos. Sus derechos (a la libre expresión e información, cláusula de conciencia, secreto profesional, a participar en los procesos de rectificación, a participar en los consejos de informativos, a la carrera profesional) tienen una doble función: refuerzan la autonomía intelectual del informador sin la cual no puede ejercer honestamente su

¹⁰ Texto aprobado en referéndum el 18 de abril de 2008 y promulgado por el Consejo de Administración el 14 de mayo de 2008. http://www.rtve.es/files/70-22883-FICHERO/ESTATUTO_DE_INFOMATIVOS_MAYO2008.pdf (Consulta: 06/08/12)

oficio y ello al servicio del derecho del público a recibir una información veraz y de calidad. “El reconocimiento y respeto de los derechos profesionales es el mejor modo de que el pluralismo social se manifieste internamente y se proyecte en la programación informativa” (Díaz, 2012).

Especial importancia tiene el compromiso con la sociedad manifestado como deber de informar concretado en un elenco de 19 principios deontológicos, enunciados en art. 9. Pretenden garantizar la elaboración de una información veraz, objetiva, fundamentada y contrastada, respetar los derechos de las fuentes informativas, reforzar la independencia informativa, respetar los derechos de los sujetos de la información y garantizar la representación de la diversidad social. Estos principios son vinculantes, tanto para los informadores audiovisuales como para los responsables editoriales.

El Estatuto de Información corre el riesgo de convertirse en reliquia perteneciente a una era pasada, la era del pluralismo. La Ley 17/2006 ha sido modificada por el Decreto-Ley 15/2102, de 20 de abril, volviendo a un sistema de nombramiento gubernamental del Presidente de la Corporación (basta la mayoría absoluta parlamentaria en segunda votación) y a un debilitamiento del Consejo de Administración (tampoco ya es necesaria una mayoría cualificada para el nombramiento de los consejeros, que pierden además su dedicación exclusiva). Estos cambios dinamitan toda la reforma de 2006. No obstante, en los nombramientos de los directores de informativos llevados a cabo después de estos cambios normativos los consejos de informativos han dado su opinión no vinculante, convocando incluso en el caso de TVE un referéndum (como permite el art. 52).

Con posterioridad a la entrada en vigor del Estatuto de Informativos se elaboró un Manual de Estilo de la Corporación RTVE (2010)¹¹. A diferencia de sus precedentes, que sólo recogían normas de estilo lingüístico, este documento aborda todo el proceso de creación de contenidos (y no sólo los de carácter informativo, como el Estatuto de Información) y distingue entre radio, televisión y medios interactivos.

¹¹ <<http://manualdeestilo.rtve.es>>_(Consulta: 6/08/12).

Según declara, su propósito es recoger un conjunto de “pautas y recomendaciones, cuya finalidad es orientar hacia el máximo rigor periodístico el trabajo de los profesionales no sólo de la información sino de todos los ámbitos, géneros y formatos presentes en la programación de RTVE”. Su naturaleza es bien distinta a la del Estatuto. Aunque su existencia era un viejo anhelo en las redacciones, la iniciativa parte de la dirección de RTVE, que forma una comisión con directivos y profesionales de los distintos medios. No tiene, por tanto, el carácter de pacto interno del Estatuto, cuya modificación requiere el acuerdo de los informadores y RTVE, sino de directrices empresariales, que la empresa puede modificar unilateralmente. Pero estas directrices, a diferencia de los principios éticos contenidos en el Estatuto, vinculantes para trabajadores y directivos, son pautas y recomendaciones, referencias a tener en cuenta por todos, pero cuyo no respeto no da lugar a una responsabilidad deontológica.

