

Treball de fi de grau

Títol

The Newsroom i la representació de l'ètica periodística

Autor/a

Anna Maria Alsina Pérez

Tutor/a

Elisabet García Altadill

Departament	Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat
Grau	Periodisme
Tipus de TFG	Recerca
Data	02/06/2015

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

The Newsroom i la representació de l'ètica periodística

Castellà:

The Newsroom y la representación de la ética periodística

Anglès:

The Newsroom and the representation of journalistic ethics

Autor/a:

Anna Maria Alsina Pérez

Tutor/a:

Elisabet García Altadill

Curs:

2015/15

Grau:

Periodisme

Paraules clau (mínim 3)

Català:

representació, ficció, ètica periodística, periodisme, periodista, mitjans de comunicació, 'The Newsroom'

Castellà:

representación, ficción, ética periodística, periodismo, periodista, medios de comunicación, 'The Newsroom'

Anglès:

representation, fiction, journalistic ethic, journalism, journalist, media, 'The Newsroom'

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

El present treball de recerca estudia l'ètica periodística i la seva representació a la sèrie de ficció The Newsroom. L'estudi de cas es realitza a partir de l'anàlisi de diversos capítols, en base a unes variables proposades a partir del treball teòric. La investigació permet obtenir coneixements sòlids sobre els conceptes claus que s'analitzen, arribant a entendre la importància de l'ètica dins del treball periodístic.

Castellà:

El presente trabajo de investigación estudia la ética periodística y su representación en la serie de ficción The Newsroom. El estudio de caso se realiza a partir del análisis de diferentes capítulos, en base a unas variables propuestas a partir del trabajo teórico. La investigación permite obtener conocimientos sólidos sobre los conceptos clave que se analizan, llegando a entender la importancia de la ética dentro del trabajo periodístico.

Anglès:

This research studies the journalistic ethics and its representation in fiction TV series The Newsroom. The study of this case is done from the analysis of different episodes, based on some variables proposed from the theoretical work. The research allows us to obtain solid knowledge about the key concepts that are discussed, coming to understand the importance of ethics in the journalism.

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i el signa:

Anna Maria Alsina Pérez

***Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar en mà al tutor abans la presentació oral**

Als meus pares, per la seva confiança.

Al meu germà, per encoratjar-me a ser millor per ell.

Al Toni, per la seva inestimable ajuda i per la seva llum.

A l'Elisabet, per la seva paciència i bons consells.

A tots aquells que han cregut en mi.

“El empleo desafortado de comillas en declaraciones falsas o ciertas permite manipulaciones malignas y tergiversaciones venenosas que le dan a la noticia la magnitud de un arma mortal”

Gabriel García Márquez

INDEX

PART I. PLANTEJAMENT DEL PROBLEMA DE RECERCA	P. 1-3
Capítol I. Introducció	P. 1
1.1 Justificació de la investigació	P. 2
1.2 Objectius	P. 3
1.3 Preguntes d'investigació	P. 3
PART II. MARC TEÒRIC I CONCEPTUAL	P. 4 - 35
Capítol II. Periodisme com a quart poder	P. 4 - 8
2.1 Periodisme "Quart poder"	P. 4 - 5
2.2 Teoria de l'Agenda Setting	P. 5 - 6
2.3 Periodistes com a "WatchDogs" o Gatekeepers	P. 6 - 7
2.4 Teoria de l'Espirai del silenci	P. 7 - 8
Capítol III. Ètica	P. 8 - 31
3.1 Ètica periodística	P. 10 - 15
3.1.1 Ètica informativa: Convergència entre mitjans i periodistes	P. 11 - 15
3.1.1.1 La deontologia informativa	P. 12 - 13
3.1.1.2 Els codis deontològics	P. 13 - 15
3.1.2 Ètica dels mitjans: Garant del compromís ètic	P. 15 - 18
3.1.2.1 Els principis editorials	P. 15 - 16
3.1.2.2 Els llibres d'estil	P. 17 - 18

3.1.3	Ètica dels periodistes	P. 19 - 23
3.1.3.1	Veritat	P. 19 - 20
3.1.3.2	Veracitat	P. 20 - 21
3.1.3.3	Objectivitat	P. 21
3.1.3.4	Conducta del periodistes	P. 21 - 23
3.1.4	Autonomia dels periodistes dins les redaccions	P. 23 - 28
3.1.4.1	Els estatuts de redacció	P. 23 - 25
3.1.4.2	La clàusula de consciència	P. 25 - 26
3.1.4.3	El secret professional	P. 26 - 28
3.2	Responsabilitat social del periodista per a uns mínims ètics	P. 28 - 31
3.2.1	Aproximació al concepte	P. 28 - 29
3.2.2	Informe de la Comissió Hutchins	P. 29
3.2.3	Teoria de la Responsabilitat Social de la Premsa	P. 29 - 31
Capítol IV. Representació dels periodistes a la ficció		P. 32
Capítol V. La representativitat de l'ètica periodística dins The Newsroom		P. 33 - 35
PART III. HIPÒTESI D'INVESTIGACIÓ		P. 35 - 36
PART IV. METODOLOGIA		P. 37 - 50
Capítol VI. Disseny i estratègia de la recerca		P. 38
Capítol VII. Tipus de variables i nivell de mesurament		P. 38 - 42
Capítol VIII. Univers i mostra		P. 43 - 50
8.1	Delimitació i disseny de la mostra	P. 45 - 46
8.2	Selecció de les temàtiques	P. 46 - 50

PART V. ANÀLISI DE RESULTATS	P. 50 - 74
Capítol IX. Tractament ètic en les diferents temàtiques	P. 51 - 72
9.1 Moviments polítics: Tea Party	P. 51 - 55
9.2 Conflictes violents: Terrorisme	P. 56 - 60
9.3 Documents classificats: Operació Gènova	P. 61 - 63
9.4 Moviments socials: Occupy Wall Street	P. 64 - 66
9.5 El periodista i els conflictes de guerra: Àfrica	P. 67 - 69
9.6 El secret professional: Desacatament	P. 70 - 72
Capítol X. Discussió de resultats	P. 73 - 74
PART VI. CONCLUSIONS	P. 75 - 80
PART VII. BIBLIOGRAFIA	P. 81 - 85
PART VIII. ANNEX	P. 86 - 133
Capítol I. Codis d'ètica periodística	P. 86 - 88
Capítol II. The Newsroom: una aproximació	P. 89 - 111
2.1 Fitxa tècnica	P. 89
2.2 Temporades: Descripció dels continguts	P. 90 - 93
2.2.1 Sinopsis	P. 90 - 91
2.2.2 Primera temporada	P. 91
2.2.3 Segona temporada	P. 92
2.2.4 Tercera temporada	P. 93

2.3	Presentació dels personatges	P. 93 - 99
2.3.1	Personatges principals	P. 94 - 98
2.3.2	Personatges secundaris protagonistes	P. 98 - 99
2.4	El director de la sèrie: Aaron Sorkin	P. 99 - 101
2.5	HBO. La productora que va donar ales a Sorkin	P. 101
2.6	Introducció a les temàtiques	P. 102 - 111
2.6.1	Moviments polítics: Tea Party	P. 102 - 103
2.6.2	Conflictes violents: Terrorisme	P. 103 - 104
2.6.3	Documents classificats: Operació Gènova	P. 104- 107
2.6.4	Moviments socials: Occupy Wall Street	P. 107 - 109
2.6.5	El periodista i els conflictes armats: Àfrica	P. 109 - 110
2.6.6	El secret professional: Desacatament	P. 110 - 111
Capítol III.	Gràfiques de la investigació de camp	P. 112- 140
3.1	Taules representatives de les variables ètiques per temàtiques	P. 112 - 137
3.1.1	Moviments polítics: Tea Party	P. 112 - 119
3.1.2	Conflictes violents: Terrorisme	P. 120 - 123
3.1.3	Documents classificats: Operació Gènova	P. 124 - 128
3.1.4	Moviments socials: Occupy Wall Street	P. 129 - 131
3.1.5	El periodista i els conflictes armats: Àfrica	P. 132 - 134
3.1.6	El secret professional: Desacatament	P. 135 - 137

3.2	Total variables ètiques representades	P. 138 - 140
3.2.1	Variables ètiques representades per temàtiques	P. 138
3.2.2	Variables ètiques representades per temporades	P. 139-140

PART I. PLANTEJAMENT DEL PROBLEMA DE RECERCA

CAPÍTOL I. INTRODUCCIÓ

L'anàlisi de l'ètica periodística dins dels mitjans de comunicació ha estat sempre un tema que ha suscitat controvèrsia, ja que són molts els que atesos al que comporta ser èticament responsable prefereixen mirar cap a un altre costat i deixar que els interessos econòmics siguin els qui marquin les pautes del seu comportament.

Per tant, encara que ens trobem immersos dins de la Societat de la Informació i els processos tecnològics hagin canviat per complert la manera de funcionar dels mitjans, segueixen sent els periodistes els qui han de continuar controlant el procés, els continguts, així com la forma en la que es produeixen i quan es produeixen (Videla, 2004). Aquest fet és imprescindible per entendre la importància d'aquesta investigació, que basa tot el seu esforç en desgranar el concepte d'ètica periodística i veure com és la relació que manté tant amb els periodistes, com amb els mitjans de comunicació. Per tant, serà gràcies a l'elaboració del marc teòric amb el que podrem conformar una eina clau per entendre què és i què suposa ser professionalment ètics.

“La informació no pot existir sense informador, sense la persona i, per tant, sense la seva consciència” (Videla, 2004: 13). Amb aquesta frase volem resumir els trets fonamentals del nostre treball, on l'ètica es converteix en l'epicentre on tots els altres conceptes neixen i que es basa, sobre tot, en la persona que informa, en donar-li sentit a allò que diu i dotar-ho d'una qualitat palpable que no es pugui exercir sense una consciència comú característica de tots els professionals de la comunicació.

Així doncs, per poder analitzar la representació de l'ètica dins dels mitjans de comunicació hem escollit la sèrie de ficció nord-americana *The Newsroom*. El noticiari *News Night* serà l'escenari on succeiran i d'on s'extrauran els temes que analitzarem per tal d'arribar a saber, a través de la pertinent investigació de camp, si la sèrie suposa una representació de l'ètica adient al que s'estableix dins del marc teòric.

El treball pretén ser una eina d'investigació tant quantitativa, a través de l'anàlisi dut a terme establint les variables ètiques a analitzar dins dels episodis de la sèrie, com qualitativa, gràcies a l'anàlisi de les gràfiques resultants del previ anàlisi quantitatiu, que voldran donar resposta a les preguntes principals i a les hipòtesis que ens sorgeixin a través dels objectius fonamentals als quals volem arribar amb aquesta investigació.

1.1 JUSTIFICACIÓ DE LA INVESTIGACIÓ

El present treball planteja un estudi entorn al concepte d'ètica periodística que s'analitza dins la sèrie de ficció *The Newsroom*. Per una banda, sabem que quantificar un concepte tan abstracte com l'ètica ens portarà a desenvolupar un treball feixuc i ple de grans reptes però, per una altra, considerem que és un terme tan important que mereix l'esforç.

Així doncs, volem arribar a veure com en una sèrie de ficció dramàtica, com és *The Newsroom* i produïda en el marc de la indústria de Hollywood, es pot representar en un alt percentatge l'ètica periodística. Per tant, és imprescindible determinar quins són els nostres objectius i saber quantificar l'ètica a través d'una metodologia adient i que ens proporcioni resultats satisfactoris.

La importància de saber si la sèrie representa l'ètica periodística és cabdal per la nostra investigació, ja que desconeixem en quin percentatge ho fa i és l'objectiu principal al qual volem acostar-nos. Aquesta és la base de tota la recerca, tant teòrica com pràctica, per poder arribar a quantificar i donar respostes a totes les preguntes inicials que ens plantegem.

L'elecció de *The Newsroom* com a element d'estudi sorgeix de la necessitat de veure si les crítiques que havia anat rebent, tenien fonament en alguna base més profunda i sòlida que no només la visió subjectiva d'alguns periodistes o mitjans de comunicació que havien vist la sèrie com un insult a la professió i que representava una utopia del que realment és avui el periodisme.

A més, han estat molts els teòrics i investigadors que han dedicat els seus estudis a l'ètica periodística, establint-la com un tret fonamental que tots els periodistes i professionals de la comunicació han de conèixer per tal d'aplicar-la amb efectivitat.

Tanmateix, a través del nostre marc teòric i aprofundint en el treball de camp, volem donar una eina que serveixi per saber què és i què implica treballar sota l'ètica periodística, i com una sèrie de ficció pot arribar a representar allò que hauria de ser característic de tots els que treballen comunicant.

Per aquests motius volem analitzar la representació de l'ètica periodística a *The Newsroom* i veure, a través d'un anàlisi exhaustiu dels seus capítols, si realment representa els trets que se li atorgaven anteriorment.

1.2 OBJECTIUS

L'objectiu general de la investigació és analitzar la sèrie de ficció *The Newsroom*, per tal de saber si aquesta representa el que s'estableix com a periodisme ètic.

Per a poder arribar a complir aquest objectiu, haurem d'establir un pla de recerca que englobi tant la part teòrica com la part pràctica. Així doncs, començarem fonamentant la nostra investigació a través del marc teòric i definint àmpliament el concepte clau: l'ètica periodística.

Posteriorment, dins la investigació de camp analitzarem el nostre objecte d'estudi que serà la representació de l'ètica periodística dins *The Newsroom*. Els vint-i-cinc capítols que componen les tres temporades emeses, seran l'univers que escollirem per tal d'arribar el més satisfactòriament possible a l'objectiu establert. I la mostra s'extraurà d'aquells capítols que responguin a les temàtiques establertes com a importants i s'analitzaran a través de les variables seleccionades que s'obtindran del marc teòric.

Per tal d'assolir l'objectiu general és necessari definir un altre més concret, que ens permeti veure si la representació de l'ètica periodística depèn d'algun factor que, en aquest cas, s'ha establert que sigui les diferents temàtiques que es tracten i que engloben els temes cabdals de la sèrie.

1.3 PREGUNTES D'INVESTIGACIÓ

Per a poder aconseguir arribar als objectius marcats anteriorment, necessitarem plantejar-nos una sèrie de preguntes que seran el fil conductor durant tota la investigació:

→ La sèrie de ficció *The Newsroom* representa l'ètica periodística?

Aquesta seria la pregunta més genèrica del nostre treball però per poder respondre-la, necessitarem formular-ne algunes més concretes:

- Existeix algun factor que determini la representació d'aquesta ètica periodística dins la sèrie?
- Si existeix aquest factor, quina incidència té sobre la representació de l'ètica en el continguts de la sèrie?

PART II. MARC TEÒRIC I CONCEPTUAL

CAPÍTOL II. PERIODISME COM A QUART PODER

El periodisme ha experimentat una necessitat creixent de convertir-se en element clau dins dels sistemes comunicatius de les societats modernes. Aquesta tasca bàsica del periodisme que consisteix en ser mediador entre la informació i els ciutadans, els hi ha atorgat un cert poder, capaç de cisellar els pensaments i costums més bàsiques d'aquestes societats.

Així doncs, l'evolució que ha patit al llarg dels segles l'ha portat a ser considerat el “quart poder”. Aquest poder s'estableix dins les societats a la mateixa alçada que els que les regulen, com són: el poder legislatiu, l'executiu i el judicial. Però, com es possible que el periodisme hagi arribat a establir-se dins d'aquest *status*?

2.1 PERIODISME “QUART PODER”

“L'expressió va ser utilitzada per posar a la premsa en peu d'igualtat amb els grans poders de la nació; en el segle XX va ser adoptada per molts directors en les seves descripcions de la importància del periodisme, però en el present va perdre la seva naturalesa apel·lativa en la mesura en que la teoria dels altres poders va ser esborrada de la memòria, i posseeix una connotació una mica antiquada i afectada” (Mesquita, 2007: 78).

Així doncs, podem entendre que, en primer terme, van ser els propis mitjans els qui es van voler equiparar-se amb els altres poders de l'estat. Aquesta autoproclamació de “quart poder” sembla que ha estat un discurs que ha calat dins les societats i que, finalment, han legitimat aquest poder que avui sembla inqüestionable.

Per altra banda, sempre ha estat un debat quotidià el paper dels periodistes dins de les societats (Mesquita, 2007) i per tant, s'han de tenir clares quines són les seves competències i on s'estableixen els seus límits.

“La legitimitat de la presència del periodista en l'espai públic és un tema que, sent rarament abordat de forma explícita i argumentada, és objecte de debat quasi permanent dins la nostra societat.” (2007: 78 – 79)

Davant de tot aquest debat, també es planteja que la principal funció dels periodistes ja no només radica en la competència de recollir i tractar la informació sinó que, a més, ha d'analitzar, comentar i expressar la seva opinió. (Mesquita, 2007)

Per tant, ens trobem davant d'un entramat molt més complex del que es podria imaginar en primer terme. Saber que el "quart poder" està exercit per persones, les quals la seva tasca principal ja no es limita a tractar i difondre la informació, ens fa reflexionar si, realment, aquest poder està en mans d'aquests periodistes o existeixen altres forces molt més poderoses que els sotmeten a ser part però no a ser el tot.

Llavors, hem d'entendre que la legitimitat del periodista per autodefinir-se com a "quart poder" esdevé d'una sèrie d'influències exercides per altres poders externs (Mesquita 2007) que manipulen i controlen constantment el que succeeix a les redaccions de tots els mitjans internacionals.

Aquest "quart poder" no l'exerceixen directament aquells que treballen incansablement dins les redaccions, sinó que són els grups de pressió aquells qui mostren gran habilitat per a que els altres considerin que els periodistes són la mà qui ho mou tot, quedant a l'ombra qui realment ho controla i s'estableix com poderós.

