



Para citar este artículo: Polledo-Zulueta, Y. (2025). La investigación sobre ética periodística en España: ¿moda académica o conciencia científica? *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 18(1). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.14298>

LA INVESTIGACIÓN SOBRE ÉTICA PERIODÍSTICA EN ESPAÑA: ¿MODA ACADÉMICA O CONCIENCIA CIENTÍFICA?

Research on Journalism Ethics in Spain: Academic Trend or Scientific Awareness?

Investigação sobre ética jornalística na Espanha: moda acadêmica ou consciência científica?

Yenisley Polledo-Zulueta, *Universidad Rey Juan Carlos (España)*
yenisley.polledo@urjc.es

Recibido: 15 de marzo de 2024

Aprobado: 14 de noviembre de 2024

Fecha de prepublicación: 20 de febrero de 2025

RESUMEN

En los últimos años la comunidad académica española ha sido testigo de un repunte de la producción científica sobre ética de la comunicación en el ámbito periodístico. El objetivo de este artículo es conocer si el interés por investigar esta temática es resultado de una moda académica o de una genuina convicción sobre la importancia de desarrollar estos estudios en el actual contexto mediático español. Para abordar este asunto, analizamos el criterio de once investigadores, con experiencia en la dirección de proyectos y grupos de investigación, dedicados al estudio de la ética de la comunicación mediática en el ámbito de las universidades españolas. A partir de la aplicación de entrevistas semiestructuradas, indagamos sobre la pertinencia de la ética periodística y sobre los elementos que activan la voluntad de investigarla. En este proceso, además, nos centramos en localizar y analizar



las sincronías argumentales presentes en los discursos registrados. En los resultados se identifican criterios que sitúan a la conciencia científica como soporte de la indagación sobre ética de la comunicación mediática en el contexto español.

Palabras clave: investigación; ética de la comunicación; periodismo; discurso científico; España.

ABSTRACT

In recent years, the Spanish academic community has witnessed a surge in scientific production on communication ethics within the field of journalism. This article aims to determine whether the interest in researching this topic stems from an academic trend or a genuine conviction about the importance of developing these studies in the current Spanish media context. To address this issue, we analyze the perspectives of 11 researchers with experience leading projects and research groups focused on the study of media communication ethics within Spanish universities. Through semi-structured interviews, we explore the relevance of journalism ethics and the factors driving the willingness to investigate it. Additionally, we focus on identifying and analyzing the discursive convergences present in the recorded narratives. The results highlight criteria that position scientific awareness as the foundation for inquiry into media communication ethics in the Spanish context.

Keywords: Research; communication ethics; journalism; scientific discourse; Spain.

RESUMO

Nos últimos anos, a comunidade acadêmica espanhola tem assistido a uma recuperação da produção científica sobre a ética da comunicação no campo jornalístico. O objetivo deste artigo é saber se o interesse em investigar este tema resulta de uma moda acadêmica ou de uma convicção genuína sobre a importância do desenvolvimento desses estudos, no atual contexto midiático espanhol. Para abordar a questão, analisamos os critérios de 11 investigadores com experiência na direção de projetos e grupos de pesquisa, dedicados ao estudo da ética da comunicação midiática, no âmbito das universidades espanholas. Por meio de entrevistas semiestruturadas, investigamos a relevância da ética jornalística e os elementos que ativam o desejo de investigá-la. Nesse processo, também nos concentramos em localizar e analisar as sincronias de enredo presentes nas falas gravadas. Os resultados identificam critérios que colocam a consciência científica como suporte para a pesquisa da ética da comunicação midiática no contexto espanhol.

Palavras-chave: pesquisa; ética da comunicação; jornalismo; discurso científico; Espanha.



El periodismo es uno de los principales reguladores del comportamiento psicosocial de los individuos y ejerce una incontestable influencia en el proceso de formación de la opinión pública. A tenor de esta realidad, los individuos son más conscientes del poderoso rol que juegan los discursos periodísticos a la hora de moldear sus percepciones y, por ende, son más reticentes a la hora de consumirlos. En este escenario, la ética periodística tiene a bien modelar marcos de actuación que protejan a los sujetos de posibles desvaríos comunicativos. De ahí la centralidad de la ética en la praxis discursiva de los medios de comunicación.

La ética periodística, entendida también como ética de la comunicación mediática (Díaz-Campo, 2015; Díaz-Campo & Segado-Boj, 2017), se asume en el contexto de este estudio como el ente comportamental que dirige la conciencia de los profesionales de la comunicación durante el ejercicio informativo en el entorno de los medios de comunicación. En este punto es importante asumir que la ética periodística tiene como propósito definir las obligaciones morales de los periodistas y fijar las normas que deben ser observadas por estos con vistas a mantener la integridad de la profesión (López-Talavera, 2016).

Así, en el campo de nuestro análisis, la ética se consideraría como una construcción normativa de la conducta, capaz de ofrecer a todos los profesionales la capacidad de actuar correctamente durante el desempeño de su profesión (Buxarrais, 2004). En consecuencia, la ética se establece como un requisito indispensable para evaluar la propia conducta discursiva y, por ende, para analizar el funcionamiento de cualquier acción colectiva de comunicación.

Para desarrollar un periodismo garante de la democracia y del derecho a la información veraz, resulta imprescindible el ejercicio de lo ético. Ello es así porque entendemos la ética como un criterio transversal de la calidad de la acción humana, ‘una ortopraxis’ que define no solo las formas de actuar, sino también los valores que vertebran el sentido de esa acción.

En la actualidad, la ética periodística atraviesa una etapa crítica (Rodrigo-Alsina & Cerqueira, 2019) como consecuencia del desarrollo tecnológico y del radical ataque a dos puntos cardinales de la actividad informativa: la verdad y la objetividad (Suárez-Villegas, 2015). Si a ello añadimos los acelerados procesos de digitalización que se suscitan en el ámbito periodístico y la creciente implementación de tecnologías generativas basadas en inteligencia artificial en medios de comunicación tradicionales y emergentes, observaremos los sustantivos desafíos éticos que se ciernen sobre la práctica de la excelencia periodística.

Hace poco más tres lustros, el periodismo en España enfrentó uno de los períodos más complejos de su historia reciente. El inicio de la crisis económica en 2008 desencadenó una etapa desafiante para la empresa periodística que se tradujo en el aumento de los despidos en las salas de redacción, una mayor precariedad laboral, una disminución en la calidad de los contenidos y, a la postre, en importantes afectaciones para la ética en la profesión periodística (Gutiérrez-Cuesta et al., 2016; García & Arasanz, 2019; Figueras-Maz et al., 2012; Iglesias, 2004; Blanco-Herrero et al., 2020; Moreno & Sánchez, 2023; Gómez-Mompart et al., 2015).

Superados los desafíos económicos, hoy algunos de los retos éticos del periodismo español se asocian a la digitalización de contenidos (Palacio, 2021) y, por ende, a cuestiones fundamentalmente vinculadas con las nuevas formas de gestión periodística en el área digital (López-Golán et al., 2019), la verificación de noticias y fuentes (Teira & Elías, 2021), la administración, difusión y manejo de noticias a través de las redes sociales (Goyanes et al., 2021) y la interacción con una audiencia digital prosumidora (Ruiz, 2003).