El Manual se remite a las directrices emanadas del marco normativo externo (legislación) e internos (Principios de Programación, Estatuto de Información, directrices del derecho de acceso, Estatuto del Defensor), pero se aclara que no se trata de un compendio y no exime del cumplimiento de estas normas. En su contenido se amalgaman principios editoriales, resumen de los usos periodísticos más frecuentes, normas de estilo, principios deontológicos (que se superponen con los del Estatuto), pero sobre todo normas de buena práctica profesional (la mayoría referentes al ámbito periodístico), recogidas con bastante detalle. En su contenido hay bastantes obviedades, pero también muchas pautas de utilidad, sobre todo relacionadas con el tratamiento de temas sensibles (por ejemplo, violencia de género, terrorismo) que vienen a recoger bastantes años de reflexión profesional.

El punto débil de este Manual es su proceso de elaboración. La comisión redactó el texto sin ninguna interacción con los profesionales que estaban llamados a ser sus destinatarios. El texto se ha editado como libro y se ha cargado en la web de rtve.es, pero no se ha establecido ningún proceso de discusión o actualización permanente. En este sentido, el contraste con las Guidelines de la BBC es abrumador.

También en 2010 la Corporación RTVE puso en vigor su Código de Autorregulación para la Defensa de los Derechos del Menor¹², que combina principios éticos y normas de buena práctica. El texto actual es un compromiso unilateral de RTVE, que endurece las obligaciones que la legislación impone a todos los operadores.

Estatuto, Manual y Código de Autorregulación confieren a RTVE un marco normativo interno que es garantía de independencia editorial y profesional y un compromiso con los derechos del público. En definitiva, marca distintiva del servicio público y valor diferencial de calidad con respecto a los operadores privados.

La influencia pionera del modelo anglosajón en España. Breve contextualización histórica

A finales de los años setenta del siglo pasado, el Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORTV) invitó a un profesional y docente británico, George Hills, a impartir conferencias y cursos a estudiantes, licenciados y profesionales de la comunicación españoles. Hills había estado vinculado durante 31 años a la BBC británica, ocupando diversos cargos como el de Director de adiestramiento de todo el personal de los Servicios Exteriores de la BBC. La presencia de Hills en nuestro país fue fundamental para que profesionales y futuros profesionales de la información audiovisual conociéramos los conceptos esenciales de un tipo de Periodismo audiovisual, centrado en rigurosas bases éticas y que explicaban la razón de ser de unos principios de deontología profesional sólidos y argumentados.

No debemos olvidar que España se hallaba en un período de transición a la democracia y la televisión estaba sometida al control gubernamental y a unas prácticas de manipulación informativa heredadas del franquismo y que se extendieron a lo largo de décadas. El IORTV desempeñó en esa época una labor extremadamente importante en la formación de los profesionales de la radio y la televisión pública de nuestro país. En su libro de referencia, *Los Informativos en Radio y Televisión*, editado por el propio IORTV, Hills (1981) se refería a conceptos

¹² <<http://codigodeautorregulacion.rtve.es/>> (Consulta: 07/08/12).

vinculados con el derecho a la información, la veracidad y la credibilidad de la información, el contrato tácito del periodista con la audiencia, el valor de la independencia del informador ante el poder político, etc., conceptos todos ellos que daban una visión absolutamente novedosa en relación a la concepción tradicional que la información audiovisual había mantenido en los medios de comunicación españoles. Los cursos impartidos dentro del IORTV destacaban aspectos éticos y deontológicos fundamentales para asentar el importante papel reforzador de la información audiovisual en el sistema político de un país que necesitaba recuperar un cierto pulso democrático.

El propio Hills reconoció el importante papel desempeñado por el equipo directivo del IORTV, liderado por Victoriano Fernández Asís a la cabeza y constituido por profesionales que también desempeñaron su labor docente en los primeros años de funcionamiento de la nueva Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Este equipo fue pionero en la aplicación de las enseñanzas de Hills, exponentes del modelo británico y de una nueva forma de concebir la información audiovisual en España en unos informativos de radio y televisión que rompieron moldes en su época. A partir de estas iniciativas pioneras, la BBC ha sido modelo para los profesionales españoles que han envidiado la independencia de sus compañeros británicos, su rigor, su especialización, sus excelentes medios y organización. Esta tendencia se ha visto reforzada en los últimos años por el valor de referente de las *guidelines* de la BBC.