Això ens permet concloure que els periodistes són part del mecanisme dels mitjans de comunicació per seguir establint-se com un poder indiscutible dins les societats però, coneixem que utilitzen altres eines per aconseguir que els ciutadans continuïn legitimant el seu poder, com són les dues teories següents que ens parlen dels mecanismes que empren per tal de construir societats que estiguin d'alguna manera sotmeses als seus interessos, resguardant-se en la necessitat de la gent d'informar-se i de tenir mitjans que els informin.

2.2 TEORIA DE L'AGENDA SETTING

Així doncs, per tal d'entendre l'exposat anteriorment sobre el poder dels mitjans, introduïm una de les teories que més han utilitzat els autors per descriure com aquests aconseguen influir dins les societats i com aquestes els legitimen.

La Teoria de l'Agenda Setting s'estableix com una corrent d'investigació sorgida als anys 70 als Estats Units que ha ajudat a poder entendre les eines emprades pels mitjans per persuadir al seu públic. Com s'extrau de l'obra *The Press and Foreign Policy* (1963) de l'autor Bernard Cohen: "els mitjans no sempre tenen èxit al dir a les persones

el que han de pensar però, sempre tenen èxit al dir-los en quins assumptes han de pensar” (Citat per Mesquita, 2007: 86).

Per tant, “els mitjans de comunicació determinen el marc dels temes i problemes socialment pertinents en una època determinada” (Mesquita, 2007: 86).

A més, seguint en aquesta línia Maxwell McCombs, que es constitueix com un dels impulsors de la corrent, estableix que: “la idea de base de l’Agenda Setting afirma l’existència d’una relació directa i casual entre el contingut de l’agenda dels mitjans i la subseqüent percepció pública de quins són els temes importants del dia” (Citat per Mesquita, 2007: 86).

Així, es pot sostroure que existeix una relació directa entre aquell èmfasi que els mitjans posen en un tema i la prioritats temàtica que després l’audiència manifesta un cop rebut l’impacte dels mitjans (Mesquita, 2007).

L’autor Enrique Saperas identifica quatre tipus d’agenda:

La intrapersonal, que es refereix al conjunt dels temes d’actualitat seleccionats per un individu; *la interpersonal*, referida a les qüestions d’actualitat que els individus suposen que posseeixen major rellevància per les altres persones; *la mediàtica*, que engloba els assumptes presents als mitjans durant un determinat període de temps; i, finalment, *la pública*, que es refereix als problemes que susciten l’atenció de l’opinió pública durant un cert període de temps (Citat per Mesquita, 2007: 86).

Finalment, podríem concloure que, a través de les investigacions dutes a terme al llarg de diverses dècades, coincideixen en la influència decisiva que els mitjans de comunicació tenen davant la construcció social de la realitat que els envolta (Mesquita, 2007).

2.3 PERIODISTES COM A “WATCHDOGS” O GATEKEEPERS

Una altra part important a destacar és la tasca dels periodistes com a seleccionadors dels temes més importants i que, posteriorment, es convertiran en els temes d’interès públic general (López García, 2002). Per tant, seguint en la línia anterior, els periodistes creen una mena de “barrera” entre la informació i el públic per tal de garantir el que ells volen establir dins les seves agendes. Així doncs, es fa necessari parlar de la figura del

periodista com a *WatchDog* o *Gatekeeper* (porter, guardabarreres, cuidadors de l'accés, etc.). Com indica Lorenzo Gomis a l'obra *La teoria del Periodismo* (2001):

No hi hauria mediació generalitzada si no hi hagués atenció generalitzada als missatges que transmeten els mitjans, i no es produiria aquesta atenció si els mitjans no difonguessin fets que han escollit, com les notícies més interessants que tenien sobre la taula de redacció, com els fets més capaços de suscitar comentaris i de tenir conseqüències múltiples al llarg dels dies, com les notícies amb major repercussió previsible (...) El que no passa pels mitjans no passa per cap lloc, no deixa constància i no influeix. Els mitjans són el lloc comú de l'acció política. En això consisteix la seva mediació generalitzada (Citat per López García, 2002: 197).

Per tant, “la major part dels estudis es centren en la relació existent entre l'agenda pública (entesa com a manifestació de l'opinió pública) i l'agenda dels mitjans, o millor dit, quines vies tenen els mitjans per a influir sobre la modelització de la realitat per part del públic” (López García, 2002: 199).

Es doncs quant trobem la necessitat de concloure que, aquesta combinació entre el poder que legítimament se'ls hi ha atorgat als mitjans i la creixent responsabilitat ètica i social dóna com a resultat una confrontació d'interessos que sembla no tenir un punt d'unió que satisfaci a totes les parts.

Així, es requereix parlar també de la pròxima teoria, anomenada Teoria de l'Espirall del Silenci, on els mitjans utilitzen aquest poder no només per construir la realitat social sinó que se'n aprofiten i manipulen a les audiències, fent que aquesta tasca de *gatekeepers* es converteixi en una tasca de manipulació, segons el que ens exposa la teòrica Nöelle-Neumann.

2.4 TEORIA DE L'ESPIRAL DEL SILENCI

La teoria de l'Espirall del Silenci va ser descrita per l'autora alemanya Elisabeth Nöelle-Neumann, dins l'assaig titulat *Return to the concept of powerfull mas media a Studies of Broadcasting* (1973), constituint el que va ser aquesta nova teoria pública (Mesquita, 2007).

L'opinió pública no ha de ser analitzada només en l'òptica reconfortant d'un procés racional basat en la hipòtesi de que un ciutadà informat és capaç de formular arguments

raonables i d'efectuar judicis correctes, sinó en la seva “funció latent” de control social, que es fonamenta [...], en la por a l'aïllament (Citat per Mesquita, 2007: 87).

La causa de la transformació de la suma d'opinions individuals en una opinió pública és la continua interacció entre les persones degut a la seva naturalesa social. L'amenaça de l'aïllament, la por a l'aïllament, l'observació continua del clima de l'opinió i l'avaluació de la força o la debilitat relatives dels diferents punts de vista determinen si les persones expressen les seves opinions o romanen callades (Citat per Mesquita, 2007: 87).

Per tant, fent referència a l'obra *La espiral del silencio – Opinión pública, nuestra piel social* (1995) : “la por a l'aïllament que pateix el ciutadà posa en marxa l'*espiral del silenci*”, és a dir, “ la tendència de les persones a inhibir-se d'exposar o defensar en públic les seves opinions quan es senten en posició minoritària” (Citat per Mesquita, 2007: 87).

Els mitjans ho saben i creen aquesta relació dependent amb el públic perquè sap que tot el que emetin serà captat per aquests de dues maneres diferenciades: amb l'observació directa i amb la informació rebuda a través dels mitjans de comunicació (Mesquita, 2007: 87).

L'autora conclou que:

Els mitjans duen a terme el que es designa com “funció d'articulació”, en la mida en que entreguen a les persones les paraules i les frases que poden utilitzar per defensar un determinat punt de vista, perquè si les persones no troben expressions habituals, repetides amb freqüència, a favor del seu punt de vista, es mantenen en silenci, emmudeixen (Citat per Mesquita, 2007:88).

Per tant, el poder descrit en els punts anteriors sumat a la necessitat dels ciutadans de tenir eines per poder defensar les seves postures i opinions, porta com a conseqüència que els mitjans arribin a tenir aquell status del que parlaven a l'introduir el capítol i que era equiparable amb els altres poders dels que gaudeix l'estat.

Així doncs, podem extraure que el periodisme es postula com a “quart poder” i a més d'una manera legítima ja no sembla ser tan descabellat. La necessitat creixent d'aconseguir crear-se una opinió sigui quina sigui, per part dels ciutadans, permet als mitjans seguir creant continguts que satisfacin aquesta necessitat i ser, a més, capaços de produir diferents continguts per a cada sector social, ideològic, de pensament, etc., convertint-se en un instrument competent per fer emmudir a tota una societat si aquesta fa cas omís als continguts que emeten.

CAPÍTOL III ÈTICA

Continuant amb la recerca teòrica de la nostra investigació, comencem per introduir un dels termes cabdals; l'ètica. Segons l'autor Luka Brajnovic dins l'obra *Deontologia Periodística* (1978) es presenta com: “La ciència filosòfica teòrica i pràctica que investiga la moralitat dels actes humans i estudia els valors, la vida i la conducta moral de la persona i de la comunitat humana, tenint sempre com a finalitat la honestedat” (Citat per Videla, 2004: 21).

Per tant, si abans hem considerat que els mitjans de comunicació es postulaven com el “quart poder” dins les societats és necessari que existeixi alguna regulació que els faci funcionar de manera efectiva. Així doncs, l'ètica podria establir-se com una manera de poder mesurar l'efectivitat dels mitjans, i si aquests només actuen per als seus propis interessos o, realment, miren per al bé comú de les societats. L'autora Adela Cortina a l'obra *Ètica de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial* (1994) ens dona una definició més acurada i relacionada amb les eleccions individuals:

L'ètica és un tipus de saber dels que pretenen orientar l'acció humana en un sentit racional; és a dir, pretén que obrem racionalment [...] l'ètica és essencialment un saber per actuar d'una manera racional (Citat per Videla, 2004: 22).

Després d'aquestes aproximacions a la definició d'ètica veiem que es fa necessari centrar el nostre esforç en desgranar-la, per tal d'acabar entenent per què és tan important dins del periodisme i per què l'hem considerat com a element fonamental per regular les actuacions dels mitjans de comunicació.

En primer lloc, introduïrem el concepte d'ètica periodística, referida al terme general d'ètica però relacionat amb la tasca dels periodistes i de com aquests han de dur a terme un bon treball periodístic, per tal de que la societat els segueixi legitimant com l'element clau per informar-se. Ho expressa encertadament el professor Josep Maria Casasús:

L'aprofundiment en aquest compromís ètic és la funció principal que te encomanada el periodisme, tant en la premsa com en altres mitjans de comunicació, en una etapa històrica on altres professions i activitats desenvolupen eficaçment, amb altres criteris, el conjunt de finalitats de la fórmula clàssica d'informar, formar i entretenir. Si el periodisme no afronta el repte de la exemplaritat amb el compromís ètic, que hauria de

ser el seu tret distintiu propi, perdrà definitivament el lloc prominent que ha tingut durant els segles XIX i XX en l'univers de la comunicació. Pot perdre inclús la seva raó de ser (Citat per Videla, 2004: 14).

En segon lloc, trobarem l'ètica informativa que neix del primer terme general d'ètica periodística però, que, com és tan ampli considerem dividir-la en els dos conceptes següents: "Ètica dels mitjans" i "Ètica dels periodistes". És a dir, l'ètica informativa seria la convergència que existeix entre els mitjans i els periodistes per tal de garantir uns mínims de treball ètic.

Degut a que el periodisme reclama una ètica d'estricta compliment (Videla, 2004); "el treball dels periodistes materialitza el dret dels ciutadans a rebre informació no dirigida pel poder polític, que, com sabem, és un element distintiu d'una societat democràtica" (Videla, 2004: 40). Així doncs, en l'apartat d'ètica dels mitjans trobarem els diferents mecanismes existents per tal de regular les actuacions i els continguts periodístics que d'altre manera potser no estarien subjectes a cap regulació. I, així, poder trobar una informació lliure de manipulacions tant externes com internes i dotar al periodisme amb eines suficients per a poder mantenir-se objectiu.

I per últim, trobem l'ètica dels periodistes referida a: " l'ètica que obliga al professional a posar el valor de l'activitat i els bens que administra per sobre dels interessos particulars" (Videla, 2004: 71). Per tant, aquesta vessant de l'ètica recaurà directament en aquells que treballen amb la informació i que dia rere dia han de complir amb el seu objectiu de dir la veritat, on a més, han de buscar la justícia i admetre que és essencial protegir tant la llibertat com la seva independència professional (Videla, 2004).

3.1 ÈTICA PERIODÍSTICA

No hem d'oblidar-nos de que els éssers humans tenen llibertat d'autodeterminació, és a dir, són ells els qui decideixen què fer amb les seves pròpies vides, i tenen responsabilitats morals reals: existeixen raons sòlides per jutjar què és bo i que és dolent. Els mitjans de comunicació han d'ajudar-los a que les seves eleccions siguin correctes, perquè siguin capaços de discernir adequadament què és bo i què és dolent, és a dir, valorar encertadament les seves responsabilitats morals. De la suma de les decisions personal neix la moral col·lectiva, un àmbit en el que els mitjans de comunicació tenen gran influència (Videla, 2004: 23).

Així doncs, podem extreure que l'ètica tracta sobre els actes humans i de com aquests poden estar ben o mal considerants. En el nostre cas, i apropant-nos al concepte d'ètica periodística, haurem de reflexionar el següent: si els periodistes són òbviament persones, els seus actes com a professionals han d'estar regulats i analitzats per saber si són bons o dolents i, d'aquesta part s'encarregaria l'ètica.

Per tant, l'ètica periodística pretén aconseguir que les decisions siguin justes i prudentes, sempre dirigides a “potenciar els valors positius dels individus i de la societat” (Videla, 2004: 23).

A més, per a reforçar el compliment d'aquesta ètica periodística, existiran una sèrie de valors ètics inqüestionables que són els que s'encarregaran de vetllar per l'exigència del compliment de l'ètica dins del treball periodístic i que, a més, es consideraran inviolables.

En molts casos, aquesta ètica periodística serà una constant presa de decisions on, finalment, es veurà si aquests valors ètics són realment part de la quotidianitat del periodista. Com per exemple, en les següents situacions on: “hauran de decidir si prima el dret a la informació sobre la intimitat de les persones o si per aconseguir una notícia val qualsevol mètode, o dubtaran davant la possibilitat de donar una informació exclusiva encara que no l'hagin confirmat [...]” (Videla, 2004: 39).

3.1.1 ÈTICA INFORMATIVA: CONVERGÈNCIA ENTRE MITJANS I PERIODISTES

L'ètica periodística, com hem vist anteriorment, pretén que els ciutadans acabin gaudint d'uns continguts fiables i de gran qualitat informativa. Però, la veritat és que els diferents professionals que treballen dins del sector informatiu cometem certes infraccions ètiques que, en principi, no sabem per qui estan realitzades, ja que es van passant la pilota uns amb altres i cadascú mostra diverses excuses que acusen sempre al del costat.

Per tant, l'ètica informativa pretén que totes aquestes accions quedin regulades; segons determina el professor Barroso Asenjo dins del *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación* (1991) es defineix com:

El conjunt de valors, normes, models de comportament, basats en el reconeixement de la primacia de la dignitat personal i la prioritat del bé comú i orientats a ordenar les activitats individuals i col·lectives, així com les institucions i els seu funcionament, en la recerca responsable dels objectius humans de la informació (Citat per Videla, 2004: 41).

Així doncs, com podem saber si el periodista actua èticament? Doncs, sempre ha de tenir com a objectiu primordial actuar amb objectivitat i caracteritzada sempre per l'honestedat dels relats que està explicant. A més, és necessari que tingui una formació inqüestionable per tal de conèixer com es treballa amb ètica i de manera competent (Videla, 2004).

Segons la definició que ens mostra l'autor Francisco Vázquez a l'obra *Fundamentos de Ética Informativa* (1983) ens dona les claus per entendre la seva importància i que representa com una ètica especial interpersonal que:

Regula la consciència professional del periodista i el fa responsable dels seus deures professionals, fonamentalment de les seves obligacions essencials d'adquirir una adequada preparació i de servir a la societat una informació objectiva i veraç. Posant com objectiu primordial la defensa dels drets i interessos que estan exigits per la dignitat de la persona i la rectitud d'intenció (Citat per Videla, 2004: 41-43).

Per tant, podem destacar que l'ètica informativa; “és una eina per a que l'informador es defensi de les pressions dels governs, dels grups polítics, de la seva pròpia empresa i de la humiliació que a vegades significa vendre's als poders financers” (Videla, 2004: 46). Així, el professional “ha de trobar en la seva formació ètica la manera de no corrompre's atret pel poder o per la temptació del suborn” (2004: 46).

3.1.1.1 DEONTOLOGIA INFORMATIVA

Per tal d'entendre quins són els mecanismes que utilitzen els mitjans per regular la seva activitat professional, descriure'm les següents eines: *els codis deontològics, el principis editorials, els estatuts de redacció i els llibres d'estil*. Tots ells es caracteritzen per dotar al periodista d'instruments suficients per garantir l'ètica de la seva activitat que, a més, ha de ser emprada amb bona praxis.

Per tant, aquesta deontologia es podria considerar com: “les normes de conducta aplicables a una professió” (Videla, 2004: 47). L'autor Emmanuel Derieux a l'obra *Cuestiones ético jurídicas de la información* (1983) caracteritza la deontologia informativa com:

Un conjunt de regles de conducta i deures d'una professió, un cos que defineix deures i drets d'una professió amb respecte als seus clients i als seus iguals, un conjunt de valors i normes de conducta (Citat per Videla, 2004: 47).

Però, aquesta deontologia el que pretén és que els professionals de la informació tinguin deures professionals que en el periodisme serien: “una preparació adequada, exercici honest, actuació en benefici de la societat, formació continuada i preservació de la llibertat personal” (Videla, 2004: 47). Així doncs, vol actuar com a eina fonamental d'ús per part dels periodistes, per tal d'estar atens a possibles manipulacions (Videla, 2004).

La creació d'una “realitat” o una “actualitat informativa” distorsionada, en una paraula, manipular, és un conflicte ètic paradigmàtic per als periodistes. Es produeix tant per interessos personals de l'informador, basat en la seva índole de motius, com per les pressions internes i externes que rep. Davant d'ambdues circumstàncies ha de moure's amb honorabilitat i responsabilitat professional. Manipular implica intervenir deliberadament en les dades d'una notícia per part de l'emissor; trastocar subtilment aquestes dades de manera que, sense anul·lar-los del tot, donin a la notícia un sentit diferent de l'original en funció d'uns interessos preconcebuts per part de l'emissor (Videla, 2004: 53).

