

CÓDIGO ÉTICO DE DIRCOM

I. Preámbulo

La comunicación es la actividad fundacional de la especie humana. El ser humano se ha configurado como tal y se ha diferenciado del resto de las especies a través del contacto entre los individuos, el intercambio de información entre ellos y la puesta en común de sus sentimientos y emociones. El nacimiento de la imprenta fue la primera gran revolución de la comunicación tras la de la escritura, al maximizar su alcance y sus posibilidades. Desde entonces, la ética de escritores y escritoras, editores y editoras, historiadores e historiadoras, traductores y traductoras o periodistas ha sido una preocupación recurrente. Hoy, la revolución que vivimos en torno a las tecnologías de la información ha traído consigo nuevos retos y agentes.

Las sociedades democráticas son un modelo evolucionado de este proceso, en el que la comunicación se sitúa como elemento vertebrador de la confianza entre los individuos. Una confianza que culmina con la elección de los gobernantes y necesita mecanismos de control y equilibrio, todos ellos materializados en procesos de comunicación, que además se enfrentan a los retos planteados por la Inteligencia Artificial. También la sociedad civil (empresas, asociaciones, fundaciones e instituciones) ha ejercido su derecho a crear sus -narrativas específicas, se ha dotado de sus propios comunicadores y comunicadoras y se ha sumado a la gran conversación de la opinión pública.

En este modelo de sociedad, resulta crucial el papel de los y las profesionales de la comunicación como garantes de la transparencia y facilitadores del necesario derecho a la información de las personas. Estas funciones, tan necesarias para la sociedad, deben regirse por unos principios éticos para poder llevarse a cabo con garantías y así ayudar a la sociedad a ejercer sus libertades de manera informada.

Este código, que sustituye al anterior, en vigor desde 2002, es fruto de un extenso proceso de reflexión y participación dentro de la Asociación. Su objetivo es constituirse en la guía deontológica de obligado cumplimiento para los asociados y las asociadas de Dircom.

II. Finalidad

Este Código Ético contiene los valores y compromisos que inspiran las señas de identidad de Dircom, así como las pautas de conducta que les son exigibles a sus socios y socias, de acuerdo con sus estatutos. Constituye el modelo de comportamiento que debe inspirar la actuación de los socios y socias de Dircom con el fin de facilitar el mejor desempeño de su papel, elevar el nivel ético de la profesión, y contribuir a una sociedad bien informada, en el marco del respeto a los derechos fundamentales recogidos en el orden jurídico vigente.

III. Ámbito de aplicación

Según los estatutos de Dircom, el Código Ético es de obligado cumplimiento para todos los socios y socias de la Asociación y los que lo sean en el futuro en el desarrollo de su actividad profesional, bien sea de manera individual o dentro de una empresa o institución, independientemente del sector. Su incumplimiento es motivo de la adopción de medidas disciplinarias que podrían llegar a la expulsión de la Asociación, de acuerdo a los citados estatutos.

Dircom aplicará los principios de este documento en sus relaciones con los distintos grupos de interés y en el ámbito de su actividad como asociación.

Este Código Ético persigue elevar los principios éticos de la profesión más allá del mero cumplimiento de la normativa legal vigente.

IV. Valores y compromisos

1.- Valores irrenunciables y principios deontológicos fundamentales

Dircom tiene unas señas de identidad sólidamente establecidas que se proyectan tanto en el ámbito interno de la organización y sus integrantes, como en la relación con la sociedad en general:

- Defensa de la verdad
- Defensa de la libertad de expresión e información y derecho de réplica (amparados en la Constitución)
- Defensa y fortalecimiento de la pluralidad informativa
- Honestidad
- Integridad
- Transparencia
- Independencia

- Ética
- Lealtad
- Respeto a la dignidad de las personas en su diversidad
- Presunción de inocencia
- Vocación de servicio a la sociedad

2.- Cumplimiento de la legalidad y de las políticas y normas internas

En el ejercicio de su actividad, los socios y socias de Dircom deben cumplir la legalidad vigente en el lugar donde desarrollan su actividad y deben conocer, observar y cumplir las disposiciones del Código Ético de Dircom.

Es obligación de las personas asociadas a Dircom informar a la Comisión Deontológica acerca de los procedimientos judiciales, de organismos reguladores, administrativos o de cualquier otra índole que se incoen contra ellas y que, por su importancia o características, consideren que pudieran perjudicar la imagen, la reputación o los intereses de Dircom (ver punto V).

3.- Conflictos de interés

El Código Unificado de Buen Gobierno de Sociedades Cotizadas de la CNMV entiende por conflicto de interés aquellas situaciones en las que entran en colisión el interés de la sociedad y los intereses particulares. En cualquier tipo de organización empresarial, los conflictos de interés, cuando no se revelan, suponen una clara transgresión de los límites del director y la directora de comunicación y erosionan el prestigio de la profesión. Los socios y socias de Dircom deben actuar con transparencia, ética y honestidad para evitar prácticas engañosas que favorezcan intereses económicos, ideológicos, políticos o personales. Por lo tanto, los y las Dircom deben declarar, si los hubiese, posibles conflictos de interés.