Las *Guidelines* de la BBC

Las normas de estilo de la BBC han alcanzado reconocimiento internacional por recoger las directrices editoriales elaboradas por la radiotelevisión pública británica con la activa participación de sus profesionales. Las *Directrices Editoriales de BBC*¹³, (antiguamente *Guía del productor*), son un documento de referencia para cuantos profesionales trabajan en la institución, del que el periodista recibe una copia

¹³ Consideramos más acertado el término “Líneas editoriales”, sin embargo, hemos optado por utilizar en este texto el de “Directrices Editoriales”, ya que es el título de la traducción española de la *Guideline de BBC*, editada por la Asociación de la Prensa Española (2007). A veces mantendremos el término en inglés.

cuando se incorpora por primera vez a la corporación, además de firmar un contrato en el que se compromete a cumplir esas normas básicas. El Capítulo 2 de las *Guidelines*, titulado “Directrices”, da fe de su importancia:

“Las Directrices de la BBC se aplican a todos nuestros contenidos, independientemente de quien los realice, dónde y cómo se reciban. Las directrices son una herramienta de trabajo de los productores de contenidos de la BBC, ya sea de la propia casa o de productoras independientes, de la redacción o del departamento comercial, y les sirve para hacer frente a los difíciles asuntos editoriales que se plantean y a producir programas con personalidad propia, a veces polémicos, y otras clases de material, cumpliendo siempre con los más estrictos niveles editoriales y éticos.” (p.15)

Las *Editorial Guidelines* son elaboradas y actualizadas por una unidad de *Editorial Policy and Standards*, en continuo diálogo con profesionales y responsables editoriales. Cada profesional asume la responsabilidad editorial que le corresponde, en una cadena en la que el Director General es el máximo responsable editorial. De acuerdo con esa responsabilidad, cada profesional actúa conforme a las normas y pautas de las Directrices. Su conocimiento forma parte de sus obligaciones profesionales y para ello la *BBC Academy*, el centro de formación interno, organiza cursos sobre el desarrollo de cada uno de los principios editoriales¹⁴. Se espera que cada profesional aplique estos principios y haga un juicio en cada caso de cómo se confrontan con la práctica. Ante cualquier duda debe de elevar consulta a su inmediato responsable editorial. Este sistema de consultas (*referrals*) está en el corazón del proceso de producción de la BBC y “es una fuente de su fortaleza”. Estas consultas no sólo se desarrollan a lo largo de la cadena editorial, sino que se remiten a órganos de asesoramiento, especialmente el departamento legal. En los casos más conflictivos, las consultas son obligatorias (*mandatory referrals*). Todo programa debe superar una aprobación editorial que garantice su conformidad con las directrices. En el caso de los programas pregrabados se trata de una aprobación formal después de su visionado completo y en el caso de los programas en directo basta una aprobación genérica sobre sus contenidos previsibles.

Comparación de los modelos normativos español y británico

¹⁴ <<http://www.bbcacademy.com/academy/EditorialStandards>> (Consulta: 08/08/12).

El marco deontológico y profesional de RTVE ha ido configurándose en el proceso de grandes cambios experimentados por la radiotelevisión pública española y siempre con una orientación jurídico-política. Estas normas han sido adoptadas como algo extraordinario y constituyente, y no como un esfuerzo cotidiano por mejorar y adaptar el servicio público a circunstancias cambiantes. Justamente lo contrario que las Editorial Guidelines de la BBC¹⁵ desarrolladas a lo largo de los años y surgidas de la confrontación de los principios editoriales de la BBC con la práctica cotidiana.