Entenem que els mecanismes que s'exposaran a continuació serviran per a que els professionals “s'autoregulin”, d'alguna manera, davant d'aquestes “manipulacions” intencionades o no, que existeixen a l'hora de produir i difondre informació.

3.1.1.2 ELS CODIS DEONTOLÒGICS

És característic de les societats lliberals modernes establir-se dins d'una sèrie de drets i llibertats fonamentals, com ho són la llibertat d'expressió i el dret a la informació (Aznar, 2005). Els drets i llibertats fonamentals “constitueixen el marc en el que els mitjans de comunicació adquireixen ple sentit, com a promotors de l'autonomia de les

persones, enriquidores de l'acerv cultural i garants suplementaris de l'ordenament democràtic" (2005: 10).

Existeixen professions on es disposa de major marge de decisió personal, assumint més responsabilitats i, en conseqüència, els efectes de les seves decisions (Aznar, 2005). Per tant, es necessiten una sèrie d'eines que autoregulin i vetllin pel compromís ètic, sent, finalment, els codis deontològics els qui ho duen a terme. L'autor Barroso Asenjo dins del *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación* (1991) els defineix com:

Són una sèrie de principis ètics emanats de tots els mitjans de masses, promulgats per diversos organismes o empreses informatives, algunes vegades estables, oficials, heterònomes. Mentre que d'altres són els mateixos professionals els qui de forma autònoma dicten les seves pròpies normes, on es sotmeten al seu compliment voluntàriament (Citat per Videla, 2004: 181).

Així, els codis es relacionen amb l'ètica en la mesura en que aquests serveixen per a que existeixi aquesta "autoregulació" voluntària per part dels professionals, ja que "l'efectivitat dels codis deontològics depèn de la seva interiorització per part dels subjectes cridats a aplicar-los" (2004: 183). Per tant, tal com descriu Videla; "el periodista és un intèrpret de la realitat i així exigeix un alt grau de responsabilitat vinculada al compliment de les normes que configuren els codis deontològics" (2004: 185).

Aquesta preocupació pel compliment de les normes deontològiques ha estat també dins del discurs internacional, com per exemple: l'estudi realitzat per l'UNESCO a finals dels anys setanta, on es destaquen diversos mecanismes que s'hauran de seguir per vetllar per una ètica informativa comú:

1. Èmfasi en la integritat, veritat i objectivitat de tota forma de recollida i difusió de notícies.
2. Mantenir en tot moment un flux d'informació lliure entre el govern i la ciutadania.
3. Procurar la major professionalitat dels periodistes, així com que els seus ocupadors respectin i protegeixin la seva honestedat personal.
4. Lleialtat al propi país, rebutjant l'ús de la pròpia condició de periodista per socavar o danyar el seu benestar per motius econòmics o ideològics o a requeriment d'un país estranger.

5. Preservar la confidencialitat de les fonts quan estigui justificat i s'hagi produït un acord en tal sentit; donar a conèixer les fonts quan el receptor ho precisi per jutjar personalment la validesa, etc., de la informació. (Citat per Aznar, 2005: 49)

Per tant, la bona praxis que se'ls exigeix als periodistes, necessita dels codis deontològics en la mesura en que aquests “contribueixen a crear una consciència moral col·lectiva dins la professió” (Aznar, 2005: 83).

3.1.2 ÈTICA DELS MITJANS: GARANT DEL COMPROMÍS ÈTIC

3.1.2.1 ELS PRINCIPIS EDITORIALS

Una altra de les eines que necessiten els periodistes per garantir l'ètica informativa són els principis editorials, entesos com els que: “estableixen la línia editorial genèrica d'un mitjà i comporten un compromís, lliurement assumit per l'empresa, de respectar i ajustar-se en circumstàncies normals al manteniment d'aquesta determinada oferta comunicativa” (Aznar, 2005: 109).

No es una tasca fàcil mantenir aquesta oferta comunicativa, ja que els mitjans de comunicació, en molts casos, és defineixen com “empreses comunicatives” i, per tant, es veuen sotmesos a uns interessos de mercat que disten molt dels interessos merament comunicatius que haurien de tenir.

L'autor Hugo Aznar (2005) afirma que, si es proclamen uns principis editorials l'empresa haurà de complir-los, encara que el compromís es faci de manera implícita. Per tant, a “l'establir els seus principis editorials assumeix un “contracte informal” amb els seus professionals i amb el públic” (2005: 108).

Però, tot i que l'empresa serà la qui estableixi aquests principis editorials serà tasca del propi professional, avalat per la seva preparació acadèmica i experiència personal, qui hagi d'emprar aquests principis (Aznar, 2005) i “fer-ho d'acord amb els seus coneixements i el seu judici professional” (2005: 116-117).

Els principis editorials estan per a ser respectats perquè no són un frontispici de bones intencions per tranquil·litzar consciències. El respecte que se li exigeix al periodista determina un marc d'actuació al que l'empresa també ha de cenyir-se; junt a la lleialtat de l'informador i l'assumpció dels valors que preconitza el mitjà, estan la

promesa de salvaguardar la independència empresarial i respectar l'actuació dels professionals, als que no se'ls pot imposar informacions i normes d'actuació contraries a la deontologia professional (Videla, 2004: 79).

Per tant, és necessari tenir en compte que, l'ètica informativa depèn en certa manera del que estableixin els principis editorials, ja que no només són emprats pèls periodistes sinó que defineixen l'empresa informativa i doten la seva activitat de veracitat i objectivitat. Però, no estan obligats a acceptar-los de manera inqüestionable sinó que, han de ser suficientment crítics per saber quins són els límits d'aquests principis.

Els professionals estan èticament obligats pèls principis editorials del mitjà en el que treballen; en la mesura en que l'informador accepta voluntàriament treballar en un mitjà, assumeix un compromís implícit de seguir els seus principis, o com a mínim, de no contravenir-los. El respecte als principis editorials no significa sotmetre's a la voluntat arbitrària de la propietat i de l'empresa en general. Els professionals de la redacció als han de dur a la pràctica amb autonomia de criteri, avalada per la seva preparació acadèmica i reforçada a través de certs mecanismes (Videla, 2004: 78-79).

Per altra banda, també hem de tenir present que l'actitud del periodista davant d'aquests principis ha de ser una actitud crítica. Com introdueix Videla; es defineix com la voluntat per part dels periodistes de proveir una informació veraç i verificada per tal de poder donar totes les visions possibles d'un mateix fet i amb objectivitat.

El periodista ha “d'interpretar, jutjar i definir el contingut de les dades, dels fets, dels esdeveniments noticiables; és una crítica que investiga, adverteix denúncia allò fraudulent i injust i que implica ser objectiu: donar totes les visions d'un fet, no alterar el text, [...] assenyalar com probable el que és probable i com dubtós el que ho és (Videla, 2004:74). D'aquesta manera, es pot arribar a “respectar la veritat i tractar-la com a element ineludible dins l'ètica professional de l'informador” (2004: 74).

I per últim, en referència al públic els principis editorials, serveixen per aportar; “[...] transparència, facilitant-li criteris de referència per conèixer i jutjar millor la oferta de mitjans” (Aznar, 2005: 112).

3.1.2.2 ELS LLIBRES D'ESTIL

Un altre element que permet l'autoregulació dels mitjans per la recerca d'una ètica informativa són els llibres d'estil. Entesos per l'autor Martínez Albertos dins de l'obra *La información en una sociedad industrial. Función social de los <<mass media>> en un universo democrático* (1972) com: “el conjunt de normes internes de cada publicació que estableixen de manera genèrica com s'ha d'escriure per aquell mitjà informatiu” (Citat per Aznar, 2005: 126).

Així doncs, aquest “com s'ha d'escriure” fa referència a: “les normes ortogràfiques, gramaticals, tipogràfiques, etc., per a redactar i presentar correctament les informacions” (2005: 126). Segons l'autor Fernández Beaumont a l'obra *Funciones de los libros de estilo en los medios de comunicación* (1988);

Els llibres d'estil responen a la necessitat que han sentit els mitjans moderns de comunicació de disposar de manuals d'instruccions precisos que facin possible un ús eficaç del llenguatge informatiu (Citat per Aznar, 2005: 127).

Per altra banda, han evolucionat convertint-se en referents per als periodistes com a instruments de treball que suposen “una expressió de la voluntat autoreguladora de l'empresa i un reflex més del seu projecte editorial, permetent al públic un millor coneixement dels seus mitjans” (2005: 129). Seguint amb la definició de Fernández Beaumont;

[...]els llibres d'estil inclouen amb més freqüència declaracions genèriques sobre la identitat ideològica del propi mitjà, la seva evolució històrica o els principis editorials que l'han inspirat. (Citat per Aznar, 2005: 129)

Però, tot i l'evolució que estan patint s'ha de remarcar que és imprescindible que continuïn vetllant pèls principis ortogràfics, gramaticals, etc., ja que el llenguatge és l'element més important que ha de dominar el periodista per tal de modelar informacions estructuralment correctes. Segons ens introdueix l'autor Enrique Bonete a *De la ética filosófica a la deontología periodística* (1995) existirien tres nivells de responsabilitat dins l'ètica informativa del periodisme i pèls periodistes. La primera es relaciona amb el nivell de capacitat d'escriure correctament; la *responsabilitat sintàctica* (Aznar, 2005);

[...] construir frases i cadenes de frases gramaticalment impecables, per evitar [...] les ambigüitats, confusions i insinuacions de caràcter lingüístic, tan comuns en els mitjans informatius, i que impliquen, per la mateixa estructura gramatical del llenguatge utilitzat, un falsejament de la realitat a descriure. El concepte clau en aquest nivell de responsabilitat moral és el de la *correcció*” (Citat per Aznar, 2005: 131)

La segona responsabilitat està directament relacionada amb altres aspectes que no estan implícits en l'ús del llenguatge. Per tant, trobaríem el nivell de *responsabilitat semàntica* que té com a paper fonamental la descripció del llenguatge (Aznar, 2005):

El llenguatge, a més, de ser correcte o incorrecte per la relació que s'estableix entre els seus propis signes, sempre significa alguna cosa [...], buscar la veritat del que es s'ha dit o escrit. És a dir, el llenguatge, a més de ser correcte, és més o menys vertader o fals. [...] exigir-li que el seu llenguatge signifiqui vertaderament, és a dir, el periodista i el seu llenguatge han de buscar sempre i en tot moment la veritat (Citat per Aznar, 2005: 131-132)

I per últim, trobaríem la dimensió relacionada amb la *pragmàtica del llenguatge*, és a dir, de com el llenguatge és sempre utilitzat per un fi i, es vulgui o no, té una connotació directa en el que pensen els altres (Aznar, 2005):

[...] la pragmàtica del llenguatge es preocupa de les relacions dels signes amb els seus usuaris i intèrprets, [...] tracta els usos i efectes que els signes produeixen en la conducta de qui els reben no només de quant escriuen (sintaxis i semàntica), sinó també i sobre tot de les implicacions dels seus missatges en qui els reben [...], dels efectes que produeixen en aquelles persones a qui es refereix la informació i aquelles que merament són receptor de les mateixes (Citat per Aznar, 2005: 132)

Per tant, podem concloure que, els llibres d'estil tot i l'evolució que han patit, segueixen sent un referent imprescindible del bon ús del llenguatge per part dels periodistes. Alguns d'ells es mostren descontents amb aquesta ampliació dels llibres d'estil amb normes que inclouen termes de deontologia o d'ideologia, però si més no, serveix per garantir que es proveeixi al públic d'una informació creativa però a la vegada amb garantia de qualitat informativa.

3.1.3 ÈTICA DELS PERIODISTES

Seguint amb la necessitat d'esclarir l'àmbit de l'ètica referida al periodisme, haurem de establir un tercer tipus d'ètica que tingui relació directe amb els periodistes. Els següents conceptes: *veritat*, *veracitat* i *objectivitat* determinen la bona praxis emprada pel periodista i definiran quin tipus de treball efectua el professional.

3.1.3.1 VERITAT

La veritat que existeix a la informació, és a dir, la veritat informativa ha d'ocupar un lloc preferent dins les rutines diàries dels periodistes per tal d'oferir al públic un producte de qualitat.

Per tant, “la veritat ocupa un lloc tan preponderant en la informació que si aquesta no la inclou, no és informació” (Videla, 2004: 107). Això ens porta a pensar que si el periodista no actua sota un principi de veritat informativa, no podrà exercir la professió de manera adequada, ja que oferirà informació que realment no ha estat tractada amb precisió i amb una exactitud poc estricta (Videla, 2004).

L'autor Luka Brajnovik assenyala a més que: “la veritat és una característica fonamental i bàsica que, determina al professional perquè li exigeix un escrupolós deure de precisió, de verificar per establir l'exactitud de la informació de manera rigorosa” (Citada per Videla, 2004: 107).

El periodista ha de saber sobre què informa, ha de conèixer i expressar la realitat de l'objecte sobre el que comunica. Si no ho sap, no pot informar. Si tot i així, emprava formes i mètodes informatius per a comunicar alguna cosa que desconeix, està cometent un frau professional i agressió ètica. (Videla, 2004:107)

Però, a més d'haver de vetllar pel constant compliment de donar informació contrastada i veraç, els periodistes han de saber que existeix un element que els hi pot empitjorar encara més la situació. Parlem, doncs, de l'abundància d'informació com “obstacle per a que els receptor captin la veritat perquè es donen problemes per assimilar tot el difós o perquè falta algun criteri selectiu” (Videla, 2004: 108). Això vol dir que, tot i que els periodistes no atemptin contra la veritat informativa, hauran de tenir cura amb tota la

informació que circula al seu voltant i ser molt acurats amb el que finalment seleccionen i transmeten al públic.

Junt amb aquesta sobresaturació d'informacions el periodista també es troba amb un altre problemàtica a l'hora d'elaborar els seus productes informatius, en aquest cas, es tracta del llenguatge. És a dir, el llenguatge es considera un element essencial per la informació, per tant; “ És font d'obstacle per la veritat informativa en la mesura en que té en sí mateix imperfeccions, possibilitats de mal ús o tergiversacions” (2004: 108-109).

Així doncs, és imprescindible que el llenguatge emprat per l'emissor composi el missatge de manera adequada per a que el receptor el capti i l'entengui correctament (Videla, 2004).

En aquest procés és bàsica una fidelitat expressiva a la realitat, és a dir, el llenguatge que el periodista empra ha de cenyir-se estrictament a la realitat que ha conegut. Qualsevol matís de vocabulari pot trastocar el sentit de l'expressió. [...] Els periodistes han d'imposar-se com a exigència irrenunciable la de realitzar la comprovació i verificació sistemàtica [...] de la notícia. (2004: 109)

Per tant, el periodista està obligat a incloure la veritat dins la seva quotidianitat, havent de seleccionar la veritat que ell considera més real de totes les informacions que li aporten i fer-ho de manera que es garanteixi que, el que finalment ofereix sigui una realitat objectiva; “Els periodistes no informen amb certeses morals sinó amb realitats objectives” (Videla, 2004: 108).

3.1.3.2 VERACITAT

Segons Videla, la veracitat és entesa com “la veritat en sentit moral” (2004: 109), és a dir, no s'ha de confondre amb el terme anterior que parlava de la veritat informativa, sinó que, la veracitat fa referència a “la qualitat moral de l'informador que informa vertaderament; una cosa que el periodista pràctica no per obligació jurídica sinó per honestedat personal” (2004: 109).

Aquesta obligació de veracitat que se li demana al periodista, es representa a través d'una sèrie d'exigències professionals; “són pautes de treball que transcendeixen la condició de tècniques informatives i es constitueixen en demandes ètiques” (2004: 110)

Per tant, serà de suma importància que el periodista comprovi i contrasti les informacions que rep, tenint en compte que haurà de recórrer a més d'una font i de manera obligada si els assumptes són complexos; han de contenir dades exactes tenint en compte que, cap informació podrà ser difosa o publicada si no es té la convicció de que és certa.

- La informació ha de versar sobre fets objectius i reals; podent-se valorar, però no manipular per desvirtuar-los.
- Els fets fan de ser comprovats raonablement. No és veraç, la notícia que només es sustenta en rumors o insinuacions insidioses.
- El que dóna veracitat és que el periodista hagi estat diligent en la recerca dels fets, que hagi fet possible donar una informació correcta i hagi hagut una actitud positiva cap a la veritat encara que es delissin dades incorrectes. (Videla, 2004: 111)

3.1.3.3 OBJECTIVITAT

L'últim concepte necessari per poder acabar d'esbossar els diferents tipus d'ètica relacionats amb l'activitat periodística és l'objectivitat, considerada com:

[...] un valor central per als propis periodistes, doncs és bàsic per la seva afirmació d'habilitat professional; és àmpliament valorat en la cultura moderna, més enllà de l'esfera dels mitjans de comunicació de masses, sobre tot, en relació amb la racionalitat científica i burocràtica; és un correlat de la independència; és especialment estimada en situacions de decadència de la diversitat externa, quan les fonts són menys en quantitat i més uniformes, amb el que la situació és més monopolista (McQuail, 1983: 174).

Segons Mesquita, aquest requisit d'objectivitat per part dels periodistes és necessari en la mesura en que ha de ser una eina per fer front a la creixuda dels diferents lectors cada cop més heterogenis i poder “legitimar el diari davant dels anunciants” (Mesquita, 2007: 214);

[...] es presenta no com el resultat d'una reflexió epistemològica sobre el periodisme, sinó com a construcció resultant de la nova estratègia comercial de la premsa: l'extensió i la diversificació dels públics aconsellen una nova actitud, que es tradueix en un relat dels esdeveniments que sigui vàlid per a tots els lectors, i no només per a aquest o a aquell individu o grup d'individus (2007: 214).