A partir de estas dinámicas, se percibe con meridiana claridad cómo la mayor parte de los desafíos de la ética en la profesión periodística española se concentran efectivamente en la precisión y la veracidad informativas (Micó et al., 2008; Cruz, 2016; Suárez-Villegas, 2014). No obstante, a estos hemos de sumar otros elementos no menos relevantes que comprometen la objetividad noticiosa, como pueden ser la transparencia informativa, la relación periodística con las fuentes, los procesos de verificación de noticias, la independencia periodística y el activismo partidista o ideológico.

Reflexionar de forma continua sobre estos desafíos conduce inexorablemente a asumir un firme compromiso con aquellos principios de actuación que sostengan la credibilidad y la integridad del periodismo en la era digital. Pero para ello resulta imperioso comenzar desarrollando una investigación científica sobre ética de la comunicación mediática, que auxilie a la práctica periodística en el ámbito de la producción, difusión y evaluación de noticias.

De tal modo, la comunidad científica ha de centrarse en el impulso de una investigación sobre ética periodística fecunda, que amplíe el número de estudios transdisciplinares, que apueste por la sistematización continua de conocimientos y que pondere el estudio continuado de los valores éticos discursivos en el periodismo (García de Torres & Farmer, 2017). Como es lógico, esta posición desestima cualquier acercamiento científico de naturaleza efímera o frugal sobre cuestiones relacionadas con el ejercicio ético del periodístico y repele toda actitud o comportamiento científico marcado por la superficialidad y la falta de seriedad.

La investigación española sobre ética periodística

En términos institucionales, la investigación española sobre ética periodística o mediática fraguó a expensas del respaldo dado por varias asociaciones y sociedades científicas, entre las que figuran la Ethics of Society and Ethics of Communication (IAMCR), la European Communication Research and Education Association (ECREA), la Asociación Española de Investigadores en Comunicación (AE-IC) y, cómo no, la Asociación de Docentes e Investigadores en Ética y Deontología de la Comunicación (ADIEDEC), esta última sin actividad científica actualmente.

Como resultado, el avance de las investigaciones españolas sobre ética mediática ha sido notable, especialmente en los últimos cinco años. Esto se evidencia, por ejemplo, en los cientos de artículos publicados en los monográficos promovidos por revistas como *El Profesional de la Información* (núm. 2, 2017), *Estudio sobre el Mensaje Periodístico* (núm. 4, 2023), *Comunicar* (núm. 72, 2022), *Revista Mediterránea* (núm. 2, 2022); *Index.comunicación* (núm. 2, 2024); *Dígitos: Revista de Comunicación Digital* (núm. 10, 2024).

A ello, por supuesto, hemos de sumar el medio centenar de estudios sobre ética de la comunicación mediática publicado en dos revistas insignes del campo, *Revista Latina de Comunicación Social* y *Comunicar*, y entre los que hallamos artículos ampliamente referenciados sobre ética profesional de los periodistas (Mauri-Ríos et al., 2020; Suárez-Villegas et al., 2017), deontología (Suárez-Villegas & Cruz, 2016; Suárez-Villegas, 2015), desinformación y *fact-checking* (Sanahuja & López, 2023; Aguado-Guadalupe & Bernaola-Serrano, 2020; Valera-Ordaz et al., 2022) y rendición de cuentas (Rojas & Ramón, 2017), entre otros.

El libro académico, el más tradicional de los espacios para la promoción del conocimiento científico, también da cuenta del florecimiento de la investigación sobre ética periodística. Entre las publicaciones que constatan esta afirmación podemos citar títulos como *Ética y periodismo: autorregulación, códigos, estatutos de redacción y otros*



documentos” (Editorial Paidós); *Comunicación responsable: deontología y autorregulación de los medios* (Editorial Ariel), firmados ambos por el investigador Hugo Aznar Gómez; y *Ética periodística: principios, códigos deontológicos y normas complementarias* (Servicio Editorial Universidad del País Vasco), bajo la autoría del investigador Juan Carlos Pérez-Fuentes.

A estos ejemplos añadimos todas las obras de carácter académico registradas en la colección *Ética de la Comunicación* (Editorial Tecnos), tutelada por el investigador Hugo Aznar Gómez. Esta colección de investigaciones académicas y guías de recomendaciones hasta el momento tiene publicadas cinco obras, entre las que se sitúan títulos como *Autorregulación de la comunicación social* (Aznar & Mercado, 2023); *Tratamiento ético de la violencia de género en los medios* (Sánchez-Ramos et al., 2024); *Ética de la comunicación ambiental y del cambio climático* (Mercado & Teso, 2024); *Vulnerabilidad y comunicación social: fragilidad humana en la esfera pública* (Aznar & Rodríguez-Borges, 2024); y *Tratamiento ético de la inmigración en los medios* (Rodríguez-Borges, 2024).

El impulso de la actividad investigadora sobre ética periodística no solo resulta perceptible a través de la publicación de artículos y libros académicos, sino también por medio de los distintos congresos que le sirven de altavoz. En este sentido, debemos destacar el Congreso Internacional en Ética y Derecho de la Información (CIEDI), organizado por la Fundación coso de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad; y el Congreso Internacional de Ética de la Comunicación (Media Ethics Conference), auspiciado por la Universidad de Sevilla.

El primero de estos espacios se convirtió en un encuentro internacional de referencia para presentar proyectos e iniciativas relacionadas con la deontología del periodismo y la responsabilidad de los medios. En las nueve ediciones desarrolladas entre 2002 y 2010 este espacio proyectó más de 70 investigaciones de una particular diversidad, entre las que se pueden localizar estudios acerca de:

- desafíos éticos y jurídicos de la comunicación en el ámbito de las nuevas tecnologías (Vallés Copeiro del Villar, 2003; Yuste, 2003; Infante-Naranjo, 2005);
- objetividad de la información (Rausell Köster, 2003; Lecaros, 2003);
- formación en la ética informativa (Urzúa, 2003; Aguirre, 2003; Urzúa-Aracena, 2004);
- ética en la comunicación social (Aznar, 2003);
- autorregulación como espacio de libertad informativa (Muñoz, 2004);
- derechos y responsabilidades de los usuarios en el ciberespacio (Trudel, 2005);
- recomendaciones éticas para los medios (Aznar, 2005); y
- autocrítica de los profesionales de la información (Peris, 2005).

Por su parte y tras ocho ediciones, Media Ethics Conference continuó en la línea de indagar sobre los valores éticos dentro de la cultura periodística española, estimulando de esta forma la metainvestigación sobre ética de la comunicación (Maciá-Barber, 2013; Díaz-Campo, 2015; Alende et al., 2017; Díaz-Campo & Segado-Boj, 2017; Redondo-García & Caffarel-Serra, 2022).

El conjunto de la actividad académica registrada demuestra que la investigación científica española en el ámbito de la ética periodística ha experimentado y sigue experimentando un notable crecimiento en los últimos quince años. No obstante, resulta completamente válido cuestionar si esta dinámica investigadora responde a



una cultura científica influenciada por la ‘moda académica’ o si está respaldada por una auténtica conciencia científica que garantizará la perdurabilidad de esta línea de investigación en el tiempo.