En el caso español priman los enunciados de deber-ser (los principios programáticos contenidos en la Ley, desarrollados por el Consejo de Administración y traducidos en principios éticos en el Estatuto de Información); en cambio, en el británico la perspectiva es establecer directrices y orientaciones prácticas que permitan a los profesionales ajustar los contenidos a los principios editoriales¹⁶. Estas normas van dirigidas y se elaboran en diálogo con los profesionales, pero su ámbito se amplía más allá y alcanza a todas las personas a las que se encarga o suministran cualquier contenido (*supplying, commissioning*¹⁷), entre ellos los informadores *freelancers*¹⁸. Incluye las directrices editoriales para los programas de radio y televisión (*Editorial Guidelines*¹⁹), aclaraciones y orientaciones sobre las mismas (*Guidance*²⁰), guías sobre acontecimientos específicos como elecciones, recopilación de las decisiones de los reguladores²¹ (interno, Trust; externo Ofcom) y normas editoriales y libros de

¹⁵ La Asociación de la Prensa de Madrid editó en 2007 estas directrices en forma de libro bajo el título *Directrices editoriales: valores y criterios de la BBC* (<<http://www.apmadrid.es/images/stories/BBC%20DIRECTRICES%20EDITORIALES.pdf>> Consulta: 7-08-12). La página de su portal general para todas las guías de la BBC es <<http://www.bbc.co.uk/guidelines>> y específicamente para las directrices editoriales <<http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines>>(Consulta: 7-08-12). En este trabajo, las citas en castellano con referencia de página están sacadas de la edición realizada por la APM.

¹⁶ Aunque en este *corpus* predominen las recomendaciones y reglas pragmáticas, no por ello faltan mandatos imperativos (negativos y positivos). Véase el alcance de los términos “must” “must not”, “should”, “should not” y “may” en el glosario del *Future Media Standards and Guidelines*, <<http://www.bbc.co.uk/guidelines/futuremedia/glossary.shtml>> (Consulta: 7-08-12).

¹⁷ <<http://www.bbc.co.uk/supplying>>, <<http://www.bbc.co.uk/commissioning/delivery/index.shtml>>, (Consulta: 07/08/12).

¹⁸ <<http://www.bbc.co.uk/supplying/freelancers/index.shtml>>(Consulta: 07/08/12).

¹⁹ <<http://www.bbc.co.uk/editorialguidelines>> (Consulta: 07/08/12).

²⁰ <<http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/guidance>> (Consulta: 7-08-12).

²¹ <<http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/newletters/9/>> (Consulta: 07/08/12).

estilo para los nuevos servicios interactivos²². En definitiva, un corpus impresionante de normas de buena práctica en la que, aparentemente, se puede encontrar una orientación sobre cualquier supuesto, tanto sobre el contenido editorial como sobre la forma de presentarlo.

Los valores éticos que subyacen en los bloques normativos de RTVE y la BBC son muy similares. Hay coincidencia en el respeto a la verdad, imparcialidad (entendida en el caso de la BBC no sólo como no tomar partido, sino como por un compromiso de pluralismo), independencia editorial, equilibrio entre libertad de expresión y responsabilidad, servicio al interés público, respeto de la vida privada y protección de los menores. Quizá la mayor diferencia resida en el concepto de objetividad, muy propio de la cultura latina y desconocido como tal término para la anglosajona. La Ley 17/2006 señala entre las misiones del servicio público de RTVE “garantizar una información objetiva, veraz y plural” (art. 3. 2 b) y el Estatuto de Información establece como deber básico de los profesionales “ofrecer a la sociedad información de relevancia pública con veracidad, objetividad, imparcialidad...” (art. 8). El concepto de objetividad indica una adecuación entre la información y la realidad a la que representa, pero puesto que la realidad es multifacética -se objetiva- resulta imposible que la representación sea copia fiel del objeto y por eso las corrientes subjetivistas refieren el principio de objetividad a la actitud de honestidad intelectual de intentar aprehender toda la riqueza de la realidad y representarla lo más fielmente posible, siempre dentro de la propia orientación editorial que debe ser pública y transparente para el público. En el mundo anglosajón y en los valores editoriales de la BBC (*Guidelines*, section 1) esa aptitud intelectual se plasma en la exigencia de *accuracy* (1.2.2), esto es, exactitud, precisión, y *fairness* (1.2.3), que podríamos traducir como tratamiento equitativo (también como imparcialidad, pero en este caso la imparcialidad ya se exige separadamente). Otra diferencia es que entre los principios editoriales de la BBC se encuentra la transparencia (1.2.7), no mencionado como tal en los principios que rigen a RTVE y, más importante todavía, la referencia