3.1.3.4 CONDUCTA DELS PERIODISTES

Els periodistes tenen un “deure” envers a l’objectivitat per tal d’oferir informacions que hagin estat contrastades i que no s’hagin seleccionat només sota la subjectivitat del professional que les elabora. Fent referència a l’autor Daniel Cornu dins l’obra *Journalisme et vérité – Pour une éthique de l’information* (1994) estableix que:

L’objectivitat és l’actitud (en referència a la persona) o el mètode (en referència a l’aproximació) que permet unir la realitat a la veritat, veure les “coses com són” i no és, de cap manera, aconseguida per una política d’informació que busqui únicament l’equilibri i la neutralitat. La realitat, en sí mateixa, és brutal, excessiva, conflictiva (Citat per Mesquita, 2007: 218)

Per tant, segons Cornu, “molts dels professionals van reaccionar de forma negativa a la “imposició” de l’objectivitat “quan aquesta es va transformar en una “doctrina”, que va ser “absorbida” pels manuals de redacció, convertint-se, en cert sentit, en una norma d’estil” (Citat per Mesquita, 2007: 218). Per això, molts periodistes creuen que aquest “deure ètic” és com “una forma de limitar la seva creativitat, doncs els contrau en una incòmoda camisa de força” (Mesquita, 2007: 215).

El que sí és cert és que, els professionals han d’incloure l’objectivitat dins les seves rutines i que, tot i voler menysprear-la, haurà de continuar sent par essencial en l’elaboració dels continguts que es publiquin.

Per molt que els periodistes vulguin eliminar de la deontologia la paraula “objectivitat”, [...] els destinataris de la informació continuaran considerant, unilateralment, que les notícies han de relatar els “fets” tal com es verifiquen, de manera que l’objectivitat [...] ha de construir-se en criteri d’avaluació de la pràctica periodística (Mesquita, 2007: 219).

Queda clar, doncs, que el periodista no pot obviar la importància de l’objectivitat dins la seva activitat professional. Per tant, hauran de ser conscients, com bé es recull dins la Declaració de Principis de la UNESCO de 1983, que: “la tasca fonamental del periodista consisteix en servir al dret del poble a una informació verídica i autèntica a través d’una aproximació honesta a la realitat objectiva [...]”(Citat per Mesquita, 2007: 219).

A més, per tal d'acabar d'esbossar la definició del que es considera una conducta objectiva, fem referència al text de la UNESCO on s'enumeren els components d'aquesta conducta:

S'al·ludeix a una *contextualització* (posant conscientment els fets en el seu context adequat), d'una *explicació* (ressaltant les seves connexions fonamentals “sense” involucrar distorsions), i a la indispensable presència de la *capacitat creativa del periodista*, de manera que “el públic rebí un material apropiat que li permeti formar-se una imatge precisa i coherent del món, d'on l'origen, la naturalesa i l'essència dels esdeveniments, processos i situacions siguin compresos de la manera més objectiva possible (Citat per Mesquita, 2007: 219).

3.1.4 AUTONOMIA DELS PERIODISTES DINS LES REDACCIONS

En aquest apartat trobarem aquells elements que aconseguen dotar a la professió de certa autonomia dins les redaccions. Aquest fet esdevé imprescindible si es vol garantir la llibertat d'expressió dels periodistes. L'autor Hugo Aznar (2005) ens justifica de manera clara el per què de la seva existència;

Parlar de professionalitat del periodisme només té sentit si s'acaba reconeixent allà on resulta més essencial: en la pròpia redacció. És aquí on s'ha de garantir mínimament la llibertat professional, dins de la necessària unitat que entranya tot mitjà de comunicació. Per això, són imprescindibles mecanismes que protegeixin i garanteixin en la redacció aquella independència i autonomia del periodista (2005: 174)

Així doncs, els tres mecanismes que considerem imprescindibles per complir amb la premissa que estableix Aznar són: els estatuts de redacció, la clàusula de consciència i el secret professional.

3.1.4.1 ELS ESTATUTS DE REDACCIÓ

Els estatuts de redacció es defineixen per l'autor Marc Carrillo a l'obra *O segredo profesional dos xornalistas* (1994) com: “ un conjunt de normes privades acordades en el se de les empreses informatives entre els periodistes i els editors amb l'objectiu de

regular les condicions bàsiques referides als aspectes professionals de l'exercici del dret a la informació" (Citat per Videla, 2004:189).

Aquest estatuts es diferencien dels codis deontològics en que els estatuts es "restringeixen al mitjà en concret que ho elabora i l'adopta" (Videla, 2004: 190). Com bé estructura Videla, els estatuts de redacció pretenen:

[...] recollir els drets i deures que assisteixen als professionals, la forma en que es garanteix la seva independència i la seva participació en la línia editorial del mitjà, i estableix uns principis ideològics del mitjà, que s'han de respectar. Han de donar compte i raó del pensament concret que en cada empresa inspira els continguts informatius, les posicions editorials, i l'estil ètic de l'actuació informativa (2004:190).

Així doncs, podem dir que els estatuts de redacció tenen una connotació democràtica que permet als mitjans i als periodistes treballar de manera conjunta i respectant els seus drets i deures de manera efectiva. Segons presenta l'autor Hugo Aznar, els estatuts de redacció:

[...] consisteixen en un acord voluntari entre els professionals d'un mitjà i la seva empresa amb [...] dues funcions principals: crear vies de comunicació i participació entre la redacció i les direccions del mitjà i de l'empresa; i reconèixer una sèrie de drets i obligacions dels professionals i de l'empresa que ambdues parts es comprometen a salvaguardar i respectar (2005: 175).

En totes les redaccions conviuen editors, propietaris i periodistes. Per tant, s'han d'establir algunes normes per tal de regular aquestes relacions (Aznar, 2005).

Els estatuts de redacció inclouen diferents disposicions i principis ideològics del mitjà que es representen a través del Comitè de Redacció "escollit democràticament entre els membres de la redacció, convertint-se així en el seu òrgan de representació professional davant la direcció i l'empresa. A través seu la redacció pot pronunciar-se respecte a aquelles decisions que afectin a la seva activitat professional" (Aznar, 2005: 186).

Per altra banda, s'inclou també un capítol dedicat als drets i als deures dels professionals. Aquest és un punt molt important per a poder entendre a més "els compromisos de respecte i salvaguarda dels drets i deures dels professionals per part de l'empresa" (2005: 193).

Com veure'm més endavant es dedica un capítol al secret professional que “també constitueix un dret i un deure ètic fonamental del periodista” (2005: 194)

Per tal d'entendre el que es disposa dins dels estatuts, ens aproximarem a l'anàlisi de Videla on es recullen les diferents obligacions ètiques exigides als periodistes:

- Es prohibeix simultaniejar el treball amb altres relacionats amb la publicitat, relacions públiques, gabinets d'imatge, etc., i no poden ser obligats a realitzar treballs amb finalitats publicitàries o propagandístiques.
- No utilitzar informació per a l'avantatge personal pròpia o dels més propers.
- No acceptar pressions ni favors de tercers mentre es treballa per al mitjà, ni acceptar regals més enllà de la cortesia habitual.
- Mantenir informats als superiors i no ocultar informació periodística quant es treballa per al mitjà; s'ha de tenir en compte l'opinió dels autors sobre la conveniència o no de publicar una informació.
- No incitar a la violència ni fer apologia d'ella, no contenir discriminació per raó d'ideologia, religió, sexe, raça, procedència social o cultural.
- Separar la informació rigorosa obtinguda per mitjans honestos de l'opinió, el rumor o la publicitat; contrastar les notícies i incloure les opinions dels al·ludits.
- Respectar la intimitat, evitant la intromissió gratuïta en situacions d'afflicció.
- Tenir especial cura amb les informacions que afectin a menors, evitant difondre la seva identitat quan estiguin inculpats per causes criminals. (2004: 191-192)

3.1.4.2 LA CLÀUSULA DE CONSCIÈNCIA

La clàusula de consciència s'estableix com un dels elements clau per garantir l'autonomia dels periodistes dins les redaccions. Per tal d'introduir el concepte, primer, haurem de descriure per què els professionals poden gaudir d'aquesta autonomia tot i les pressions que a vegades pateixen;

Un dels drets professionals aconseguits pels periodistes al llarg de la seva trajectòria històrica és el de no ser obligat ni discriminat per negar-se a escriure en contra dels dictats de la seva consciència. [...] no és un privilegi, sinó un instrument per salvaguardar la seva honestedat professional per a preservar el dret a una

informació veraç i objectiva. És un imperatiu ètic destinat a evitar les informacions tendencioses i defendre's de les pressions que ataquen als fonaments ètics de la seva activitat (Videla, 2004: 117).

Així doncs, la clàusula de consciència es troba definida dins del *Diccionario jurídico para periodistes* (1999) per l'autor González Ballesteros com: “la facultat constitucional que té el professional de la informació de sol·licitar la recessió del seu contracte en garantia del desenvolupament de la seva activitat laboral” (Citat per Videla, 2004: 117-118)

Per tant, esdevé peça clau per garantir la dignitat i l'autonomia del professional que decideix que els seus criteris ètics prevalen sobre les pressions i interessos aliens (Videla, 2004). En tot cas, s'ha de tenir clar que, es basa en la deontologia i no en la ideologia; “demanda uns principis editorials explícitament formulats, uns codis deontològics i uns organismes [...] capacitats per jutjar els canvis de la línia editorial o actuacions lesives de la dignitat professional” (2004:120).

La clàusula de consciència és originalment un deure, deduït del deure de sinceritat que, a la vegada, es troba en el deure d'informar. Per poder complir-ho, l'informador necessita sempre actuar amb consciència. El dret a la clàusula de consciència és una nova forma de concebre la llibertat d'expressió als estats democràtics i un aval per al dret efectiu a la informació.

Aquesta clàusula defineix a les empreses que estan interessades en que els seus professionals puguin complementar el fet de que, evidentment, treballen per una “empresa informativa” i que ha d'obtenir uns beneficis per allò que explota (en aquests cas, la informació) però a la vegada, poder oferir un producte de qualitat i de servei públic que: “no considera la informació com una mercaderia manipulable, sinó com alguna cosa transcendent per a la societat” (Videla, 2004: 119).

3.1.4.3 EL SECRET PROFESSIONAL

El Codi Internacional d'Ètica Periodística aprovat per la Unesco al 1983¹ junt amb organitzacions que representaven a 400.000 periodistes, declara en el seu principi IV que la funció social del periodista exigeix un alt grau d'integritat professional. Aquesta

¹ Consultar Annex. Capítol I - *Codis d'ètica periodística*.

integritat suposa, entre altres coses, que el periodista es negui, entre altres coses, que el periodista es negui a revelar les seves fonts d'informació (Videla, 2004: 129).

El secret professional s'estableix com un altre dels elements bàsics dins les redaccions per poder garantir l'autonomia dels periodistes. L'autor González Bedoya a l'obra *Manual de Deontología Periodística* (1987) ho defineix com: “el dret i el deure moral del periodista de no revelar res que sigui secret en sí mateix o per la paraula realitzada pel periodista de no revelar la font” (Citat per Videla 2004: 127).

Juan Luís Cebrián afegeix a *El secreto profesional de los periodistas* (1988) que: “el dret que tenen els professionals de la informació a no revelar les fonts de la mateixa, no declarar davant dels jutges sobre els fets que ells revelin en les seves informacions i no entregar les notes, cintes magnetofòniques i altre material informatiu que hagin utilitzat al respecte” (Citat per Videla 2004: 127).

Per tant, el secret professional és una garantia tant per al periodista com per a la font que confia en aquest. El periodista pot necessitar certes informacions que siguin necessàries, ja sigui per contrastar-ne d'altres o bé perquè són cabdals per esclarir o publicar aquestes informacions, però necessita que hi hagi garantia de protecció cap aquesta font i que, finalment, no rebrà cap pressió per tal que sigui revelada.

Seguint amb aquest principi de protecció a la font, el Consell d'Europa ens ho defineix com: “el secret de les fonts com dret del periodista a negar-se a revelar la identitat de l'autor de la informació al seu ocupador, als tercers o a les autoritats públiques o judicials quan es citat com a testimoni; en aquest últim cas ha de comparèixer i al·legar secret” (Citat per Videla, 2004: 127).

Aquest deure que implica a l'informador envers la protecció de les seves fonts, té com a base:

El compromís ètic, amb el confident, d'una exigència deontològica, sense necessitat d'una promesa convinguda; s'ha de garantir a les fonts que el periodista no serà un confident policial, sinó un defensor del bé públic que es materialitza en el dret dels ciutadans a conèixer (Videla, 2004: 130).

Per tant, segons Videla; “només els codis deontològics han d'establir els límits al secret professional, sempre que hi hagi consentiment de la font per a revelar la seva identitat, i basat en dos criteris” (2004: 134-135):

- Quan pot comportar conseqüències perjudicials per la comunitat; en cas de dubte: preval el respecte del secret, guiats pel sentiment comú; s'ha d'evitar que es cometi un delictes o encobrir-ho.
- El mal a tercers innocents: quan el secret professional empara a algú que comet una injustícia el periodista ha d'advertir que pot vulnerar-lo; quan la injustícia s'hagi consumat ja no és lícit al professional revelar el secret. No opera quan el periodista és autor d'una informació presumptament lesiva per una altra persona que no aconsegueix provar” (2004:135)

3.2 RESPONSABILITAT SOCIAL DEL PERIODISTA PER A UNS MÍNIMS ÈTICS

3.2.1 APROXIMACIÓ AL CONCEPTE

Segons l'autor Paul Ricoteur a *Éthique et responsabilité – Paul Ricoteur* (1994), la responsabilitat social s'entendria com: ”un compromís que constitueix una estructura fonamental de la persona en quan a la seva actitud” (Citat per Mesquita, 2007: 273). Així doncs, serà imprescindible que el periodista efectui les seves tasques complint un seguit de regles que estiguin per sobre dels propis interessos i preferències (Mesquita, 2007).

Els periodistes són ciutadans i només pot ser positiu que vulguin adoptar una actitud compromesa amb els valors universals de l'humanisme, capficant-se en la lluita contra la tirania, la violència, el racisme, la gana, la misèria, l'analfabetisme i tants altres mals [...] (2007: 273).

Per tant, fent referència a una cita de la Comissió Hutchins, tractada en el capítol següent, on es deia que: “ja no hi ha prou amb explicar els fets amb veritat, sinó que, ara és necessari dir la veritat sobre els fets” (Citat per Mesquita, 2007: 274), acabem d'esbossar el concepte de responsabilitat que en gran part es complementa amb els criteris d'ètica esmenats anteriorment, com són: la veritat, la veracitat i l'objectivitat.

Tots aquests conceptes ens ajuden a anar definint què hem d'entendre per periodisme ètic i responsable. Però, per delimitar en què consisteix aquesta responsabilitat social del periodista, ens apropem a la declaració de la UNESCO del 1943, on s'estableix que:

En el periodisme, la informació és entesa com un bé social i no com un simple producte. Això significa que el periodista comparteix la responsabilitat de la informació transmesa, sent, per tant, responsable no només davant a de qui controla, sinó, en últim anàlisi, davant el gran públic, tenint en compte la diversitat d'interessos socials. La responsabilitat social del periodista li exigeix actuar en totes les circumstàncies de conformitat amb la seva pròpia consciència ètica (Citat per Mesquita, 2007: 274).

3.2.2 INFORME DE LA COMISSIÓ HUTCHINS

Seguint amb la necessitat d'establir paràmetres per a estructurar una premsa ètica i responsable, en el 1947 a la Universitat de Chicago un grup heterogeni d'educadors, polítics, economistes, teòrics de la informació, filòsofs i advocats es van reunir per trobar una solució a les amenaces que patia la llibertat de premsa als Estats Units (Lecarnos, 1984).

La Comissió porta el nom del seu president Robert Hutchins, però realment qui va tirar endavant la proposta i la va finançar va ser Henry Luce, fundador de la revista "Time" i "Life".

Així doncs, encara que la Comissió va tenir diferents acceptacions, rebent inclús crítiques per la poca formació en matèria de comunicació que tenien els seus integrants, és sempre interessant rescatar les conclusions a les que es va arribar ja que reformulen un problema que encara avui existeix (Lecarnos, 1984); "hi ha amenaces a la llibertat d'expressió perquè és la premsa la que està en crisi" (1984: 91).

Per tant, allò que es coneix com "Teoria de la Responsabilitat Social" va sorgir justament d'aquesta Comissió, on segons l'autora Lecarnos; "es descriu i enjudicia les relacions entre la premsa i la societat" (1984: 91).

3.2.3 TEORIA DE LA RESPONSABILITAT SOCIAL DE LA PREMSA

La teoria de la responsabilitat social deu molt a la Comissió de 1947 sobre la Llibertat d'Informació que va funcionar a Chicago. Era una teoria segons la qual, va revolucionar la premsa lligada a la concentració d'empreses i creant nous deures per als diaris, els mateixos que hauran de ser posats en pràctica no ja per mitjà de les sancions penals o per danys i perjudicis, sinó per una col·laboració del Govern, dels diaris i del públic. La Comissió determinava [...] el que concernia als diaris i va especificar el paper

del públic, que era el de censurar amb el seu menyspreu certes classes de publicació (Laute, 1996: 15).

La Comissió va establir les premisses bàsiques que tot mitjà, s'entén també els propis periodistes com a treballadors del mateix, per a que es desenvolupés de manera efectiva una ètica responsable, que en síntesi s'englobava dins la Teoria de la Responsabilitat Social.