Cuando planteamos el término moda académica, hacemos referencia a un acercamiento frívolo y frugal a la investigación sobre ética periodística. En tal orden de ideas, la moda académica señala una práctica científica que de forma puntual y oportuna comienza a escrutar los fenómenos sociales que son tendencia, pero que luego desaparece sin dar tiempo a la sistematización de las áreas y objetos de estudio en ese campo de investigación. Cuando este fenómeno se entrona en la comunidad científica bajo la máxima de ‘publicar o perecer’ (Moosa, 2018), la producción científica se incrementa de forma significativa. No obstante, su naturaleza efímera resulta en deficiencias en la sistematización de los estudios y en el decrecimiento epistemológico del área.

Desde nuestra perspectiva, el fenómeno ‘moda académica’ emerge en ámbitos científicos en los que no se registra una percepción clara sobre la pertinencia de investigar determinados objetos de estudio. De este modo, la falta de discernimiento sobre la pertinencia y el valor social de la investigación, y la ausencia de un compromiso científico genuino fomentan la percepción de una investigación efímera e insustancial.

En el lado opuesto tenemos a la ‘conciencia científica’, una postura a partir de la cual se percibe y asume la acción de investigar como un recurso transformador. En consecuencia, desde esta posición la investigación se planea en el largo plazo y, por ende, se construye a partir de objetivos científicos que aspiran a explicar, evaluar e incluso intervenir procesos y fenómenos sociocomunicativos. Esta conciencia científica parte de reconocer el valor de un área de investigación y de comprometerse científicamente con su estudio, incluso después de finalizada su popularidad en el ámbito académico. A partir de ahí, la conciencia científica es un reflejo del compromiso científico, la dedicación y la responsabilidad que los investigadores asumen en la realización de su trabajo, a fin de contribuir al avance del conocimiento y de la sociedad.

Investigar estos dos enfoques resulta esencial a efectos del espíritu científico que deseamos que caracterice esta actividad de investigación. Y es que, aunque desde ambos extremos pueden desarrollarse estudios relevantes y pertinentes, toda investigación que se sustente en un interés pasajero termina socavando las posibilidades de desarrollo científico de su área. Toda construcción científica alrededor de la ética periodística es de extrema necesidad para el crecimiento epistemológico del área. Por lo tanto, detectar el espíritu que cataliza la investigación sobre este espacio de conocimientos resulta fundamental.

En este espacio de investigación inferimos que los estudios sobre ética periodística en España no siguen una lógica asociada a la moda. Desde nuestra percepción, la conciencia científica de los investigadores españoles se evidencia, por ejemplo, en la constante pluralidad de las líneas de investigación que estos vienen atendiendo en las distintas plataformas congresuales organizadas en los últimos tres lustros. No obstante, a fin de dilucidar si es la conciencia científica o si es la moda académica lo que estimula la generación de conocimientos sobre ética periodística, nos hemos propuesto centrarnos en conocer ¿qué percepción poseen los investigadores españoles acerca de la pertinencia y el valor social de la investigación sobre ética de la comunicación mediática en España? De este modo, y dependiendo de la importancia que los investigadores asignen a dicha investigación, podremos discernir si sus enfoques científicos están respaldados, o no, por una auténtica conciencia científica.



Metodología

Para hacer efectivo el escrutinio de la percepción en torno a la investigación de la ética de la comunicación en España, convenimos en analizar juicios expertos y, por ende, asumir el ‘discurso’ como unidad de análisis. Alertados sobre la complejidad del concepto de discurso, pero conscientes de la necesidad de evitar ambigüedades en torno a este término, consideramos pertinente definirlo como aquella “forma de interacción oral y escrita, que reproduce opiniones, expresiones, valoraciones y/o consideraciones particulares y que fija posiciones frente a los distintos fenómenos sociales”. En este ámbito, el ‘enunciado’ supuso la unidad primaria de análisis.

Un análisis centrado en la acción discursiva debe nutrirse de criterios de autoridad, derivados de una muestra de investigadores con experiencia, reconocimiento académico e implicación sistemática con las estructuras de producción y transferencia de conocimiento científico sobre ética de la comunicación. A partir de este criterio, establecimos que nuestros intervinientes ya no solo debían oscilar en la investigación sobre ética de la comunicación, sino que, necesariamente, debían acoplarse a uno de los siguientes perfiles:

- Investigadores con doble competencia en la dirección de grupos de investigación y en la coordinación de PI+D vinculados con el estudio de la ética de la comunicación en universidades españolas.
- Investigadores altamente productivos en la publicación de artículos científicos sobre ética de la comunicación, amparados por PI+D.

Para la selección del primer grupo, optamos por localizar a todos los sujetos que, en los últimos quince años (2007-2022), ejercieron como directores de grupos de investigación y como investigadores principales de PI+D, afines al estudio de la ética de la comunicación. Una vez delimitados y contrastados ambos corpus, procedimos a la selección de los siete sujetos con experiencia en ambas gestiones y, a partir de ahí, estructuramos la primera muestra.

Para la conformación del segundo grupo de investigadores, se procedió al diseño de una base de datos que incluyó a los autores de todos los artículos científicos sobre ética de la comunicación, vinculados a PI+D de igual naturaleza. Este grupo se ordenó según el valor numérico de la producción atribuida, de modo tal que en el tope de la lista se ubicaron los investigadores con mayor número de artículos publicados, independientemente de su posición como firmantes. En este punto y con el propósito de hacer coincidir el valor de ambas muestras, también decidimos seleccionar a los siete sujetos mejor posicionados.

Luego de cotejar ambos grupos y depurar las duplicidades producidas por la coincidencia de investigadores en ambos perfiles, resolvimos centrarnos en el discurso de 11 sujetos (7 varones y 4 mujeres), pertenecientes a siete universidades y cinco comunidades autónomas distintas. Con el fin de efectuar un correcto tratamiento de los datos personales de los entrevistados,¹ procedimos a anonimizar todos los registros que incluyesen los nombres, la universidad o la trayectoria profesional de los entrevistados, a fin de dificultar su identificación. En consecuencia, durante esta investigación todos los intervinientes aparecen identificados con números aleatorios que velan su identidad.

¹ Normativa de protección de datos de carácter personal, según el Reglamento Europeo 679/2016, del 27 de abril, y la Ley Orgánica 3/2018, del 5 de diciembre, sobre Protección de Datos de Carácter Personal y Garantía de los Derechos Digitales.



Para identificar las percepciones en torno a la investigación sobre ética de la comunicación en España, decidimos examinar la categorías de análisis: *significación de la investigación* (ver tabla 1).

Esta categoría analizó los juicios emitidos acerca de la pertinencia y valor social de nuestro objeto de estudio para el ámbito social. De esta forma, pudimos determinar si la investigación en cuestión se desarrolla al amparo de una conciencia comprometida o si solo se asume como una moda, sin futuro a largo plazo.

Tabla 1. Categorías y subcategorías para el análisis del discurso de la investigación sobre ética de la comunicación en España

Categorías de análisis	Subcategorías	Definición de las subcategorías
Significación de la investigación sobre ética de la comunicación	Valor social	Rol del objeto de estudio dentro de la sociedad.
	Pertinencia	Beneficios del objeto de estudio en el ámbito social y en el contexto español.

Fuente: elaboración de la autora.