²² *Visual Guidelines for web content* <<http://www.bbc.co.uk/gel>> *BBC Online Standards and Guidelines* y <<http://www.bbc.co.uk/guidelines/futuremedia>> (Consulta: 07/08/12).

a la audiencia como el centro de toda la actividad de la BBC (1.1) y la confianza y fiabilidad que ese compromiso con la audiencia debe generar (1.2.1).

Las Directrices de la BBC constituyen un sistema de autorregulación que estructura todo el funcionamiento, interno y externo, de la Corporación. Puede que esta sea la mayor diferencia con el corpus de autorregulación de RTVE, en la medida en que Estatuto de Información y Libro de Estilo se presentan más como referencias formales que como pautas insertas en la práctica cotidiana.

Los profesionales ante las normas internas

Las Directrices de BBC supone una guía para sus propios profesionales y una referencia mundial sobre periodismo de calidad orientado al servicio público. Este es el caso de muchos profesionales de Televisión Española, que vieron durante mucho tiempo un modelo normativo en estos textos. Así se manifestó en el proyecto “Información, Formación y Entretenimiento: productores, televidentes y contenidos en BBC y TVE2” desarrollado por el Grupo GITEP de la Universidad Carlos III, justamente en los mismos años en los que se gestaba el Estatuto de Informativos de RTVE. Los anhelos comunes, pero también las diferencias de contexto, se pusieron de manifiesto en un Seminario que reunió a profesionales de BBC y RTVE en el Campus de la UVa en Segovia²³

La cultura de empresa de la televisión pública británica se fundamenta en la continua reflexión y en el intercambio de experiencias sobre el trabajo diario. Este método promueve una dinámica continuada de “estudio de caso” para que este instrumento de comunicación no pierda actualidad y pueda mantener siempre su labor de servicio público. Los profesionales de la BBC invitados a ese Seminario remarcaban que en cada una de sus actuaciones profesionales debían tener presente el carácter de servicio público de la BBC.

²³ “Información, Formación y Entretenimiento: productores, televidentes y contenidos en BBC y TVE2”, 10 y 11 de febrero de 2009. Organizado por el Grupo de investigadores GITEP (Grupo de Investigación sobre Televisión Pública), compuesto por investigadores de la Universidad de Valladolid, Universidad Carlos III de Madrid y de la California State University Northridge (USA). Dentro de la investigación titulada “Información, Formación y Entretenimiento: productores, televidentes y contenidos en BBC y TVE2”

Los profesionales británicos reconocen a estas Directrices como una útil herramienta de trabajo, con el compromiso de “ofrecer en sus programas y servicios los niveles de calidad editoriales y principios éticos más altos, tanto en el Reino Unido como en el resto del mundo” (p.9). Los profesionales no sólo asumen los valores del servicio público (exactitud, precisión, veracidad, sinceridad, franqueza, imparcialidad, diversidad de opiniones, integridad, independencia, respeto a la intimidad, respeto a los menores, responsabilidad) enumerados en el Capítulo 1, sino que a lo largo de todo el texto encuentran directrices concretas para hacer efectivos esos valores en cada caso concreto.