Per tant, segons l'autor Denis McQuail, la Comissió va resumir els principis de conducta que fonamentaven aquesta teoria:

- Els mitjans de comunicació han d'acceptar i complir certes obligacions amb la societat.
- Aquestes obligacions han de satisfer-se predominantment mitjançant l'establiment de nivell altres o professionals d'informació, veracitat, precisió, objectivitat i equilibri.
- A l'acceptar i aplicar aquestes obligacions, els mitjans de comunicació han d'autoregular-se en el marc de la llei i les institucions establertes.
- Els mitjans de comunicació han d'evitar tot allò que pogués conduir al crim, la violència o al desordre civil, o que pogués ofendre a grups minoritaris.
- La societat i el públic, d'acord amb el primer principi esmenat, tenen dret a elevats nivells de rendiment; pot estar justificada la intervenció quan es tracta d'assegurar el (o un) bé públic.
- Els periodistes i els mitjans de comunicació professionals han de respondre davant la societat així com davant els seus superiors i el mercat. (1983: 158)

L'informe final que va elaborar la Comissió recull altres conceptes importants que també estaven en discussió, com era la llei de premsa i el desequilibri social, que comportava que aquesta no s'apliqués de manera efectiva (Rodríguez & Martín, 2008);

S'apel·la als protagonistes de la llibertat de premsa – mitjans, públic i govern- a acceptar el seu paper en la vida social i a complir amb els requisits precisos per a que aquesta llibertat tan necessària pugui ser exercida per profit de tot. Així, es podrà evitar la intervenció de l'estat per a que aquest dret d'editors i ciutadans no tingui que estar controlat (2008: 161).

Entenem, doncs, que per a la Comissió els tres actors que interactuen dins el procés comunicatiu com són: la premsa, el govern i el públic han de saber interactuar entre ells

per tal que aquesta llibertat no es vegi vulnerada per possibles manipulacions o distorsions degut a la intervenció de l'estat (Rodríguez & Martín, 2008).

Així, la Teoria de la Responsabilitat Social assenyala cinc funcions que la societat contemporània reclama a la premsa:

1. "Ofertir una narració vertadera, comprensiva i intel·ligent dels esdeveniments de cada dia en un context que els hi doni sentit"
2. "Ésser un àmbit d'intercanvi de comentaris i de crítica"
3. "Ofertir una imatge representativa dels grups que constitueixen la societat"
4. "Presentar i clarificar les metes i valors de la societat"
5. "Ofertir un complet accés a la comprensió del que passa" (Citat per Rodríguez & Martín, 2008: 161-162)

A més, la Comissió va incloure una sèrie de recomanacions per a la pròpia premsa:

1. Ha d'assumir les seves responsabilitats i actuar en conseqüència. Això és preferible a que intervingui l'estat.
2. Ha de reconèixer la responsabilitat que té davant el públic. El públic no es un mer consumidor de premsa, sinó que precisa d'ella i se'l deu ofertir el que espera rebre.
3. Finançar activitats experimentals que facilitin la participació.
4. Que fomenti el criticisme i el pluralisme dins d'ella. (Citat per Rodríguez & Martín, 2008: 163)

Per tant, la situació del periodista ha sofert un canvi respecte al passat, on radica, sobre tot, en ser més responsable tenint una llibertat més limitada (Laute, 1996). Es per això que: "la màxima noblesa mereix ser presa en consideració, ara més que fa vint anys" (1996: 15).

En conclusió; "el fenomen actual del desenvolupament de l'ètica professional no es fonamenta ja en la llibertat, que de totes maneres és element bàsic de l'ètica, sinó en la consciència del periodista" (1996: 15).

CAPÍTOL IV. LA CAPACITAT DE LA FICCIÓ PER A REPRESENTAR LA REALITAT

Seguint amb la introducció als conceptes claus que formen aquest treball, també és necessari parlar d'un altre element com és la ficció. Al llarg d'aquest treball veurem com la ficció és capaç de representar unes variables, en el nostre cas ètiques, i com és capaç de fer-ho. Així doncs, la ficció televisiva, representada per la sèrie *The Newsroom*, serà un component cabdal per la present investigació. Però, què és ficció? Els autors Martínez de Albeniz i Moreno del Río ens ho introdueixen;

[...] normalment pensem en realitat i ficció com si fossin termes contraposats. Són més aviat antagònics, és a dir, es necessiten mútuament. La realitat és, en bona part, producte de ficcions que es tornen reals, de profecies que s'autocompleixen. Sense elles les transformacions socials serien inviabilitats. Per la seva banda, la ficció ha d'atendre al principi de versemblança si vol captar l'atenció del públic: està obligada a ser commensurable amb la vida. Fins en els més conspicus relats de ciència ficció hi ha un ganxo amb el principi de la realitat. [...] El relat habita sempre en la polleguera entre realitat i ficció, en el lloc on ambdues friccionen. (Martínez de Albeniz & Moreno del Río, 2012: 11)

La ficció es presenta, doncs, com una eina que necessita de la realitat per modelar-se, és a dir, les històries que se'ns expliquen a través de la televisió són fruit de l'engranatge amb les històries que succeeixen a la realitat o, si més no, pretenen ser-ho.

D'aquesta manera, creiem que cal destacar la incidència que les sèries de televisió estan desenvolupant dins les nostres vides quotidianes, on la ficció és, en certa manera, un aparador que serveix per crear una successió d'estereotips específics sobre uns temes concrets, dependent del gènere o format que consumim.

Per tant, aquesta capacitat de representar la realitat es converteix en una manera de mostrar a l'espectador unes situacions que en general no coneix, com és el cas del dia a dia del treball periodístic i que consumim sèries com *The Newsroom* es poden arribar a estereotipar professions sense saber realment com són o en què consisteixen.

Així doncs, aquesta ficció és capaç de representar aquest dia a dia però potser no sigui del tot fidedigne amb l'exercici que duen a terme els periodistes. Tanmateix, es fa necessari doncs introduir la sèrie en qüestió i veure com es representa l'ètica periodística.

CAPÍTOL V. LA REPRESENTATIVITAT DE L'ÈTICA PERIODÍSTICA DINS THE NEWSROOM

The Newsroom és una sèrie nord-americana que pertany al gènere dramàtic i que és protagonista de l'anàlisi del present treball. Per tant, es fa imprescindible saber per què hem escollit aquesta sèrie i no una altra, i la relació directa que manté amb tots els conceptes inclosos dins del marc teòric. La periodista Rocío Ayuso escriu al diari *El País* sobre l'essència de la creació de la sèrie:

La seva idea va ser escriure una carta d'amor al món del periodisme. Aaron Sorkin, autor de l'ala oest de la Casa Blanca i guanyador de l'Oscar amb *La xarxa social*, va voler mostrar en *The Newsroom* els ideals informatius, acabar amb el cinisme de la societat actual i aspirar com Don Quixot a un món millor (2012, 10 Setembre).

La redacció del noticiari de *News Night* és l'escenari on ocorren la majoria de trames de la sèrie, fent necessari analitzar les històries que tenen cabuda tant dins com fora d'ella. *The Newsroom* ha estat plena de controvèrsies i grans crítiques, sobre tot, degut a la idealització que es fa del periodista i de com els mitjans haurien d'haver tractat alguns temes que ja han succeït a les redaccions reals i potser no s'han cobert com calia. Ayuso afegeix:

Després de veure els primers minuts de la seva nova sèrie és difícil no pensar que *The Newsroom* és una trucada d'atenció al món en el qual vivim, a la desil·lusió que existeix amb el sistema i especialment amb aquells que diuen informar-nos. (2012, 9 setembre).

Així doncs, *The Newsroom* es converteix, en certa manera, en una manera de representar la figura del periodista com un ideal, el que hauria de ser però realment no és. Llavors, ¿estan els periodistes angoixats per la idealització de la seva professió o els hi dol que algú els alleccioni? Aquesta és la resposta que el guionista i director de la sèrie Aaron Sorkin dóna en una entrevista publicada al diari *El País*;

Les nostres vides estan molt marcades pel que escoltem en televisió. Per aquest motiu hem de preocupar-nos pels continguts que s'emeten tant com ens preocupem pel que s'imparteix a les nostres aules. Però, repeteixo, jo no vull fer càtedra. Només

entretenir en un ambient que es senti real, on les notícies són reals i l'espectador explica fins i tot amb més informació que els protagonistes (2012, 9 setembre).

Aquesta posició del director té a veure amb la composició de la trama de *The Newsroom*, ja que es basa en un constant “present-passat” on l'espectador ja coneix els fets que estan succeint i, per tant, té més informació de la que els propis protagonistes poden tenir. Així, la sèrie es crea sota aquesta dinàmica on els guions van mostrant fets ja succeïts i que, en certa manera, posen en dubte la bona praxis dels periodistes i dels mitjans envers a les diverses temàtiques que es tracten. Sorkin es posiciona al respecte;

[...]mantinc l'optimisme en l'àmbit del periodisme. El que necessitem dels mitjans és que presentin els fets. El procés més intel·ligent és el diàleg, el fruit d'un debat entre dues visions informades encara que oposades sobre un mateix tema. Així és quan obtenim els millors resultats d'una democràcia. Però parlo d'un debat dialogat i intel·ligent, no d'un intercanvi d'acusacions sobre si el president és marxista o ha nascut a Kenya. El que succeeix és que aquestes discussions són més pintoresques i guanyen audiència, i la resta passa a segon pla (2012, 9 setembre).

Per tant, com podem veure *The Newsroom* és una de les sèries de ficció on millor poden veure's representats els conceptes teòrics que hem introduït en els anteriors capítols, ja que els temes que es tracten conflueixen i es desenvolupen entorn a les pràctiques periodístiques dels professionals que treballen a la redacció i que la fan convertir-se en element clau per analitzar el nostre objecte d'estudi que és l'ètica periodística.

El renovat *News Night* (nom del programa de McAvoy) li donarà les rendes a MacKenzie McHale (la seva productora) perquè li de un rentat de cara per complet. Ara, els veritables protagonistes, seran les notícies i l'ètica professional pel ben comú. Res d'alleugerir els fets, res de protegir interessos de polítics ni mantenir-se neutrals. Si cal tirar-li *terra* als republicans, es fa, a Obama? També. Sempre complint el seu objectiu de dir la veritat, sense pèls en la llengua i per més dura que sigui (2015, 13 febrer)

Tan mateix, les crítiques a *The Newsroom* han estat diverses i no només han afectat de manera directa al director de la sèrie sinó també en certa manera a les diverses temporades que s'han anat succeint. Aaron Sorkin accepta aquestes crítiques i les transforma en aprenentatge;

Sempre penso que puc millorar. I crec que he millorat amb els anys. D'alguna manera és un treball que s'assembla al de director d'orquestra, que millora amb cada concert. També sé que ho puc fer millor. I ho intento cada dia, perquè a més visc en l'era d'or dels guionistes. Explicuem en l'actualitat amb alguns dels millors guionistes de la història i accepto la meua competència (2012, 9 setembre).

Així doncs, *The Newsroom* experimenta una sèrie de canvis al llarg de les seves tres temporades, totes elles envoltades de temes molt polèmics, que tractarem de desgranar en els següents capítols.

PART III. HIPÒTESIS D'INVESTIGACIÓ

Com el tema d'anàlisi és l'ètica periodística, totes les hipòtesis que es formularan tindran a veure amb aquest concepte.

Per tant, seguint l'estructura marcada des del principi i dins dels objectius principals, haurem d'establir hipòtesis que ens ajudin a confeccionar la investigació posterior i, que, ens vagin guiant, per tal de saber des d'on comencem i cap a on volem anar.

Abans l'iniciar qualsevol investigació és necessari que puguem establir quina serà la hipòtesi central del nostre treball. A més, haurem d'establir una hipòtesi positiva i una hipòtesi nul·la (o varies si es precisa) que seran imprescindibles, així com una hipòtesi alternativa per poder explicar el problema en cas que la hipòtesi positiva fos falsa. A més, haurem d'establir la jerarquia que seguiran les nostres hipòtesis: en primer lloc, la hipòtesi positiva, en segon lloc, la nul·la i, per últim, l'alternativa.

Hipòtesi positiva²:

- La sèrie de ficció *The Newsroom* representa els valors de l'ètica periodística
- La representació de l'ètica periodística a *The Newsroom* depèn de les temàtiques que es tracten.

² Segons estableix l'autor Marius Domínguez Amorós; “una hipòtesi postiva estableix que hi ha una relació o associació entre dues variables” (2003:50).

Hipòtesi nul·la³:

- La sèrie de ficció The Newsroom no representa els valors de l'ètica periodística
- La representació de l'ètica periodística a The Newsroom no està relacionada amb les temàtiques que es tracten.

Hipòtesi alternativa⁴:

- La representació de l'ètica periodística a The Newsroom depèn d'un altre factor que no és la temàtica.

Així doncs, sorgeix la necessitat de formular algunes altres hipòtesis:

Hipòtesi relacional⁵ (explicativa):

- La representació de l'ètica periodística a The Newsroom està relacionada amb el tipus de temàtiques que es tracten dins la sèrie (hipòtesi relacional analítica que es formula en termes de comprensió de la relació existent⁶).

Hipòtesi relacional analítica⁷:

- Hipòtesi relacional causal o amb estructura de dependència⁸:
 - Els tipus de continguts de la sèrie determinen el grau de representativitat de l'ètica a The Newsroom.

³ “Una hipòtesi nul·la que nega qualsevol tipus de relació entre les variables, ja que considera que són independents” (Dominguez Amoròs, 2003:50).

⁴ “Una hipòtesi alternativa que pressuposa una explicació diferent de la que es proposa com a positiva” (Dominguez Amoròs, 2003:50).

⁵ Segons estableix l'autor Marius Domínguez Amoròs; “Pressuposa un fet, esdeveniment o factor que està relacionat amb un altre, en depèn, o varia simultaneament a aquest. D'una banda, la hipòtesi relacional estableix una relació entre dues o més variables i, de l'altra, indica quina classe de relació hi ha entre aquestes, amb un caràcter explicatiu” (2003:51).

⁶ Domínguez Amoròs, M. (2003). Tècniques d'investigació social quantitatives. Barcelona: Edicions Universitat de Barcelona, p. 52

⁷ “[...] tracten d'analitzar la relació que hi ha entre les variables[...] el terme relacionada pot tener significats diferents: simple o de dependència” (2003:52)

⁸ “[...] en la qual una variable provoca o explica el comportament de la segona, que és l'objecte d'estudi” (2003:52)

PART IV. METODOLOGIA

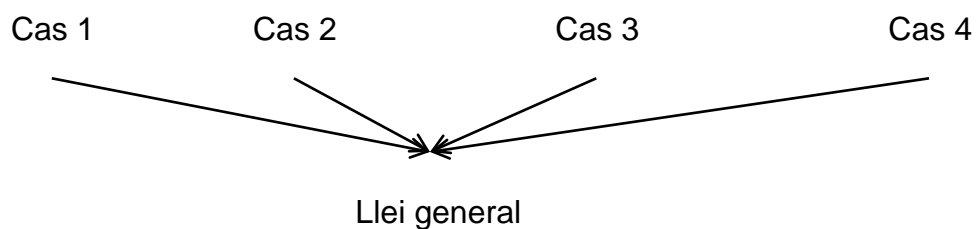
Una vegada formulades les hipòtesis i definides les variables que serviran per establir els valors i indicadors de les mateixes, en el cas de la necessitat d'aquests, serà el moment de delimitar quin serà el procediment metodològic a seguir una vegada aquest ha estat contemplat des del punt de vista teòric (Del Río & Velázquez, 2005: 62).

Així doncs, en aquest apartat es descriu la metodologia d'investigació en la qual s'emmarca la recerca. Gràcies al que s'estableix, podrem arribar als objectius plantejats i donar resposta a les preguntes d'investigació principals. La recerca parteix de la següent pregunta: *La sèrie de ficció The Newsroom representa l'ètica periodística?*

Per tant, si volem respondre-la haurem d'establir quin serà el tipus d'investigació que es durà a terme i justificar-ne el per què. A més, es farà necessari delimitar la mostra escollida dins de l'univers hipotètic que s'estableix com la totalitat del conjunt d'elements a investigar.

El tipus de recerca serà descriptiva, és a dir, segons Del Río i Velázquez: “ha de respondre a l'anàlisi del fet o fenomen que l'investigador pretén estudiar. També ha d'intentar definir o detallar el comportant d'aquest fenomen o fet” (2005: 54). Així doncs, a l'hora de definir el tipus de recerca ho fem a partir del coneixement que tenim sobre el tema. En aquest cas, l'investigador té una formació prèvia que li permet fer una descripció exhaustiva dels elements que analitza i, finalment, arribar a conclusions fermes envers l'objecte d'estudi.

Serà imprescindible per dur a terme la investigació saber quina és la representació que existeix de l'ètica dins *The Newsroom*. Per tant, serà igual d'important desenvolupar la investigació sota una metodologia inductiva, és a dir, aquella que de l'observació de tots els casos particulars d'un conjunt observable s'infereix una Llei General (Del Río & Velázquez, 2005).



Imatge I. Metodologia inductiva. Font: Del Río & Velázquez, 2005

Per tal d'efectuar l'estudi de la manera més òptima possible utilitzarem l'anàlisi i l'analogia. Dos conceptes que Del Río & Vel azquez (2005) defineixen: l'anàlisi és l'eina que permet separar les parts d'un tot a fi d'estudiar-les per separat, mentre que l'analogia examina les relacions entre elles i estableix la relació de semblança formal entre elements que exerceixen la mateixa funció o entre casos que puguin presentar similituds. Permet establir correlacions o comparacions.