4.- Conducta profesional y relación con el entorno

- a) En la relación con los **medios de comunicación**, los socios y socias de Dircom deben:
 - Facilitar información veraz, transparente, contrastada y de calidad a los y las profesionales de los medios.
 - No discriminar ni entre periodistas ni entre medios.
 - No utilizar los acuerdos institucionales y relaciones publicitarias y/o comerciales (anuncios, *branded content*, patrocinios, etc.) entre empresas y medios para interferir en el tratamiento editorial de las informaciones o en la difusión de información corporativa. Los acuerdos deberán incluir condiciones transparentes y objetivas.

Respetar la propiedad intelectual, autorías y cumplimiento del Reglamento Europeo de Protección de Datos RGPD.

- Sobre estas cuestiones tomarán como referencia el documento [Periodistas y directores de comunicación: Un compromiso ético para el futuro](#), firmado por Dircom, la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) y la Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE) del 29 de abril de 2021.

b) En el contexto de **las organizaciones en las que trabajan**, los socios y socias de Dircom deben:

- Cumplir la normativa aplicable y los principios de buen gobierno corporativo de las organizaciones a las que pertenecen. Promocionar activamente el Código Ético de las propias organizaciones.
- Ser veraces en los resultados de su actividad, utilizando métricas comúnmente aceptadas y diferenciando entre cobertura de medios pagados, ganados y propios.
- Aplicar los mismos criterios de veracidad, respeto a la legalidad y justicia a las actividades y contenidos de comunicación interna.
- Atender a las demandas externas que no vayan en contra de los legítimos intereses de sus respectivas empresas.
- Fomentar la igualdad, la diversidad y la inclusión en las organizaciones. Promover el acceso de las personas con discapacidad, tanto en las actividades de comunicación como en nuestros equipos.
- Fomentar la comunicación sobre la sostenibilidad y potenciar los criterios medioambientales, sociales y de buen gobierno (ESG) como uno de los intangibles fundamentales para un futuro sostenible y competitivo.
- Usar ética y responsablemente las nuevas tecnologías cuidando que los límites de la información profesional, opiniones vertidas y tono de las comunicaciones sean un reflejo de una forma de pensar respetuosa y apropiada.
- Utilizar con transparencia y responsabilidad los recursos y/o posibilidades que ofrece la Inteligencia Artificial, identificando en todo momento aquellos contenidos y narrativas que hayan sido generados exclusivamente por medio de aplicaciones de IA generativa.

- Contribuir con rigor a la lucha contra la desinformación y las *fake news*, no sólo siendo un ejemplo de transmisión de información veraz y contrastada, sino también de control y denuncia de malas prácticas.
- Seguir reglas transparentes y éticas en la contratación y la relación con los distintos proveedores y proveedoras del Departamento de Comunicación.

c) En relación con **las Administraciones públicas**, los socios y socias de Dircom deben:

- Cumplir con los requisitos de transparencia establecidos en la legislación y en los códigos de buen gobierno en las relaciones institucionales.
- Con carácter general, no podrán ofrecer, conceder, solicitar o aceptar, directa o indirectamente, regalos o dádivas, favores, invitaciones, ventajas o compensaciones en sus relaciones con las Administraciones públicas, con excepción de aquellos que sean de valor económico irrelevante, razonables y respondan a signos de cortesía éticos y responsables.

d) En relación con la **sociedad**, los socios y socias de Dircom deben poner todo de su parte para que prevalezca la información veraz y la transparencia en busca de una sociedad mejor informada y capacitada para la toma de decisiones.

e) La relación con las **consultoras de comunicación** debe guiarse por la Guía de buenas prácticas de la Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación (ADC), la Asociación Española de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos (AERCE) y Dircom.

V. Comisión Deontológica

La Comisión Deontológica tiene como funciones:

- a) Actuar como órgano consultivo en el ámbito de la ética profesional.
- b) Dirimir sobre los incumplimientos detectados o las denuncias recibidas por conductas de los asociados, en relación con los aspectos recogidos en los Estatutos y en el Código Ético.

c) La Comisión propondrá las actuaciones que considere oportunas a la Junta Directiva de acuerdo con lo contemplado en los Estatutos de la organización y el Código Ético.

d) La Comisión podrá recibir por encargo de la Junta Directiva la elaboración de propuestas o informes sobre cuestiones relacionadas con la deontología de esta profesión.

e) Los miembros de la Comisión Deontológica propondrán en un documento la operativa y procesos de su funcionamiento y actuaciones a proponer, que figurará como anexo al Código Ético, y que deberá ser aprobado por la Junta Directiva, incluyendo el establecimiento de un canal de denuncia e información sobre eventuales incumplimientos de este Código.

VI. Seguimiento y actualización

Dada la velocidad a la que se mueve el mundo en general y nuestra profesión en particular, es imposible abarcar todas las cuestiones que impactan e importan día a día a las personas que forman Dircom. Por lo tanto, este Código Ético es un documento vivo que deberá ir adaptándose a las nuevas necesidades de nuestra profesión. Se revisará en Junta Directiva cada tres años desde su entrada en vigor.