Es importante el énfasis en la buena reputación y el prestigio de la institución, de los cuales sus profesionales son conscientes, además de la insistencia en la labor de servicio público y en la responsabilidad hacia la audiencia. Estos tres aspectos aparecen ligados a los principios de precisión y exactitud:

“El compromiso de la BBC con la exactitud y la precisión es un valor editorial esencial y fundamental para nuestro prestigio. Nuestra información debe basarse en fuentes contrastadas y pruebas solventes, y ser presentada con un lenguaje claro y preciso. Seremos sinceros y francos con lo que no sepamos; evitaremos la especulación infundada.” (p.23)

Para la BBC la exactitud y la precisión son más importantes que la rapidez, lo cual se resume en su famoso lema “*better to be right than to be first*” (“mejor estar en lo cierto que ser los primeros”), e implica evaluar “todos los hechos e información relevantes para llegar a la verdad”. Por eso -dicen los profesionales británicos- cuando se detecta algún error los directivos asumen que “cuando no funciona es porque la gente no se da cuenta de lo que está haciendo... No piensan que puede haber otro punto de vista en otra perspectiva de las cosas”, pero eso no quita que errores reiterados lleven a revisar la norma.

Los profesionales británicos tienen asumido como uno de sus principales valores su responsabilidad hacia la audiencia, que las Directrices recogen en estos términos: “La BBC es responsable ante su audiencia. Su permanente confianza en la BBC es parte fundamental de nuestra relación”. Esto significa que BBC basa su interacción con el público en una relación de responsabilidad y confianza: no defraudar a la audiencia para que ésta siga creyendo en ellos. Todo esto implica, además, sinceridad

al admitir los errores y “el hábito de aprender de ellos” y fomentar el contacto con la audiencia, lo cual incluye proporcionar al público información sobre quejas que se reciben y las medidas que se adoptan en cada momento.

Este binomio “responsabilidad-confianza” en el que BBC basa su relación con la audiencia actúa sobre la búsqueda constante del equilibrio entre lo que los profesionales consideran importante y las demandas del público, siempre teniendo en cuenta que éste es un grupo heterogéneo. A este respecto, BBC valora enormemente la interacción con el público y ofrece los servicios y medios adecuados para que éste pueda expresar sus quejas, preferencias, opiniones, etc.

Los profesionales de BBC corroboran esa responsabilidad que tienen los periodistas ante la audiencia, ante la propia noticia y sus protagonistas, y ante los valores y directrices de la BBC. El periodista tiene siempre una responsabilidad en relación a los principios marcados por BBC, pero tiene la posibilidad y a la vez la obligación, de dirigirse a los diferentes departamentos de asesoría, para anticipar consultas en caso de duda sobre la forma de abordar un contenido concreto. A mayor importancia y polémica del tema, más importante deberá ser la persona consultada. Para casos que puedan ocasionar a la cadena problemas legales, BBC cuenta con su propia Asesoría Legal de Programas (PLA). Existen además otros Departamentos de asesores y especialistas, como son los servicios lingüísticos del World Service, editores especialistas en recogida de información, unidad de investigación política, Departamento de Religión y ética, Departamento de Ciencias, Unidad de Historia Natural. Todas estas asesorías están orientadas a salvaguardar los valores y principios de BBC, así como a la mejora y el aprendizaje ante las diferentes casuísticas de la labor periodística.

De todo lo anterior se podría deducir que la búsqueda constante de equilibrio es el eje en torno al que gira el trabajo de BBC y que es un principio interiorizado y justificado constantemente por los profesionales de la institución. Se trata de garantizar ese equilibrio que está en la base de una televisión de servicio público: equilibrio entre libertad de expresión, responsabilidad y fidelidad a las normas

editoriales, entre contenidos y respecto a la audiencia, entre calidad editorial y principios éticos, entre la reflexión continua sobre las directrices y la experiencia de los profesionales.

La cultura corporativa de la BBC obliga a recoger la experiencia de los redactores y a poner en negro sobre blanco todas las posibles casuísticas a las que se enfrenta el periodista que trabaja la información audiovisual y multimedia. La cultura de RTVE es muy distinta, como ponen de manifiesto sus profesionales. A poco de la aprobación del Estatuto de Informativos el texto era apreciado, pero se manifestaba la desconexión entre principios y práctica.