En esta fase de la investigación, consideramos factible hacer uso de las entrevistas semiestructuradas por su operatividad, pero, sobre todo, por su capacidad para extraer “la voz de los participantes, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal y como fueron expresadas por ellos mismos” (Sandín, 2003, p. 121).

En esta dirección, diseñamos un cuestionario de dos preguntas aplicado entre los meses de enero y octubre de 2023. En este sentido, las preguntas fueron las siguientes: ¿cuál es el valor social de la investigación sobre ética periodística? y ¿en qué sentido es pertinente la investigación sobre ética periodística en el contexto social y mediático español?

Dada la diversidad de opciones tecnológicas que nos asiste actualmente y la dispersión geográfica de los investigadores seleccionados, procedimos a desarrollar las entrevistas haciendo uso de dos formatos distintos: la entrevista oral y la entrevista escrita. En el primero de los casos, se concertaron tres audioconferencias y dos videoconferencias cuyos registros quedaron disponibles para su posterior transcripción. En el segundo caso, se concibió un breve espacio virtual para responder las interrogantes de los entrevistados acerca del tema por tratar y, posteriormente, se facilitó a los entrevistados las preguntas por escrito, vía correo electrónico, para un desarrollo libre y sin límites de espacio. En todos los casos se garantizó el anonimato de los sujetos intervinientes en el estudio, a fin de evitar la contaminación de opiniones entre ellos.

Durante el trabajo de campo cuidamos de propiciar la espontaneidad de los discursos, y de no subestimar las omisiones explícitas, las obviedades o las expresiones generadoras de temores o ansiedad, todo ello con el fin de obtener referencias útiles de las representaciones, imágenes o imaginarios sobre nuestro objeto de estudio.

Es importante destacar que en ningún caso pretendimos dotar de representatividad los datos recogidos. Nos hallamos ante una investigación exploratoria y los resultados derivados de la aplicación de este protocolo han de ser interpretados desde esta perspectiva. En tal sentido, resulta presumible que los discursos analizados en esta investigación difieran de otros, y ello en sí mismo es razón suficiente para plantearnos, a futuro, la realización de estudios que contemplen más actores y niveles de examen.



Para procesar los registros audiovisuales y escritos derivados de la aplicación de las entrevistas semiestructuradas, acudimos al análisis crítico del discurso (Van Dijk, 2017) y en esta dirección comenzamos seleccionando de forma sistemática y manual todos los enunciados y recursos argumentativos emitidos por los sujetos entrevistados sobre nuestras categorías y subcategorías de análisis.

Esta dinámica permitió categorizar los discursos en estructuras semánticas y representaciones sociocognitivas (Colussi et al., 2023); tematizar los enunciados más relevantes hallados en los discursos; prestar atención al argumento empleado por los sujetos para defender sus razonamientos; e identificar la relación existente entre los distintos juicios, a partir de dos posibles escenarios:

- **Relación de contrariedad/contradicción:** referida a juicios antagónicos que se oponen entre sí y se contradicen. En este caso también aludimos a criterios discrepantes, disonantes y en contrasentido.
- **Relación de implicación:** referida a juicios concordantes y que operan en el mismo sentido. En este caso también aludimos a criterios coincidentes y armónicos.

Este proceso de codificación discursiva fue abordado desde el método inductivo, es decir, a través de la lectura de los registros textuales de las entrevistas y de la generación de códigos iniciales de análisis (Gomes-Franco et al., 2022). La categorización, por su parte, se realizó a partir de la identificación de las unidades de análisis (enunciados) con mayor importancia y carga simbólica, y luego de un proceso de selección y tasación de frases y expresiones literales de los entrevistados.

Para desarrollar este proceso, optamos por una gestión manual de los datos, obviando así el uso de *softwares* de análisis y procesamiento cualitativo. A pesar de ello pudimos etiquetar y relacionar los contenidos clave de cada uno de los discursos y someterlos a interpretación.

Resultados

A juicio de los profesores expertos del campo, la investigación sobre ética de la comunicación resulta cardinal para contener y corregir los desvaríos mediáticos que emergen en una sociedad discursivamente saturada. En otras palabras, estudiar esta área urge ya no solo por lo cambiante del ecosistema comunicativo y mediático en el que operamos, sino por “el complejo contexto de crisis sistémica del periodismo” (experto 5). Según los entrevistados, este contexto de crisis comunicativa se halla mediado por dos elementos de naturaleza sincrona: “La sobreinformación y la proliferación de desinformación”.

En este aspecto llama la atención la unanimidad de criterios que problematizan la “sobreinformación a la que la ciudadanía se haya expuesta y la creciente tendencia a encontrarnos con noticias de fuentes de poca credibilidad, *fake news* y campañas generadas por actores que quieren manipularnos” (experto 11). De acuerdo con los investigadores, el origen de estas problemáticas se ubica en “las facilidades del entorno digital y en los multiformes canales de comunicación a nuestra disposición” (experto 11). Por tales motivos, el concurso de voces apuesta por hallar aliados en la investigación, a fin de dar respuesta a los múltiples retos éticos y deontológicos a los que se expone el ejercicio profesional de la comunicación.

Es este punto es vital destacar que todos los criterios recogidos convienen en ponderar la investigación sobre la ética periodística en el espacio periodístico. Para justificar esta postura, el concierto de voces nos señala de



una u otra forma una contundente premisa: “Sin ética, no hay periodismo; sin periodismo, no hay democracia” (experto 1). Las reflexiones en este sentido son claras y sincrónicas: “Un periodista desprovisto de herramientas éticas y deontológicas ¿cómo va a poder controlar los desfases, las manipulaciones, los intentos de control que los actores políticos tienen hacia los medios de comunicación, por ejemplo?” (experto 11). Por lo tanto, todos coinciden en considerar que, desde la investigación, urge generar “mecanismos reguladores y autorreguladores lo suficientemente útiles como para contrarrestar la desinformación reinante y crear productos comunicativos de calidad” (experto 9).

Estos contundentes enunciados no dan lugar a dudas. El reclamo unánime de los expertos apunta hacia el desarrollo inminente de una investigación que solvete las preocupaciones éticas que suscita el ámbito periodístico. En esa tónica y conscientes de la urgencia del tema, los expertos advierten que, “si la academia no dota a los periodistas de mecanismos para autorregular la profesión, rendir cuentas ante la ciudadanía, cumplir unos estándares, respetar unos derechos mínimos de la sociedad y autorregularse, estos terminarán perdiendo el poder de fiscalizar al poder” (experto 11).

Estos argumentos exponen una profunda comprensión sobre la importancia de investigar la ética para ejercer un periodismo de calidad, responsable y útil. Pero, además, muestran compromiso por generar una investigación que ayude a los medios y preserve el derecho a la información veraz de la ciudadanía.

La ética es una dimensión transversal a la actividad comunicativa, por lo tanto, esta transversalidad debe manifestarse también en el momento de abordar su investigación, si lo que pretendemos es proteger todo espectro comunicativo de prácticas discursivas nocivas. Para ello, conforme con los sujetos entrevistados, es imprescindible que el acercamiento científico al ámbito de la ética periodística sea consistente, estable y duradero, y, en consecuencia, ajeno a todo rasgo de superficialidad o frivolidad.