CAPÍTOL VI. DISSENY I ESTRAT EGIA DE LA RECERCA

Aquest lloc, dins de la planificació del treball d'investigació, de les tècniques d'investigació que es seguiran per extraure les dades del problema d'investigació plantejats, siguin de car cter quantitatiu o qualitatiu (Del Río & Vel azquez, 2005: 62).

La tècnica d'investigació que s'emprar  serà tant de car cter quantitatiu com de car cter qualitatiu, ja que creiem que els resultats que s'obtindran seran molt més satisfactoris.

La metodologia quantitativa s'estructurarà entorn l'anàlisi de contingut, és a dir, planificant i dissenyant una fitxa de contingut amb les variables pertinents per a l'extracció de dades. En aquest cas, efectuarem un anàlisi quantitatiu que es representar  a través d'unes taules, totes elles amb una estructura semblant, i que serà el que ens ajudi a extraure allò que pretenem saber del nostre objecte d'estudi; tractament, temes, etc.

Per altra banda, s'alternar  amb l' s de la metodologia qualitativa que pretén analitzar àmbits de les categories d'anàlisi: descriptives, narratives, gramaticals, etc. Que s'extrauen de les taules prèviament realitzades a través de la tècnica quantitativa i la definició de les seves variables.

CAPÍTOL VII. TIPUS DE VARIABLES I NIVELL DE MEDICIÓ

Podem definir variable com qualsevol característica o propietat que contingui dues o més categories possibles en les que un objecte o esdeveniment pugui ser classificat potencialment. (Berganza Conde, 2005:117)

Les variables escollides per realitzar la investigació seran les qualitatives discretes. Segons defineix Berganza Conde: "són aquelles que només poden arribar a un

determinat conjunt de valors. És a dir, l'escala de mesurament està interrompuda per espais en l'escala numèrica” (2005:117)

I segons el nivell de mesurament seran nominals, ja que no existeix un ordre preestablert, sinó que, som nosaltres els qui escollim per algun motiu l'ordre que seguiran.

En aquest cas, existiran, a més, variables dependents i independents. És a dir, es diuen variables dependents perquè “[...] es suposa que els valors que adquireix depenen dels valors que presenten altres. Són, en certa manera, “efecte” –en sentit estadístic- de les variables independents” (Berganza Conde, 2005:121). Així doncs, “les variables que influeixen sobre els valors que pren la variable dependent són les variables independents o explicatives” (Berganza Conde, 2005:121).

A continuació, es mostren les variables que composaran les taules que permetran la investigació de camp. Les variables principals que s'extreuen de les hipòtesis plantejades són: l'ÈTICA i la TEMÀTICA. Aquestes dues variables seran dependents de la quantitat de *SI*, *NO* i *NO S'OBSERVA* que es comptabilitzin al finalitzar de la investigació. Per tant, dependent d'aquesta quantitat de respostes envers a les variables (sí, no i no s'observa) podrem concloure si es compleix o es refuta la nostra hipòtesi principal⁹.

Llavors, aquestes variables “sí, no i no s'observa” donen resposta a les altres trenta variables que componen la taula d'anàlisi de continguts. En aquest cas, les trenta variables són independents, perquè la seva resposta no depèn, ni és efecte de cap altre variable.

Les trenta variables independents que es mostren a continuació (*Veure - Taula III*) s'han extret dels conceptes teòrics que hem desenvolupat i que són l'element clau per fonamentar les bases de la nostra investigació. Totes les variables són trets que hem considerat fonamentals per la realització d'un periodisme ètic, així, cadascuna d'elles és imprescindible per l'exercici professional periodístic. Gràcies a elles també podrem concloure si la hipòtesi principal del nostre treball és compleix.

Tenim, doncs, diferents respostes possibles segons les variables que es manifestin en més quantitat. És a dir, nosaltres partim de que la hipòtesi que hem plantejat és certa,

⁹ Consultar Part III – Hipòtesis d'investigació

per tant, la representativitat de l'ètica a *The Newsroom* sí depèn de les temàtiques que es tracten. Però, poden passar diverses coses a l'analitzar-ho:

- MAJORIA DE VARIABLE SÍ → Que depengui de la temàtica i que a més respecti els valors ètics
- MAJORIA DE VARIABLE NO → Que depengui de la temàtica i que a més no respecti els valors ètics
- MAJORIA DE VARIABLE NO S'OBSERVA → O, que no depengui de la temàtica¹⁰

ÈTICA	SÍ	NO	NO S'OBSERVA

Taula 1. Variables dependents per l'anàlisi de contingut sobre l'ètica.

TEMÀTICA	SÍ	NO	NO S'OBSERVA

Taula 2. Variables dependents per l'anàlisi de contingut sobre la temàtica.

Així doncs, les diferents hipòtesis es veuran respostes per les diferents variables que hem escollit. Per tant, a la primera hipòtesi positiva, “*La sèrie de ficció The Newsroom representa l'ètica periodística*” li donarà resposta la variable *SÍ*; a la segona hipòtesi positiva, “*La representació de l'ètica periodística a The Newsroom depèn de les temàtiques que es tracten*”, li donaran resposta les variables *SÍ* i *NO*; i a la hipòtesi negativa, “*La representació de l'ètica periodística a The Newsroom no depèn de les temàtiques que es tracten*”, li donarà resposta la variable *NO S'OBSERVA* i donant peu a crear altres alternatives (*hipòtesi alternativa*) per arribar a l'objectiu, en el cas de que no s'assoleixin amb l'actual treball.

¹⁰ Podran dependre d'altres variables (factors) que no haguin estat contemplats en aquests treball. Com es pot veure a la hipòtesi alternativa on hem suposat un altre factor que seria susceptible d'un altre treball d'investigació.

	ÈTICA	SÍ	NO	NO S'OBSERVA
1	Exercici honest			
2	Actuació en benefici de la societat			
3	Preservació de la llibertat personal			
4	Voluntat d'autoregulació informativa			
5	Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies			
6	Voluntat de proveir informació veraç i verificada			
7	Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet			
8	Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust			
9	Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu			
10	Existència de drets i deures que assisteixen als professionals			
11	Garantia de la independència dels professionals dins la redacció			
12	Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà			
13	Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà			
14	Ocultació d'informació als superiors			
15	Acceptació de pressions o favors			
16	Discriminació per ideològica, sexe, raça,			

	procedència social o cultural			
17	Separació de la informació rigorosa del rumor			
18	Contrast d'informacions i fonts			
19	Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies			
20	Respecte a la informació dels menors			
21	Apologia al secret professional			
22	Narració vertadera i intel·ligent dels fets			
23	Oferiment d'una imatge representativa de la societat			
24	Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat			
25	Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa			
26	Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència			
27	Reconeixement de la responsabilitat davant del públic			
28	Foment del criticisme i el pluralisme			
29	Actuació amb consciència periodística			
30	Els periodistes responen davant dels seus superiors			

Taula 3. Variables independents per l'anàlisi de contingut.

CAPÍTOL VIII. UNIVERS I MOSTRA

En aquest cas, l'univers de la investigació és la sèrie de ficció *The Newsroom*¹¹. La producció es compon de tres temporades, que contenen deu, nou i sis capítols respectivament, i que va finalitzar la seva emissió el passat gener de 2015.

L'univers seleccionat són les tres temporades que s'han emès via Canal Plus, que és la cadena privada que va comprar els drets d'emissió de *The Newsroom* al 2012. Totes les temporades s'han pogut veure a través de Canal Plus i Canal Plus Series. L'última temporada va poder visionar-se el 10 de novembre de 2014, un dia després de la seva emissió a EEUU, però en versió original. Així doncs, aquells que volien veure-la en dual havien d'esperar fins al 19 de novembre. Les altres dues temporades s'han pogut visualitzar de manera regular durant els mesos de setembre a novembre a Espanya, mentre que a EEUU s'emeten a l'estiu en els mesos de juliol, agost i setembre.

Aquests univers consta de vint-i-cinc capítols, tots ells analitzats sota els paràmetres que s'han establert en els apartats anteriors¹². És a dir, per tal d'arribar als objectius principals de la investigació, hem cregut important seleccionar aquells capítols que feien referència a les grans temàtiques socials i descartar tots aquells que no tracten directa o indirectament aquestes temàtiques.

Seguidament es mostren les taules corresponents per tal de mostrar l'univers i la mostra que s'analitzaran. Aquesta taula inclou el títol original, el títol traduït al castellà (amb el que ens referirem a l'hora de fer l'anàlisi pertinent), així com la data d'emissió i el canal d'emissió a Espanya:

Temporada I	Títol Original	Títol a Espanya	Data d'emissió a Espanya	Canal d'emissió Espanya
C1¹³	We just decided to	Decidimos hacerlo	11/09/2012	Canal +
C2	News Night 2.0	Noticias noche 2.0	18/09/2012	Canal +

¹¹ Consultar Annex- Capítol II. *The Newsroom: una aproximació*. En aquest apartat es resumeixen les tres temporades, es descriuen els personatges principals i secundaris protagonistes i ens apropa tant al seu director, Aaron Sorkin com a la productora estadounidense HBO.

¹² Consultar Capítol V. *Disseny i estratègia de recerca*.

¹³ Es refereix a "Capítol"

C3	The 112th Congress	El 112º Congreso	25/09/2012	Canal +
C4	I'll try to fix you	Intentaré ser tu celestina	02/10/2012	Canal +
C5	Amen	Amén	09/10/2012	Canal +
C6	Bullies	Abusones	16/10/2012	Canal +
C7	5/1	01 de mayo de 2011	23/10/2012	Canal +
C8	The Blackout. Part 1: Tragedy porn	El apagón. Parte 1: Carroñeros	30/10/2012	Canal +
C9	The Blackout. Part 2: Mock debate	El apagón. Parte 2: Simulacro de debate	07/11/2012	Canal +
C10	The greater fool	El más tonto	14/11/2012	

Taula 4. Llistat capítols temporada 1. *The Newsroom*. **Font:** elaboració pròpia a partir de les dades recuperades el 12 de gener de 2015 de es.wikipedia.org/wiki/The_Newsroom

Temporada II	Títol Original	Títol a Espanya	Data d'emissió a Espanya	Canal d'emissió Espanya
C1	First thing we do, let's kill all the lawyers	Lo primero, matemos a los abogados	10/09/2013	Canal +
C2	The Genova tip	El soplo de Génova	17/09/2013	Canal +
C3	Willie Pete	Willie Pete	24/09/2013	Canal +
C4	Unintended consequences	Consecuencias accidentales	01/10/2013	Canal +
C5	News Night with Will McAvoy	Noticias noche con Will McAvoy	08/10/2013	Canal +
C6	One step too many	Un paso de más	15/10/2013	Canal +
C7	Red team III	Equipo rojo III	22/10/2013	Canal +
C8	Election night: Part I	Noche electoral: Parte I	29/10/2013	Canal +
C9	Election night: Part II	Noche electoral: Parte II	03/11/2013	Canal +

Taula 5. Llistat capítols temporada 2. *The Newsroom*. **Font:** elaboració pròpia a partir de les dades recuperades el 12 de gener de 2015 de es.wikipedia.org/wiki/The_Newsroom

Temporada III	Títol Original	Títol a Espanya	Data d'emissió Espanya	Canal d'emissió Espanya
C1	Boston	Boston	19/11/2014	Canal +
C2	Run	Run	26/11/2014	Canal +
C3	Main Justice	Justicia plena	03/12/2014	Canal +
C4	Contempt	Desacato	10/12/2014	Canal +
C5	Oh Shenandoah	Oh Shenandoah	17/12/2014	Canal +
C6	What kind of day has it been	Qué clase de día ha sido	24/12/2014	Canal +

Taula 6. Llistat capítols temporada 3. *The Newsroom*. Font: elaboració pròpia a partir de les dades recuperades el 12 de gener de 2015 de es.wikipedia.org/wiki/The_Newsroom

8.1 DELIMITACIÓ I DISSENY DE LA MOSTRA

Per tal d'establir la mostra més adequada pel nostre treball hem intentant delimitar les característiques de l'univers i distingint les diferents unitats d'anàlisi que podien ser individus (unitat simple) o organitzacions (Del Río & Velázquez, 2005). En el nostre cas, es tracta d'una unitat col·lectiva que engloba les tres temporades de la sèrie de ficció *The Newsroom*.

Un cop especificat l'univers procedim a delimitar la mostra que serà estudiada i que respondrà als objectius que volem aconseguir, així com respondre a les preguntes cabdals de la investigació. En aquest cas, seran tots aquells capítols que responguin a les temàtiques socials més rellevants que s'han establert com importants i que seran analitzats a través de les diferents tècniques d'investigació seleccionades.

La mostra es defineix, per tant, com una mostra no aleatòria o empírica, en aquest cas, intencional. Segons Del Río & Velázquez (2005) l'investigador selecciona la mostra procurant que aquesta sigui representativa però d'acord amb la seva opinió o intenció. És a dir, l'elecció d'aquesta mostra és de caràcter subjectiu, ja que som nosaltres els que establím quins són els capítols que volem seleccionar, en base a què i per quins motius o intensions. Però, s'intenta que la mostra sigui el més representativa possible.

Per tant, parlariem d'un tipus de mostreig no probabilístic, ja que aquesta elecció dels diferents elements no depèn d'una probabilitat sinó d'aquelles causes que estan relacionades amb les característiques de l'investigador o, si més no, de la recerca o de la mostra (Del Río & Velázquez, 2005). Així doncs, no tots els capítols tindran les mateixes probabilitats de ser triats o escollits, ja que prèviament dins la metodologia hem establert una sèrie de variables i característiques que el contingut del capítol haurà de tenir per tal de que sigui susceptible d'anàlisi.

8.2 SELECCIÓ DE LES TEMÀTIQUES

Per tal de seleccionar els capítols que seran susceptibles d'anàlisi, farem referència a la investigació realitzada per Sofía Mur Casado (2014), on estableix la importància dels temes de la sèrie pels segons que se li dediquen. Així doncs, aquesta investigació prèvia ens servirà per establir quins seran els capítols que analitzarem i en quines temàtiques s'englobaran¹⁴.

Per tant, el nostre estudi es basarà en analitzar els capítols seleccionats a través de les taules que s'han delimitat anteriorment (*Veure Metodologia- Capítol VI*). Pretenem, doncs, analitzar el tractament de l'ètica en cadascun dels diferents temes (que englobaran diferents capítols) i, finalment, comparar els resultats obtinguts per veure si s'observen similituds o diferències segons les temàtiques que es tracten.

Segons estableix Mur Casado (2014) tant a la primera com a la segona temporada s'observen dos temes recurrents: el terrorisme i el partit republicà dels Estats Units, concretament, la vessant més conservadora coneguda com el Tea Party¹⁵ i que en el present treball estaran englobats dins les temàtiques de *Moviments polítics*, en referència al Tea Party, i *Conflictes violents*, en referència al Terrorisme.

Els capítols que es mostren susceptibles d'anàlisi són¹⁶:

¹⁴ Consultar Annex – *Introducció a les temàtiques*. Descripció de les temàtiques seleccionades, per tal de contextualitzar el temes principals del treball.

¹⁵ Segons Mur Casado; Al Tea Party “se li dediquen 7.702 segons, un 24,96% de temps total dedicat a les notícies (17.692 segons)” (2014: 55) en total entre les dues temporades analitzades.

¹⁶ Per tal de que els resultats que s'obtinguin de l'anàlisi tinguin coherència, hem escollit els mateixos capítols que l'autora Mur Casado i que queden reflexats dins la seva obra *La representación del trabajo periodístico en la serie de ficción de la HBO* (2014: 56-59).

TEA PARTY TEMPORADA I

C3	«El 112° Congreso»
C5	«Amén»
C6	«Abusones»
C8	«El apagón parte I: Carroñeros»
C9	«El apagón parte II: Simulacro de debate»
C10	«El más tonto»

Taula 7. Llistat capítols temporada 1. *Tea Party*. **Font:** elaboració pròpia a partir de les dades extretes de Mur Casado, M.S. (2014: 55-57)

TEA PARTY TEMPORADA II

C1	«Lo primero, matematos a los abogados»
C2	«El soplo de Génova»
C3	«Willie Pete»
C5	«Noticias Noche con Will MacAvoy»
C8	«Noche electoral Parte I»
C9	«Noche electoral Parte II»

Taula 8. Llistat capítols temporada 2. *Tea Party*. **Font:** elaboració pròpia a partir de les dades extretes de Mur Casado, M.S. (2014: 55-57)

Com hem establert anteriorment, un altre dels temes destacats és el terrorisme, al que se li dediquen, segons Mur Casado (2014), un total de 2.199 segons (un 7,12% del temps total). Els capítols susceptibles d'anàlisi són:

TERRORISME TEMPORADA I

C4	«Intentaré ser tu celestina»
C7	«01 de mayo de 2011»

Taula 9. Llistat capítols temporada 1. *Terrorisme*. **Font:** elaboració pròpia a partir de les dades extretes de Mur Casado, M.S. (2014:57)

TERRORISME TEMPORADA II

C1	«Lo primero, matemos a los abogados»
C2	«El soplo de Génova»

Taula 10. Llistat capítols temporada 2. *Terrorisme*. **Font:** elaboració pròpia a partir de les dades extretes de Mur Casado, M.S. (2014:57)

Seguint amb la delimitació dels capítols que formaran part de la nostra mostra, introduïm un dels temes més controvertits de la sèrie, l'Operació Gènova, que es troba dins de la temàtica referida als *Documents classificats*. Així, segons estima Mur Casado (2014), se li dediquen 5.929 segons, un 35,19% del temps total durant aquesta temporada (16.846 segons).