Además de las Directrices y el sistema de asesorías, los profesionales de BBC cuentan con una formación y entrenamiento constantes, apreciados por sus profesionales. La formación -piensan- propende a un periodismo activo, de calidad y novísimo. La formación es algo muy importante, porque el mundo de la comunicación cambia tan rápidamente, con tanta frecuencia, que, simplemente, hay que cambiar con él, dicen los profesionales.

La formación en la BBC está absolutamente definida y el detalle de algunos de esos cursos da idea de una sistemática que busca la especialización de los profesionales. El entrenamiento de BBC puede incluso llegar a ser personalizado, con el objeto de sacar el mayor partido del potencial de cada profesional con ofertas de cursos a la carta. No obstante, este ideal de la especialización contrasta con una tendencia de los últimos años a la formación todoterreno, que está desembocando en una reducción e incluso en la desaparición de algunas funciones especializadas o de apoyo al especialista. Este hecho plantea entre los propios profesionales el debate de a dónde se dirige el periodismo hoy en día, acompañado del temor de que formar periodistas multimedia lleve a un deterioro en la calidad de la producción. Algunas de las cuestiones en este sentido son: ¿Hasta dónde puede llegar esa formación multimedia en la que profesiones claramente establecidas desde hace muchos años pueden ser deficitarias o frivolar con respecto a que el periodista pueda llevar la cámara y cubrir una información sin problemas? ¿Hasta dónde llega ese carácter todoterreno?

Estos interrogantes tienen que ver, por una parte, con contenidos acerca del estilo y, por otra, con contenidos acerca de la formación y los cambios en las rutinas profesionales.

Algunos profesionales de TVE corroboran este cambio en el modo de trabajar, y el hecho de que cada vez es más frecuente que un solo periodista lleve a cabo múltiples funciones a la hora de cubrir una noticia: redactor, cámara, montaje, sonido, etc. Esta tendencia se explica por diferentes motivos, según los casos: escasez de medios, imperativos económicos o de reducción de plantilla, la rapidez que exige la cobertura de determinadas noticias y, una opinión muy consensuada, a la accesibilidad en el manejo que las nuevas tecnologías otorgan a las herramientas de trabajo. No obstante, las opiniones de los profesionales ante este hecho varían y los periodistas más jóvenes no consideran que este modo de trabajar sea un problema grave siempre que se cuenten con buenos medios. Esta visión denota un cambio en la concepción del periodismo y la enorme confianza puesta en la tecnología, como suplente incluso de los recursos humanos y por encima de una buena formación.

Conclusiones

Libros de estilo y normas de buena práctica son esenciales para garantizar que los valores del servicio público de la radio y la televisión se hagan realidad. RTVE y BBC coinciden en los valores y en su desarrollo en normas de buena práctica, pero los procedimientos y la aplicación cotidiana son distintos. La BBC y sus normas internas han sido un modelo para RTVE, especialmente en su Libro de Estilo. RTVE aporta un desarrollo más detallado de los derechos de los profesionales y órganos de participación, que no encajan en la cultura corporativa de la BBC. El riesgo para RTVE es que estas conquistas queden desnaturalizadas por la permanente amenaza de *gubernamentalización* que lleva sufriendo RTVE desde sus orígenes.

Confrontadas estas normas con la vivencia de los respectivos profesionales se encuentra un mayor aprecio por parte de los británicos, aunque hay que advertir que en el caso de los españoles estas normas han tenido todavía poco recorrido. La investigación ha mostrado una clara superioridad de la BBC en una serie de aspectos

estrechamente relacionados con el trabajo diario: formación continua y asesorías; una cultura de bienvenida y una estructura corporativa que todos los profesionales conocen; la comunicación interna y el trabajo en equipo; la confianza y un cierto orgullo de pertenencia a la institución, así como la consciencia de prestigio y buena imagen externa; la interacción con la audiencia y el uso de los canales de participación; la interiorización de responsabilidad ante la audiencia y la idea de televisión como servicio público.