Cuando los investigadores convienen en reconocer el papel medular de la ética en el ámbito del periodismo, avalan implícitamente la pertinencia de gestionar su estudio a partir de un espíritu de profunda conciencia científica. Ello a la postre señala el compromiso de estos con una investigación consistente en el tiempo e interdisciplinar, que termine beneficiando a todos los sujetos mediáticos.

En las respuestas procesadas resultó alentador hallar convergencias a la hora de asumir que la investigación sobre ética de la comunicación se hace pertinente en la medida en la que es capaz de generar herramientas que perfeccionen las prácticas discursivas de quienes tienen la misión de informar. Estas prácticas, por ejemplo, “pueden darse en el abordaje comunicativo de cuestiones como la cobertura de conflictos bélicos, atentados terroristas, etc.” (experto 6), que son momentos en los que la dimensión humana demanda criterios reguladores y autorreguladores.

En este contexto, el discurso de los expertos converge en un criterio unificado: la relevancia de la investigación sobre ética de la comunicación mediática actúa como el principal estímulo para desarrollar un estudio serio, sistemático y profundo en esta área temática.

Para los investigadores, todos los estudios que se materializan en el área que nos compete tienen el importante rol de develar si existe o no existe ética en la práctica comunicativa, o si se cumple o no con los estándares exigidos en el ejercicio de la profesión comunicativa. Sobre esta base, los entrevistados ratifican su compromiso con el desarrollo de una investigación empírica lo suficientemente aguda como para poder diagnosticar y solucionar las problemáticas que se suscitan en el espacio periodístico.



Tal y como registran algunas reflexiones, “sin una comunicación de calidad, y principalmente sin una información de calidad, se viene abajo el sistema democrático en el que, bien o mal, se ha asentado la civilización contemporánea” (experto 7). Es en este sentido que, a decir de los expertos, la investigación sobre ética de la comunicación que hoy se desarrolla en España no es, ni debe en un futuro ser, asumida como moda académica.

Discusión y conclusiones

Con base en los resultados obtenidos, se puede inferir que la dinámica de investigación sobre ética periodística en España está respaldada por una auténtica conciencia científica. Ello se infiere de la contundencia con la que los expertos entrevistados manifiestan que son sus convicciones sobre el valor social y la relevancia de los estudios sobre ética periodística quienes motivan y estimulan el proceso de investigación que desarrollan.

Otra evidencia que manifiesta la conciencia científica de los expertos es que, en sus evaluaciones, abogan constantemente por la configuración de una investigación trascendental que monitoree el comportamiento de los medios y guíe la calidad profesional e informativa de los periodistas en el corto, mediano y largo plazo. De este modo, los investigadores alegan promover, en sus prácticas investigadoras, una filosofía de estudio a largo plazo que se opone a los enfoques científicos superficiales y efímeros asociados a las modas académicas.

Para interpretar adecuadamente los resultados de este estudio, es fundamental establecer un diálogo dialéctico con investigaciones previas que permita comprender el significado de los discursos obtenidos dentro del contexto epistemológico de la investigación en comunicación.

En este sentido, y a la luz de lo expuesto por los estudios que serán referenciados, consideramos que lo verdaderamente relevante de estos resultados para el ámbito académico radica en su capacidad para demostrar cómo la conciencia científica en torno al estudio de la ética periodística se sostiene, a pesar de las tensiones que registra el proceso de investigación en comunicación en España.

Según los debates de la comunidad científica sobre la precariedad de la actividad investigadora, existen varios elementos que problematizan las dinámicas de investigación en el campo. Entre estos elementos se menciona la falta de recursos para la investigación; el sometimiento a las evaluaciones de la ANECA; las exigencias de publicar y visibilizar la investigación de forma alífera; la escasa madurez en las disciplinas de la comunicación; la triple condición de docentes, investigadores y gestores, que sobrecarga a gran parte de la comunidad científica; y la falta de una política clara de investigación en España (Piñuel-Raigada & Morales, 2023).

En esa misma línea, un estudio sobre las debilidades de la investigación en comunicación en nuestro país señalaba la escasa financiación de proyectos y grupos de investigación en los planes nacionales, y la desigual distribución de recursos de investigación entre universidades y regiones como flaquezas del proceso (Caffarel et al., 2018). Por otro lado, en un análisis sobre condiciones y rendimientos de la investigación en comunicación firmado por Gaitán et al. (2018), se registra cómo los académicos, salvo al referirse a instalaciones y laboratorios, evalúan negativamente las condiciones materiales que acompañan los procesos de investigación.

Casi un lustro después, en un análisis sobre juicios fácticos en torno a la práctica investigadora española, los autores Gaitán y Morales (2023) revelaron nuevos elementos que, *a priori*, podrían limitar la conciencia científica que actualmente exhiben los investigadores españoles dedicados al estudio de la ética periodística. Es así como, entre las debilidades de la práctica investigadora, el mencionado estudio registra reivindicaciones tales como los



bajos presupuestos de investigación; la escasa conexión con redes, sociedades de investigación y colegas latino-americanos; la falta de espacios para la investigación y la mercantilización de publicaciones y congresos (Gaitán & Morales, 2023).

En este panorama cabría pensar que las posibilidades de desarrollar una investigación sobre ética periodística con verdadera conciencia científica son ínfimas, y que la tendencia de asumir la investigación como un mero proceso de reconocimiento y no de conocimiento es un hecho consumado. Sin embargo, en los discursos de los investigadores comprometidos con esta investigación se observa una clara intención de superar estos obstáculos y, sobre todo, de alejarse de esa ‘zona de confort científica’ en la que se sucumbe a las modas académicas.

Por ello, insistimos. Pese a las problemáticas materiales, organizacionales e institucionales que enfrenta la investigación; a las presiones profesionales inherentes al acto de publicar o perecer; y a la ‘perversión’ del efecto ANECA (Caffarel-Serra et al., 2018), resulta revelador que la conciencia científica en torno al estudio de la ética periodística se mantenga latente, permitiendo que el abordaje de los objetos de estudio de esta área no se autolimita, contraiga o gestione de forma superficial.

En términos generales, y como se ha expuesto, consideramos que esta resistencia a las modas académicas responde a la alta estima de los investigadores por el valor social y la pertinencia de esta investigación sobre ética periodística. No obstante, también puede ser atribuible a condiciones macroestructurales positivas, como el dinamismo que experimentan las redes científicas nacionales (Caffarel-Serra et al., 2018); la calidad profesional del capital humano investigador español, tanto consolidado como emergente (Gaitán et al., 2018); y la cultura colaborativa española (Gaitán & Morales, 2023).

En este punto, resulta indispensable reflexionar sobre las futuras líneas de trabajo que podrían derivarse de este estudio. En tal sentido, la primera de las nuevas vías de investigación que se desprenden responde al diagnóstico de las percepciones de la comunidad científica en torno a los resultados de la investigación sobre ética de la comunicación desarrollada bajo la conciencia científica identificada. Profundizar en este aspecto permitiría abordar cuestiones fundamentales como ¿cuál es la percepción predominante en torno a la cantidad y calidad científica de la producción sobre ética de la comunicación en el ámbito universitario del país? Y también: ¿cuáles son las propuestas de reforma científica que podrían implementarse en caso de detectarse una percepción negativa sobre los elementos debatidos?