Els capítols susceptibles d'anàlisi són:

GÈNOVA TEMPORADA II

C2	«El soplo de Génova »
C3	«Willie Pete »
C4	«Consecuencias Accidentales »
C5	«Noticias Noche con Will MacAvoy»
C6	«Un paso más»
C7	«Equipo rojo III»
C8	«Noche electoral Parte I»
C9	«Noche electoral Parte II»

Taula 11. Llistat capítols temporada 2. *Gènova*. **Font:** elaboració pròpia a partir de les dades extretes de Mur Casado, M.S. (2014:57-58)

Un altre dels temes més rellevants és el moviment Occupy Wall Street que es troba dins de la temàtica *Moviments socials*, on, segons Mur Casado (2014), se li dediquen 925 segons, un 5,49% del temps total. Els capítols susceptibles d'anàlisi són:

OCCUPY WALL STREET TEMPORADA II

C2	«El soplo de Génova »
C3	«Willie Pete »
C4	«Consecuencias Accidentales »

Taula 12. Llistat capítols temporada 2. *Occupy Wall Street* . **Font:** elaboració pròpia a partir de les dades extretes de Mur Casado, M.S. (2014:59)

Continuant amb el que estableix l'autora Mur Casado (2014) dins la segona temporada, trobem el tema d'Àfrica i que s'engloba en la temàtica del *Periodista i els conflictes armats*, al que se li dediquen 2.298 segons, un 8,24% del temps total. Els capítols susceptibles d'anàlisi són¹⁷:

ÀFRICA TEMPORADA II

C2	«El soplo de Génova »
C3	«Willie Pete »
C4	«Consecuencias Accidentales »
C6	«Un paso más»
C7	«Equipo rojo III»

Taula 13. Llistat capítols temporada 2. *Àfrica* . **Font:** elaboració pròpia a partir de les dades extretes de Mur Casado, M.S. (2014:59)

A l'última temporada de la sèrie hem d'establir els temes principals sota el mateixos criteris de mesurament anteriors, tenint en compte les temàtiques més rellevants dins la temporada. Per tant, hem establert un tema principal: la detenció per desacatament de Will McAvoy, present durant tota la temporada i que culmina amb l'entrada en presó del presentador, que es troba dins la temàtica *El secret professional*.

¹⁷ La selecció s'ha fet sota criteri personal, ja que dins del treball de Mur Casado (2014) no s'especificaven els capítols susceptibles d'anàlisi.

Els capítols susceptibles d'anàlisi són:

DESACATAMENT TEMPORADA III

C2	«Run»
C3	«Justícia plena»
C4	«Desacato»
C5	« Oh Shenandoah »

Taula 14. Llistat capítols temporada 3 *.Desacatament*. **Font:** elaboració pròpia

PART V. ANÀLISI DE RESULTATS

Dins d'aquest apartat trobem l'anàlisi dels resultats que es realitzarà a partir del estudi que hem dut a terme prèviament i del que s'han extret diferents gràfiques.

Aquestes gràfiques es divideixen en: gràfiques en tant per cent, que representen els resultats obtinguts de les variables *Sí*, *No* i *No s'observa*, i les gràfiques en barres que representen les trenta variables establertes dins la Metodologia.

A continuació, procedirem a descriure exhaustivament les gràfiques que contenen els resultats de l'anàlisi que hem realitzat als capítols pertinents i dividits en les diferents temàtiques. L'anàlisi s'ha dut a terme amb el programa Microsoft Excel, amb el que hem pogut representar, a través de taules i gràfiques, el que s'observa referent al nostre objecte d'estudi dins dels diferents capítols.

Per agilitzar la comprensió hem cregut oportú incloure només les gràfiques amb els resultats totals de l'anàlisi quantitatiu, deixant les taules de cadascun dels capítols analitzats per l'Annex¹⁸.

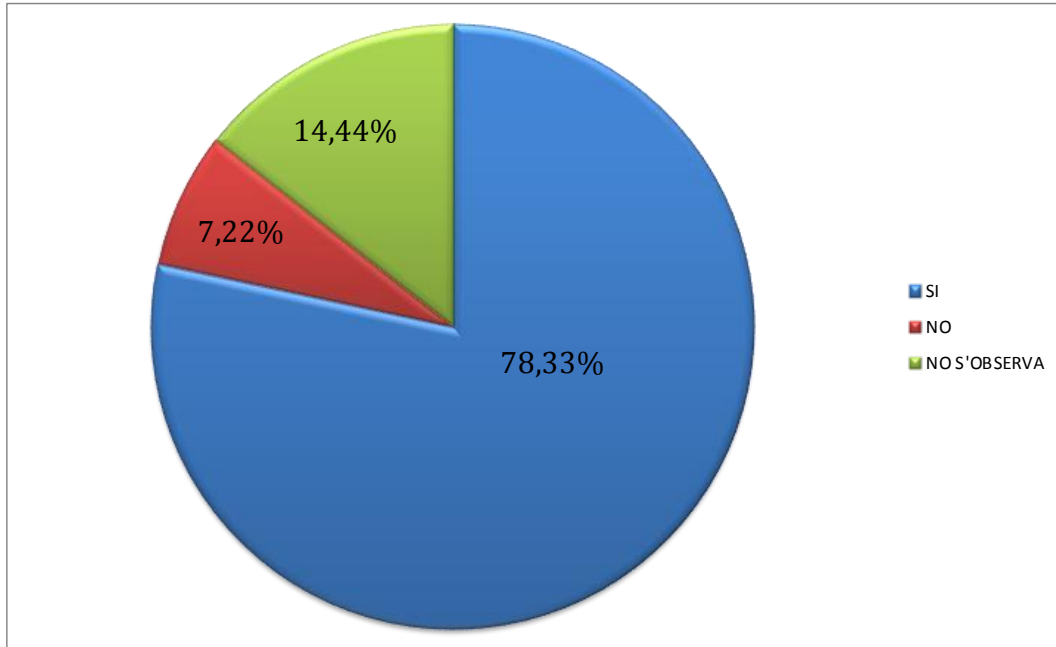
Finalment, procedirem a realitzar una discussió dels resultats obtinguts al llarg del següent anàlisi i que siguin importants destacar.

¹⁸ Consular Annex – Capítol III. *Gràfiques de la investigació de camp*

CAPÍTOL IX. TRACTAMENT ÈTIC EN LES DIFERENTS TEMÀTIQUES

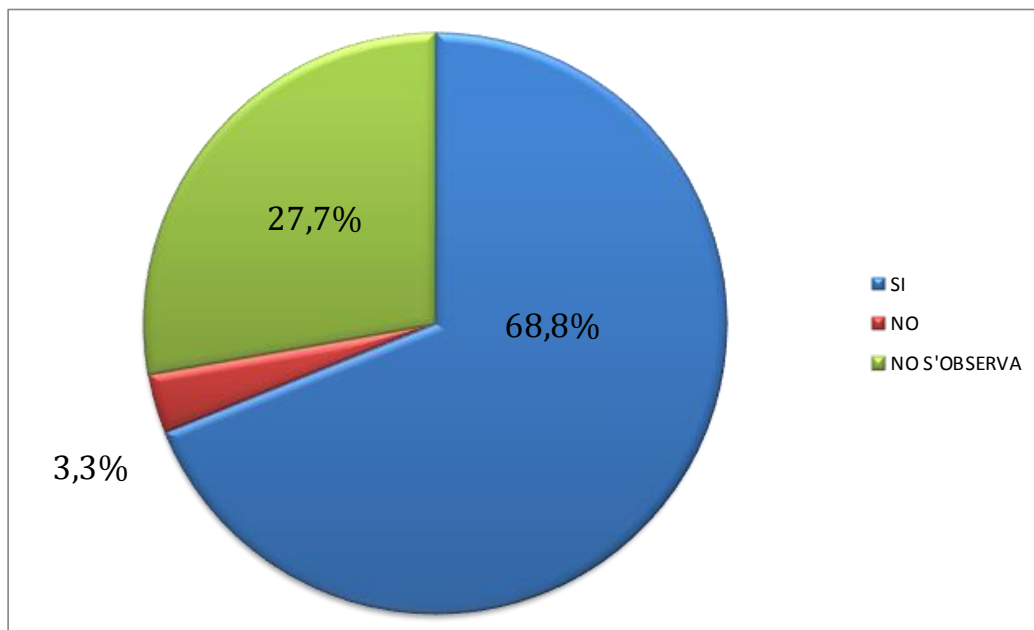
9.1 MOVIMENTS POLÍTICS: TEA PARTY

- TEMPORADA I



Gràfica 1. Resultats anàlisi quantitatiu *Tea Party* Temporada 1. **Font:** elaboració pròpia

- TEMPORADA II



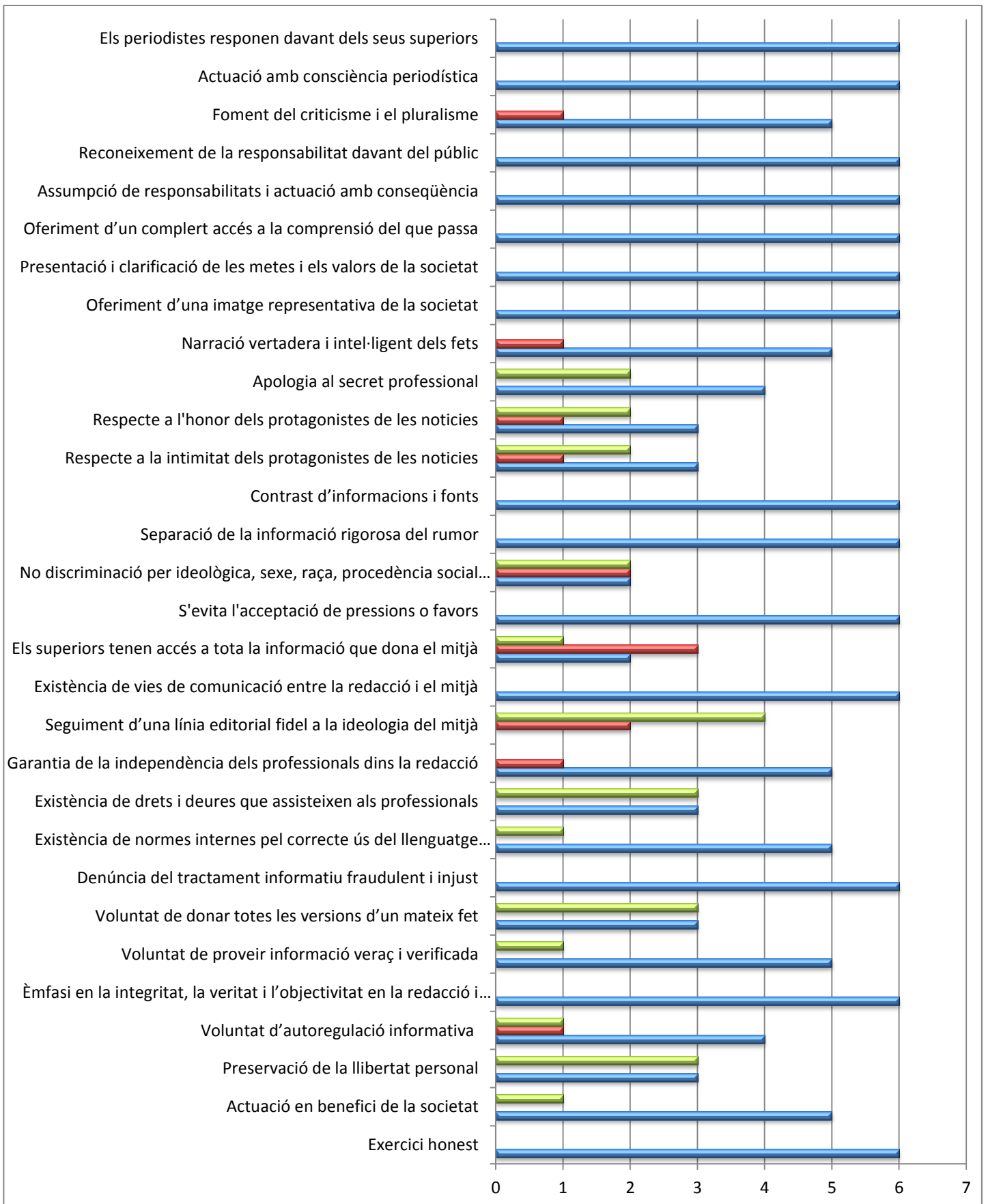
Gràfica 2. Resultats anàlisi quantitatiu *Tea Party* Temporada 2. **Font:** elaboració pròpia

Els resultats que s'extreuen de les gràfiques són, en primer terme, l'alt percentatge que s'observa tant en la primera temporada com en la segona, de la variables *Sí*. Sent d'un 78,33% en la primera i d'un 68,8% a la segona.

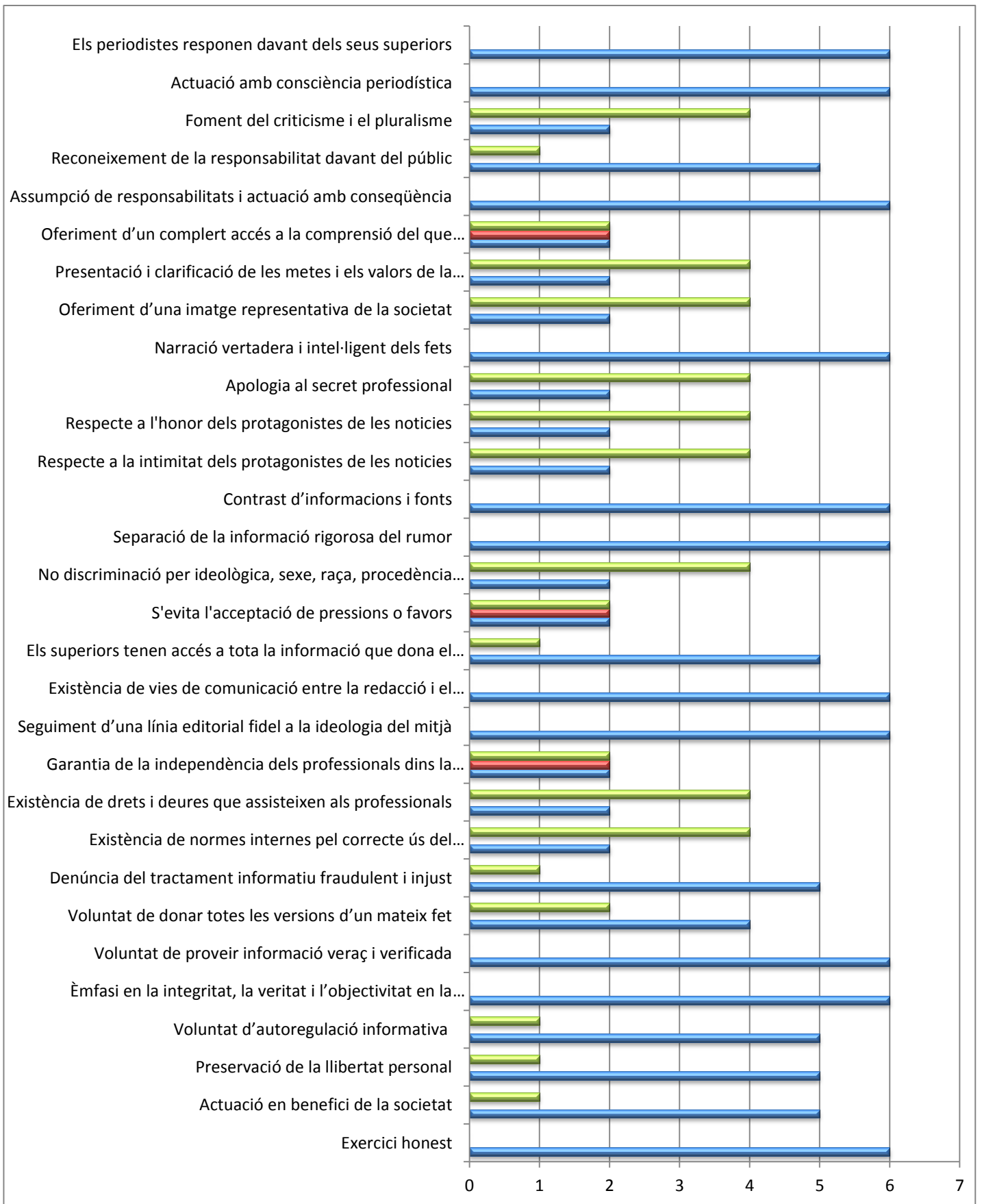
Per altra banda, també trobem important el fet de que hagi disminuït aquest tant per cent en quasi un 10%, ja que creiem que aquest tret és conseqüència de les crítiques que va tenir la sèrie durant l'emissió de la primera temporada. Les crítiques indicaven que existia una representació utòpica del periodisme i que, en certa manera, intentava aleccionar als propis professionals de com s'haurien d'haver fet les coses.

Per tant, dins de la temàtica dels *Moviments polítics: Tea Party* trobem notable, a més, que existeix una disminució del quasi 5% en el que respecta a la variable *No*. Passant d'un 7,22% a un 3,33%. Podríem pensar doncs, que això es tradueix en una millor representació de les variables analitzades i que les pràctiques periodístiques són més ètiques, però com el percentatge de la variable *Sí* no creix, no es compleix aquesta hipòtesi. Així, el que ocorre és que el percentatge de la variable *No s'observa* creix d'un 14,44% a un 27,7%, gairebé un 14%.

Per tant, en el que es refereix a aquesta temàtica trobem una evolució notable de totes les variables. El que ens porta a dir que, tot i que la sèrie comença amb unes pràctiques periodístiques que gaudeixen, en un alt percentatge, de principis ètics, a mida que van succeint els fets, la temàtica deixa de recollir valors ètics tan alts, baixant les pràctiques ètiques (que es recullen de la disminució del percentatge de la variable *No*) i comença a haver una quantitat considerable de *No s'observa*. Fet que condueix a concloure que, en el que es refereix a aquesta temàtica, la sèrie deixa de posicionar-se tant i crea pràctiques periodístiques més neutres (que es recull en l'increment de la variable *No s'observa*).