Estos puntos que están en todos los discursos de BBC, tanto en las *guidelines* como en las palabras de los propios profesionales, constituyen una asignatura pendiente de TVE como institución. Esto significa que mientras hay coherencia y consenso entre el discurso institucional de BBC y el de sus profesionales, en el caso de TVE, no sólo hay diferencias significativas entre los propios profesionales respecto a estos temas, sino que se aprecia una gran brecha entre los criterios y principios éticos defendidos por los profesionales y la praxis dentro de la corporación, el desarrollo de su labor y los recursos con los que cuentan.

Los profesionales españoles manifiestan menor grado de identificación con su empresa que los británicos. Del buen funcionamiento de estas normas internas y, sobre todo, de los consejos de informativos, depende que en el futuro puedan sentir el mismo orgullo que los trabajadores de la BBC.

Referencias

ALSIUS, S. (1999): *Codis ètics del periodisme televisiu*, Barcelona: Ed. Pòrtic.

Asociación de la Prensa de Madrid (2007): *Directrices y valores editoriales. Valores y criterios de la BBC*, Madrid: APM.

<[http://www.apmadrid.es/images/stories/BBC%20DIRECTRICES%20EDITORIAL ES.pdf](http://www.apmadrid.es/images/stories/BBC%20DIRECTRICES%20EDITORIAL%20ES.pdf)> (Consulta: 04-08-12).

BBC (2012): *Editorial Guidelines* <<http://www.bbc.co.uk/guidelines/guidelines/>> (Consulta: 07/08/12).

Consejo de Europa, *Resolución 1003 de la Asamblea, Declaración sobre Ética del Periodismo*, <http://assembly.coe.int/Documents/AdoptedText/TA93/ERES1003.HTM> (Consulta: 2/08/12).

Consejo para la Reforma de los Medios de Titularidad Pública (2005): Informe ><http://www.rtve/files/70-22883->

FICHERO/ESTATUTODEINFORMATIVOSMAYO2008> (Consulta: 6/08/12)

DÍAZ ARIAS, R. (2008): “El Estatuto de Información de la Corporación RTVE: independencia editorial e independencia profesional en un marco deontológico”. En *El derecho a la información judicial*, Valencia: Fundación COSO, 221-241.

<<http://eprints.ucm.es/5750>> (Consulta: 2-08-12).

DÍAZ ARIAS, R. (2012): “El pluralismo interno, clave del servicio público de RTVE”. En Lamuedra, M. (coord.), *El futuro de la televisión pública. La necesaria alianza con la ciudadanía*, Madrid: Editorial Popular, 127-146.

Federación Internacional de Periodistas (FIP). *Código Deontológico*,

<<http://www.ifj.org/docs/ETHICS-S.DOC>> (Consulta: 2-8-12).

HILLS, G. (1981): *Los Informativos en Radiotelevisión*, IORTV, Madrid.

MENDIETA, S. (1993): *Manual de Estilo de los Servicios Informativos de TVE*, Madrid: Labor.

PÉREZ CALDERÓN, M. (1985): *Libro de Estilo de los Servicios Informativos de TVE*, Madrid: RTVE.

RETIS, J.; LAMUEDRA, M. y G. MATILLA, A. (2010): *Los informativos diarios en BBC y TVE*. Madrid: Ediciones de la Torre.

Reuters: Handbook, <http://handbook.reuters.com/indexphp/Main_Page> (Consulta: 2-08-12).

RTVE (1981): *Principios Básicos de Programación*,

<<http://www.canalaudiovisual.com/ezine/books/sitiolegisla/Principios.html>>

(Consulta: 05/08/12).

RTVE (2010): *Código de autorregulación para la protección de los derechos del menor*, (Consulta: 07/08/12).

WHITE, A. (2008): *To tell the truth. The ethical journalism initiative*, FIP. En:

<http://ethicaljournalisminitiative.org/pdfs/EJI_book_en.pdf> (Consulta: 02/08/12).