Con este conocimiento, se facilita la realización de análisis exhaustivos sobre el área de estudios, permitiendo interpretar y sistematizar sus aspectos más relevantes, tales como su dispersión temática y metodológica, al igual que los saberes y prácticas epistemológicas en las universidades españolas. Esto, sin duda, representaría un avance significativo en la generación de conocimiento dentro del área.

La segunda posible ruta para ampliar el trabajo iniciado consiste en analizar los escenarios y condiciones específicas bajo las cuales se desarrolla la investigación sobre ética de la investigación en España. El desarrollo de esta línea de trabajo permitiría obtener la percepción de los investigadores acerca de los factores y procesos de cambio que afectan la producción, reproducción y circulación de la investigación académica en esta área de estudio, impulsando así la conciencia científica.

Los análisis vinculados a ambas líneas de investigación no son novedosos en el ámbito de la investigación en comunicación y tienen sus precedentes en el trabajo desarrollado por el programa de generación de conocimientos “Mapas de la investigación en comunicación” (MapCom).



MapCom nace en la convocatoria estatal española de Proyectos I+D correspondiente al año 2013, bajo la tutela del catedrático emérito José Luis Piñuel Raigada y el profesor titular Dr. Juan Antonio Gaitán Moya. Esta iniciativa fue fruto del esfuerzo mancomunado del grupo de investigación MDCS, con sede en la Universidad Complutense de Madrid (UCM), y otros tres grupos con sede en la Universidad del País Vasco (EHU), la Universidad Jaume I (UJI) y la Universidad de Málaga.

Bajo el título “El sistema de investigación en España sobre prácticas sociales de comunicación: mapa de proyectos, grupos, líneas, objetos de estudio y métodos”, el primer proyecto (MapCom I) se planteó como objetivo “dar a conocer a la comunidad científica, a sus dirigentes y a quienes diseñan las políticas públicas de investigación, cuál es el panorama de esa investigación que se subvenciona” (Caffarel-Serra & Lozano-Ascencio, 2018, p. 2).

En una segunda fase (MapCom II), el proyecto se adelantó bajo un nuevo PI+D titulado “Mapa de la investigación en comunicación en las universidades españolas de 2007 a 2018”, que fue dirigido por la catedrática emérita Dra. Carmen Caffarel Serra y el profesor titular Dr. Carlos Horacio Lozano Ascencio. De tal forma, en su segunda etapa, MapCom se propuso contribuir a representar el desarrollo del sistema de investigación en España sobre prácticas sociales de comunicación, estudiando, prospectivamente, la investigación en comunicación y valorando la diversidad y complejidad de los procesos (Caffarel-Serra & Lozano-Ascencio, 2018).

El proceso de análisis propuesto en este trabajo si bien es positivo, también registra limitaciones por considerar. En tal sentido, la primera de ellas se localiza en los inconvenientes que acompañan al análisis cualitativo y que se asocian fundamentalmente a la imposibilidad de extrapolar los resultados a la población en su conjunto. En este contexto, se observa que la selección discrecional por conveniencia de los sujetos muestrales y las fuentes de sesgo e imprecisión, no siempre controlables, atentan contra la generalizabilidad de la información registrada. Esto se debe a que la construcción de un análisis basado en el criterio de solo once investigadores dificulta encontrar un número significativo de relaciones concomitantes o antagónicas en los discursos, lo que impide una triangulación efectiva de criterios y posiciones.

A partir de aquí, se entiende que una muestra más amplia y diversa de sujetos abriría el camino para registrar no solo el criterio de los directores de grupos e IP de proyectos de investigación asociados al estudio de la ética de la comunicación, sino también las expresiones de un espectro más amplio de agentes de la investigación. Entre estos se podrían incluir representantes de asociaciones científicas, editores de revistas científicas, directores de congresos e incluso investigadores predoctorales ligados a esta área de investigación. Este relato, si pudiera constituir un metadiscurso genérico, sería capaz de trascender los límites impuestos por cualquier particularidad y de amplificar un conjunto de criterios específicos compartidos socialmente.

Otra de las circunstancias que restringen este estudio se relaciona con la técnica de investigación adoptada. Si bien es cierto que las entrevistas semiestructuradas permiten observar e incorporar a la interpretación de los datos las expresiones verbales y no verbales, las reacciones inducidas, la emocionalidad y otros componentes subjetivos relacionados con los discursos (Knapp, 1982), existen técnicas como el Delphi y el Phillips 66 que son sustancialmente más sensibles a la hora de captar los juicios indicativos y fácticos de la comunidad científica sobre la naturaleza que motiva e impulsa el estudio de la ética de la comunicación mediática en el ámbito académico español.



Tras valorar críticamente las decisiones tomadas en el diseño del estudio, recomendamos a los investigadores interesados en nuestro problema de investigación la implementación alternativa de las dos técnicas mencionadas. En su aplicación habitual, el Delphi, tal como lo exponen Gaitán et al. (2023), “se muestra como la más adecuada para recoger estas perspectivas avanzadas sobre el análisis y la evaluación de los procesos y las condiciones de la investigación” (p. 139).

Por su parte, la implementación de una dinámica como el Phillips 66 no solo permitiría la jerarquización del criterio de los expertos (Gaitán & Morales, 2023), sino que, además, a partir de los debates grupales establecidos, proporcionaría reflexiones de naturaleza correctiva en las que se replanteen, de ser necesario, las motivaciones que impulsan los estudios sobre ética de la comunicación mediática.

Estas técnicas dialógicas poseen una particular forma de relacionar “los comportamientos sociales con las percepciones, explicaciones o evaluaciones de los actores individuales, en condiciones y contextos de producción de perspectivas y significados estructuralmente generalizables a los grupos de pertenencia y de referencia de los actores” (Gaitán & Piñuel-Raigada, 1998, p. 87). Por ende, ambas podrían registrar y representar mucho mejor los discursos sociales en torno al trasfondo motivacional de la investigación sobre ética periodística.

Hallar conciencia científica en la construcción de conocimientos sobre ética periodística nos hace inferir que, tras los estudios sobre ética periodística, subyace un proceso estructurado de generación de conocimientos marcado por un pensamiento crítico y analítico que aspira a integrar la ciencia en la vida cotidiana. Esto implica que existe un interés marcado por hacer que la ciencia salga de los espacios académicos y tenga aplicación en el ejercicio diario de los periodistas y en la resolución de problemas comunicativos reales.

En este contexto, se considera que la comunidad científica asociada al estudio de la ética mediática podría centrarse en fomentar más espacios de actividad colaborativa, con el objetivo de desafiar la investigación atomizada y competitiva. Ello podría ser el primer paso para constituir una sociedad científica sobre ética de la comunicación mediática, cuya capacidad organizativa promueva el diálogo y la discusión sobre la ética periodística en todos los niveles. Y es que así se abrirían las puertas a una investigación innovadora, más profunda y capaz de generar nuevas metodologías, teorías o enfoques que desafíen el pensamiento tradicional.

Referencias

1. Aguado-Guadalupe, G., & Bernaola-Serrano, I. (2020). Verificación en la infodemia de la Covid-19. El caso Newtral. *Revista Latina de Comunicación Social*, (78), 289-308. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1478>
2. Aguirre, M. (2003). La formación en la ética informativa. En Fundación coso (Ed.), *Veracidad y objetividad: desafíos éticos en la sociedad de la información* (pp. 27-42). Fundación coso de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.
3. Alende, S., Carballa, N. M., & Urchaga, J. D. (2017). Producción científica sobre ética y comunicación en España (2000-2015). *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 36, 1-6. <https://bit.ly/4eYuoFQ>
4. Aznar Gómez, H. (2003). Democracia y audiencias: el lugar de la ética en la comunicación social. En Fundación coso (Ed.), *Veracidad y objetividad: desafíos éticos en la sociedad de la información* (pp. 129-140). Fundación coso de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.



5. Aznar Gómez, H. (2005). Nuevas pautas y recomendaciones para unos medios más éticos. En Fundación coso (Ed.), *Información para la paz: autocrítica de los medios y responsabilidad del público* (pp. 157-168). Fundación coso de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.
6. Aznar Gómez, H., & Mercado, M. T. (Coords.). (2023). *Autorregulación de la comunicación social*. Tecnos.
7. Aznar Gómez, H., & Rodríguez-Borges, R. F. (2024). *Vulnerabilidad y comunicación social: fragilidad humana en la esfera pública*. Tecnos.
8. Blanco-Herrero, D., Oller Alonso, M., & Arcila Calderón, C. (2020). Las condiciones laborales de los periodistas iberoamericanos: diferencias temporales y geográficas en Brasil, México, Chile, España y Portugal. *Comunicación y Sociedad*, 1-39. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7636>
9. Buxarrais, M. R. (2004). Conflictos éticos en la gestión de la información: una mirada desde la deontología profesional. *BID: textos universitarios de biblioteconomía y documentación*, 13.
10. Caffarel Serra, C., & Lozano-Ascencio, C. (2018). *Memoria científico-técnica de proyectos coordinados. "Mapas de la investigación en comunicación en las universidades españolas de 2007 a 2018"*. Convocatorias 2018. Proyectos de I+D de Generación de Conocimiento y Proyectos de I+D+i Retos Investigación. Agencia Estatal de Investigación.
11. Caffarel-Serra, C., Ortega-Mohedano, F., & Gaitán Moya, J. (2018). Communication research in Spain: weaknesses, threats, strengths and opportunities [La investigación en comunicación en España: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades]. *Comunicar*, 56, 61-70. <https://doi.org/10.3916/C56-2018-06>
12. Colussi, J., Gomes-Franco e Silva, F., & Bayarri Toscano, G. (2023). Estrategias discursivas en los lives de Bolsonaro: entre la desintermediación, el populismo digital y la desinformación. *Fonseca, Journal of Communication*, 27, 192-214. <https://doi.org/10.14201/fjc.41197>
13. Cruz Álvarez, J. (2016). Impacto de las redes sociales en el trabajo periodístico: dilemas éticos y autorregulación profesional. En J. C. Suárez Villegas & J. Cruz Álvarez (Eds.), *Desafíos éticos en el periodismo digital*. Dykinson.
14. Díaz-Campo, J. (2015). Análisis bibliométrico de las tesis doctorales sobre ética de los medios de comunicación presentadas en España (1979-2013). *Doxa Comunicación*, 20, 65-88. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n20a3>
15. Díaz-Campo, J., & Segado-Boj, F. (2017). Análisis de la investigación sobre ética de la comunicación en España (1980-2015). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(2), 759-772. <https://doi.org/10.5209/ESMP.58014>
16. Figueras-Maz, M., Mauri-Ríos, M., Alsius-Clavera, S., & Salgado-De Dios, F. (2012). La precariedad te hace dócil: problemas que afectan a la profesión periodística. *El Profesional de la Información*, 21(1), 70-75. <https://doi.org/10.3145/epi.2012.ene.09>
17. Gaitán, J. A., Cáceres-Zapatero, M. D., & Morales Corral, E. (2023). Capítulo 7. Diagnóstico y prospectiva de los expertos sobre las convocatorias, los medios y los resultados de la investigación (Delphi, 2021). *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (20), 139-152. <https://doi.org/10.52495/c7.emcs.20.mic8>
18. Gaitán, J. A., Caffarel-Serra, C., Lozano, C., & Piñuel, J. L. (2018). Condiciones y rendimientos de la investigación en comunicación: la visión de los académicos. *cc: Cuadernos de Información y Comunicación*, 23, 105-123. <https://doi.org/10.5209/CIYC.60910>



19. Gaitán, J. A., & Morales Corral, E. (2023). Capítulo 8. Juicios fácticos sobre el futuro de los escenarios y las condiciones de la investigación: Phillips 66. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (20), 153-162. <https://doi.org/10.52495/c8.emcs.20.mic8>
20. Gaitán, J. A., & Piñuel-Raigada, J. L. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social*. Síntesis.
21. García Madariaga, J. M., & Arasanz Esteban, I. (2019). Aprendices explotados: precarización del trabajo periodístico a través de una lógica abusiva de becas y prácticas. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 37(1), 49-66. <https://doi.org/10.5209/CRLA.63819>
22. García-de-Torres, E., & Farmer, Y. (2017). Ética en los medios de comunicación: retos y oportunidades para la investigación. *Profesional de la Información*, 26(2), 153-157. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.01>
23. Gomes-Franco e Silva, F., Colussi, J., & Bayarri, G. (2022). El discurso desintermediado de Bolsonaro en Instagram: de ataques a la prensa a simulación de fake news. En A. Labio & R. Rubira (Coords.), *Comunicación, poder y pluralismo cultural: discursos y desafíos en la esfera pública digital* (pp. 239-263). Fragua.
24. Gómez-Mompart, J., Gutiérrez-Lozano, J., & Palau Sampio, D. (2015). Los periodistas españoles y la pérdida de la calidad de la información: el juicio profesional. *Comunicar*, 45, 143-150. <https://doi.org/10.3916/C45-2015-15>
25. Goyanes, M., Borah, P., & Gil de Zúñiga, H. (2021). Social media filtering and democracy: effects of social media news use and uncivil political discussions on social media unfriending. *Computers in Human Behavior*, 120. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106759>
26. Gutiérrez-Cuesta, J. J., Ruiz Aranguren, M., & Cantalapiedra González, M. J. (2016). La precariedad en el periodismo una historia de largo recorrido. En J. P. Marfil Medina & M. Römer (Eds.), *Retos del periodismo para el ejercicio responsable y libre de la profesión. Actas de las comunicaciones presentadas en el Congreso Universidad Camilo José Cela* (pp. 59-74). Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea.
27. Iglesias, M. (2004). Precariedad laboral de los periodistas, la mordaza de la prensa libre: tentación peligrosa de pasividad. En F. Sierra Caballero & F. J. Moreno Gálvez (Eds.), *Actas del III Encuentro Iberoamericano de Economía Política y Lógicas Culturales* (pp. 503-526). Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo, Universidad de Sevilla.
28. Infante Naranjo, M. J. (2005) Aproximación a la ética emergente de internet. En Fundación coso (Ed.), *Información para la paz: autocrítica de los medios y responsabilidad del público* (pp. 343-358). Fundación coso de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.
29. Knapp, M. L. (1982). *La comunicación no verbal: el cuerpo y el entorno*. Paidós.
30. Lecaros, M. J. (2003). Una mirada ética en torno al pluralismo, la objetividad y la información. En Fundación coso (Ed.), *Veracidad y objetividad: desafíos éticos en la sociedad de la información* (pp. 57-80). Fundación coso de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.
31. López-Golán, M., Rodríguez-Castro, M., & Campos Freire, F. (2019). La innovación de las radiotelevisiónes públicas europeas en la comunicación digital y las comunidades de usuarios. *Cuadernos.info*, (45), 241-255. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.45.1350>
32. López-Talavera, M. M. (2016). *Ética en los medios de comunicación: prensa, radio, tv y cine*. uoc.
33. Maciá-Barber, C. (2013). Ética periodística, I+D+i y transferencia del conocimiento. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19, 853-862. http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42168



34. Mauri-Ríos, M., López-Meri, A., & Perales-García, C. (2020). La ética profesional de los periodistas frente a los gobiernos y políticos: percepciones de los profesionales y ciudadanos en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, (77), 295-308. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1459>
35. Mercado, M. T., & Teso, G. (Coords.). (2024). *Ética de la comunicación ambiental y del cambio climático*. Tecnos.
36. Micó, J. L., Canavilhas, J., Masip, P., & Ruiz, C. (2008). La ética en el ejercicio del periodismo: credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en internet. *Estudos em Comunicação*, 4, 15-39.
37. Moosa, I. A. (2018). *Publish or perish: perceived benefits versus unintended consequences*. Edward Elgar Publishing.
38. Moreno Mesa, J. M., & Sánchez Decicco, W. (2023). Capítulo 6. Precarización y desinformación, un muro para la verificación: desafíos para la verdad informativa en el nuevo entorno de producción y consumo mediático. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (11), 121-140. <https://doi.org/10.52495/c6.emcs.11.p98>
39. Muñoz Saldaña, M. (2004). La autorregulación como espacio de libertad informativa: el paradigma de la comunicación comercial. En Fundación coso (Ed.), *Información, libertad y derechos humanos: la enseñanza de la ética y el derecho de la información* (pp. 227-234). Fundación coso de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.
40. Palacio Llanos, L. (2021). *Informe anual de la profesión periodística 2021*. Asociación de la Prensa de Madrid (APM).
41. Peris Amo, E. (2005). La autocritica de los profesionales de la información: los informes Hutton y Siegal. En Fundación coso (Ed.), *Información para la paz: autocritica de los medios y responsabilidad del público* (pp. 33-42). Fundación coso de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.
42. Piñuel-Raigada, J. L., & Morales-Corral, E. (2023). Capítulo 2. Los debates en la comunidad científica: la precariedad de la actividad investigadora. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (18), 33-54. <https://doi.org/10.52495/c2.emcs.18.mic7>
43. Rausell Köster, C. (2003). La objetividad de la información puesta en cuestión. En Fundación coso (Ed.), *Veracidad y objetividad: desafíos éticos en la sociedad de la información* (pp. 255-270). Fundación coso de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.
44. Redondo-García, M., & Caffarel-Serra, C. (2022). Investigación de la ética periodística en España (2007-2018): evolución y prospectiva. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 13(2), 13-30. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.20550>
45. Rodrigo-Alsina, M., & Cerqueira, L. (2019). Periodismo, ética y posverdad. *Cuadernos.info*, 44, 225-239. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1418>
46. Rodríguez-Borges, R. F. (2024). *Tratamiento ético de la inmigración en los medios*. Tecnos.
47. Rojas Torrijos, J. L., & Ramón Vegas, X. (2017). *Accountability* en las redes sociales: libros de estilo en continua evolución y retroalimentación a través de Twitter. *Revista Latina de Comunicación Social*, (72), 915-941. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1200>
48. Ruiz, C. (2003). *Ética de la audiencia: reflexión ética sobre el principio jurídico de libertad de información*. Grafite.



49. Sanahuja Sanahuja, R., & López Rabadán, P. (2023). Combatir la desinformación desde la gestión de fuentes: comparativa entre modelos periodísticos en el contexto del Covid-19. *Revista Latina de Comunicación Social*, (81), 446-473. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2023-1914>
50. Sánchez-Ramos, M., Zurbano-Berenguer, B., & Edo-Ibáñez, A. (2024). *Tratamiento ético de la violencia de género en los medios*. Tecnos.
51. Sandín-Esteban, M. P. (2003). *Investigación cualitativa en educación: fundamentos y tradiciones*. McGraw-Hill-Interamericana de España, S. A. U.
52. Suárez-Villegas, J. C. (2014). La verdad informativa como garantía del periodismo de calidad. *Dilemata*, 14, 85-97.
53. Suárez-Villegas, J. C. (2015). Aspectos éticos y deontológicos de la actividad periodística *online*: su percepción por los profesionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 91-109. <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1036us/06es.html>, <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1036>
54. Suárez-Villegas, J. C., Rodríguez-Martínez, R., Mauri-Ríos, M., & López-Meri, A. (2017). *Accountability y culturas periodísticas en España: impacto y propuesta de buenas prácticas en los medios de comunicación españoles (MediaACES)*. *Revista Latina de Comunicación Social*, (72), 321-330. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1167>
55. Suárez-Villegas, J. C., & Cruz Álvarez, J. (2016). Los dilemas deontológicos del uso de las redes sociales como fuentes de información: análisis de la opinión de periodistas de tres países. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 66-84. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1084>
56. Teira Serrano, D., & Elías Pérez, C. (2021). *Manual de periodismo y verificación de noticias en la era de las fake news*. UNED.
57. Trudel, P. (2005). Derechos y responsabilidades de los usuarios en el ciberespacio. En Fundación coso (Ed.), *Información para la paz: autocrítica de los medios y responsabilidad del público* (pp. 43-60). Fundación coso de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.
58. Urzúa, C. (2003). ¿Es posible educar e informar a la vez? Alcances para una respuesta racional. En Fundación coso (Ed.), *Veracidad y objetividad: desafíos éticos en la sociedad de la información* (pp. 279-286). Fundación coso de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.
59. Urzúa-Aracena, M. (2004). Algunas claves para la enseñanza de la ética informativa. En Fundación coso (Ed.), *Información, libertad y derechos humanos: la enseñanza de la ética y el derecho de la información* (pp. 317-326). Fundación coso de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.
60. Valera-Ordaz, L., Requena-i-Mora, M., Calvo, D., & López-García, G. (2022). Unraveling disinformation: notions and discourses from the Spanish population. [Desenredando la desinformación: nociones y discursos de la población española]. *Comunicar*, 72, 21-32. <https://doi.org/10.3916/C72-2022-02>
61. Vallés Copeiro del Villar, A. (2003). Desafíos éticos de las nuevas tecnologías. En Fundación coso (Ed.), *Veracidad y objetividad: desafíos éticos en la sociedad de la información* (pp. 43-56). Fundación coso de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.



62. Van Dijk, T. (2017). Análisis crítico del discurso. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 30, 203-222. <https://www.doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2016.n30-10>
63. Yuste, B. (2003). Aspectos jurídicos que afectan al periodista en el entorno digital. En Fundación coso (Ed.), *Veracidad y objetividad: desafíos éticos en la sociedad de la información* (pp. 299-315). Fundación coso de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.