Gràfica 3. Resultats anàlisi quantitativu *Tea Party* Temporada 1. **Font:** elaboració pròpia



Gràfica 4. Resultats anàlisi quantitativ *Tea Party* T2. **Font:** elaboració pròpia

Dins d'aquest apartat també creiem important destacar totes aquelles variables (principis ètics) que hagin tingut una certa evolució durant les dues temporades i aquesta hagi estat notable. Per tant, començarem per aquelles que no s'han complert en algun dels capítols analitzats i veure si en les dues temporades existeix el mateix patró. Les variables que no compleixen en algun moment els criteris ètics establerts dins l'anàlisi són:

El **foment del criticisme**, on a la primera temporada es veu com en un capítol es vulnera aquest principi ètic però, tot i que, a la segona temporada no existeix aquesta vulneració, veiem que canvia de respectar-se en cinc a fer-ho només a dos capítols. A més, hi ha un alt percentatge de capítols on aquesta variable no s'observa. Per tant, pèl que respecta a aquesta variable, deixa de ser representada en la major part dels capítols a només estar-ho en dos i no trobar-se en els quatre restants.

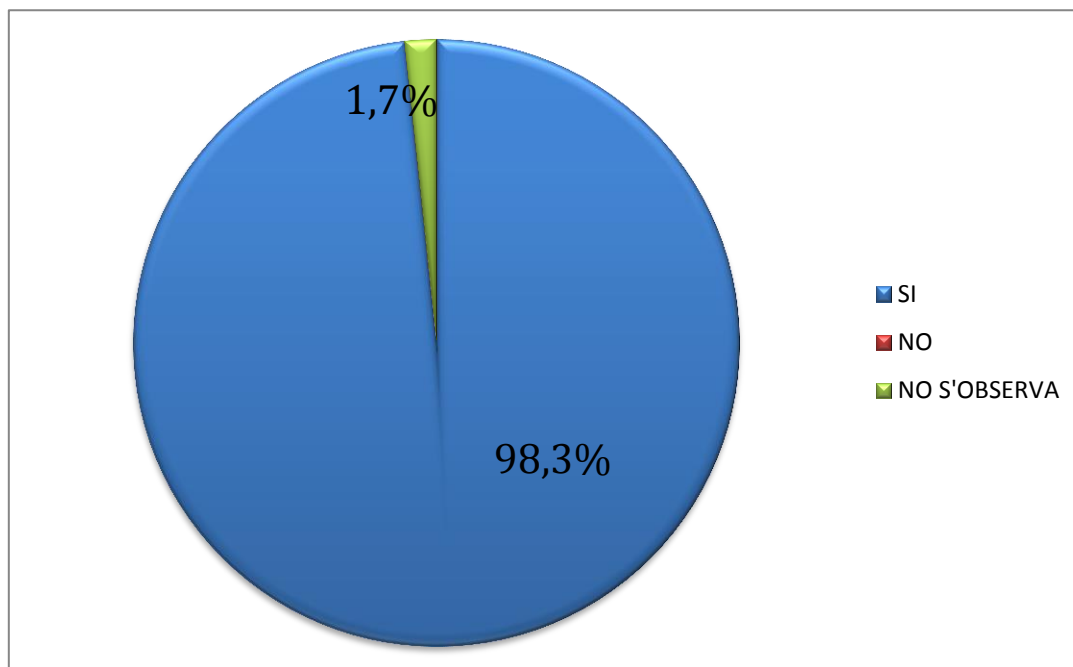
La **narració vertadera i intel·ligent dels fets** és un altre variable que, en major proporció, pateix certs canvis durant les dues temporades. En concret, passa de tenir un capítol a la primera temporada, que no compleix aquest principi ètic, a tenir-ne tot sis capítols a la segona temporada que si ho compleixen. Per tant, es corregeix respecte a aquesta variable el resultat negatiu de la primera temporada.

La **no discriminació per ideologia, raça, sexe**, etc., també pateix un canvi respecte de la primera a la segona temporada. Veiem que a la primera temporada hi ha dos capítols que compleixen èticament aquest principi, dos que no ho fan i altres dos on no s'observa, i a la segona, passa a tenir dos capítols on sí es compleix i quatre on no s'observa. Per tant, aquesta variable redueix l'incompliment del principi ètic, però en comptes de millorar-ne la representació augmenta la no representativitat d'aquest.

Les següents variables també es refereixen a activitats periodístiques, i en certa manera, totes elles pateixen canvis d'una temporada a una altra. L'**accés dels superiors a les informacions** és compleix menys a la primera temporada i té una total representació durant la segona. Respecte al **seguiment de la línia editorial** passa una cosa semblant, no es compleix en cap dels capítols de la primera temporada mentre que a la segona es compleix en tots. La **garantia d'independència**, la **voluntat d'autoregulació** i l'**evitament d'acceptar pressions o favors**, també experimenten canvis, passant de tenir un major compliment del principi ètic a la primera temporada i augmentar-ne l'incompliment o la no representativitat (no s'observa) a la segona. La resta de variables continuen presentant un compliment adequat i constant dels principis ètics analitzats.

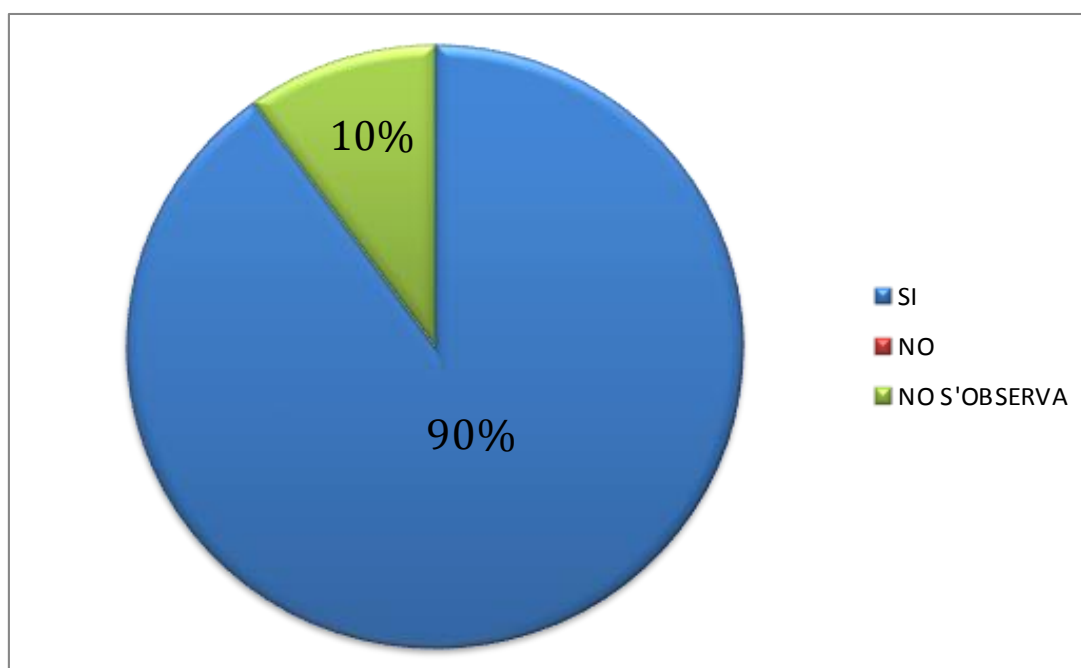
9.2 CONFLICTES VIOLENTS: TERRORISME

▪ TEMPORADA I



Gràfica 5. Resultats anàlisi quantitatiu *Terrorisme T1*. **Font:** elaboració pròpia

▪ TEMPORADA II



Gràfica 6. Resultats anàlisi quantitatiu *Terrorisme T2*. **Font:** elaboració pròpia

Els resultats que s'extreuen de les gràfiques són, en primer terme, l'alt percentatge que s'observa, tant en la primera temporada com en la segona, de la variables *Sí*. Sent d'un 98,7% en la primera i d'un 90% a la segona.

Així doncs, i tal com succeeix amb el *Tea Party*, trobem important el fet que hagi disminuït aquest percentatge en quasi un 9%, veient que el patró anterior es torna a repetir dins d'aquesta temàtica. Les crítiques tornen a fer incidència dins dels diàlegs i fets de la sèrie que, en aquests cas, tracta un dels seus temes més controvertits, el *terrorisme*.

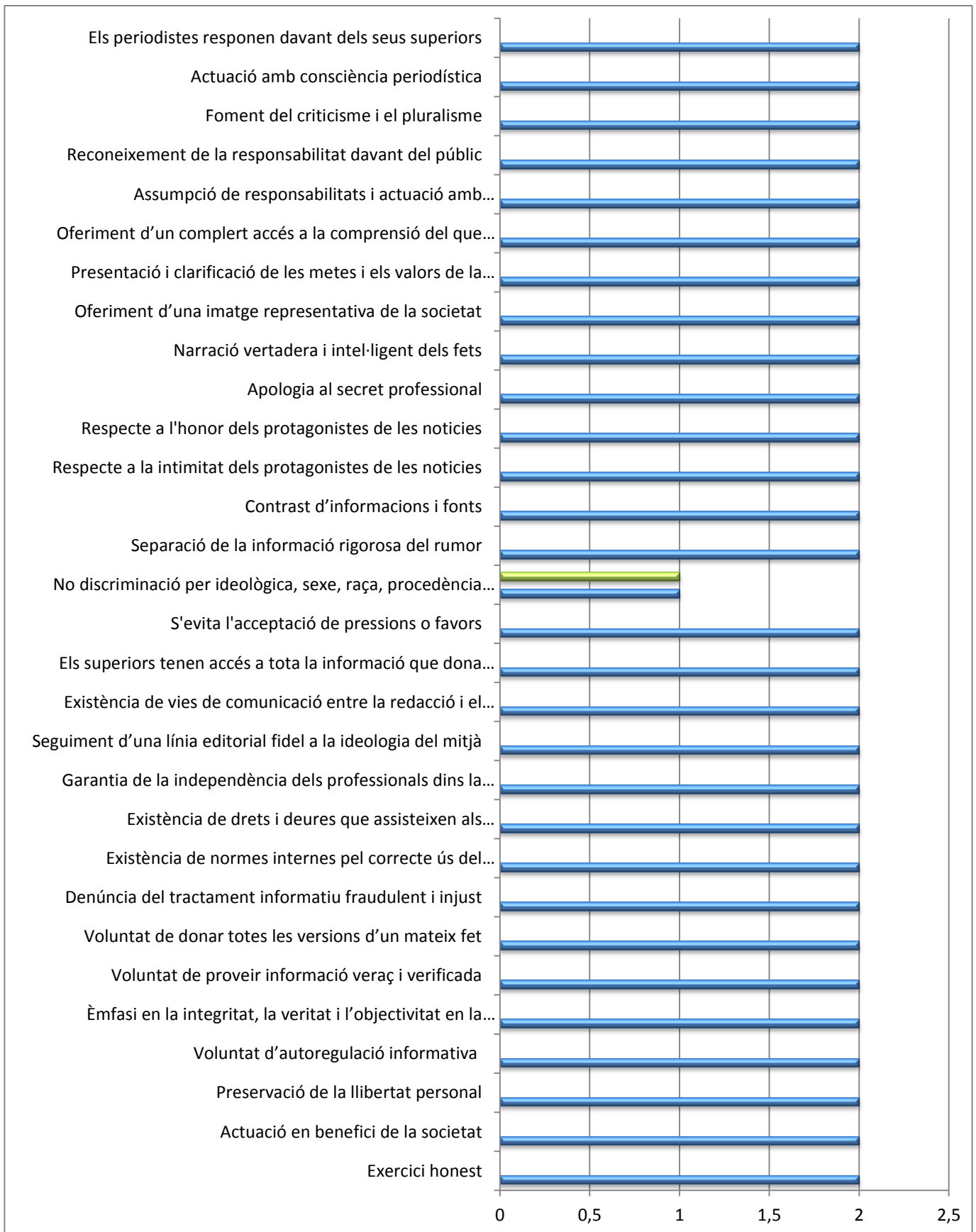
Com passa en l'anterior temàtica, *The Newsroom* va patir serioses crítiques envers al tractament d'alguns dels fets que succeïen dins la redacció i semblaven aleccionar als professionals de la comunicació, realitzant pràctiques periodístiques molt ètiques, tal com es pot veure als percentatges de les dues gràfiques anteriors.

Per tant, dins la temàtica del terrorisme trobem important destacar, a més, que existeix un notable augment de la variable *No s'observa*, que passa de l'1,7% a la primera temporada, a un 10% a la segona. Aquest fet, podria suposar que les pràctiques ètiques de la sèrie han disminuït a la segona temporada perquè existeix una pressió per part de l'audiència més especialitzada de no crear aquesta utopia envers al periodisme i deixar de representar una realitat "fictícia" que afavoreix ben poc als professionals reals.

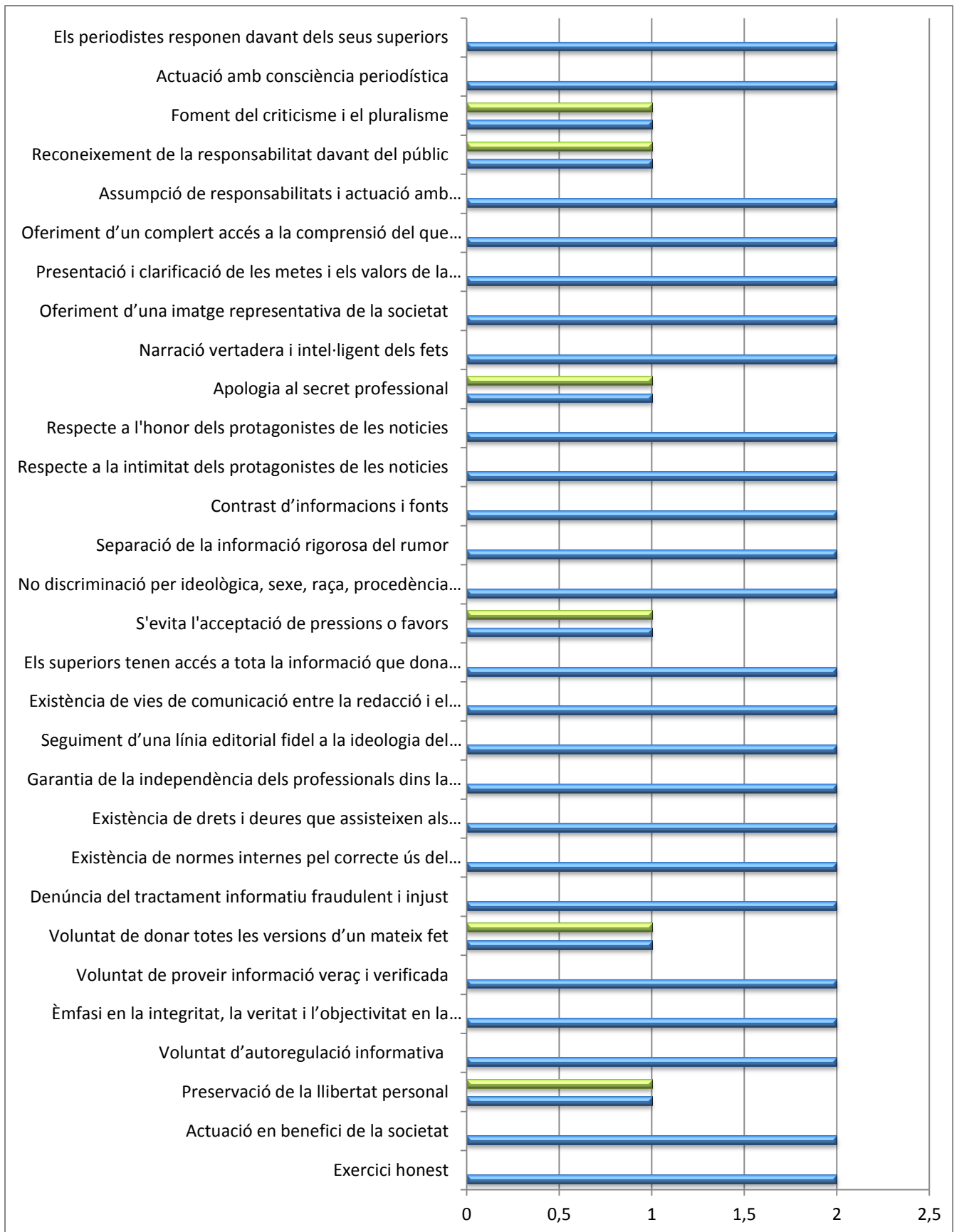
Per altra banda, podríem pensar, doncs, que això es tradueix en una millor representació dels fets i més ajustats a la realitat, però la veritat és que no succeeix realment així i encara trobem un percentatge massa alt de la variable *Sí* que, tot i disminuir, segueix representat l'ètica en un tant per cent elevat.

Un altre dels resultats a destacar és l'absència de la variable *No*. Aquest fet torna a remarcar la importància que té l'ètica dins d'algunes temàtiques i marca un patró que es compleix en ambdues temporades.

Així doncs, referint-nos a aquesta temàtica, podem concloure que, les variables no pateixen una evolució notable ja que mantenen uns percentatges similars. Per tant, encara que la sèrie té forces crítiques envers aquests resultats, el que fa finalment és augmentar el percentatge de variable *No s'observa* per acontentar als crítics, suposadament, però no realitza cap pràctica que faci aparèixer en algun moment a la variable *No*.



Gràfica 7. Resultats anàlisi quantitatiu *Terrorisme T2*. **Font:** elaboració pròpia



Gràfica 8. Resultats anàlisi quantitatiu *Terrorisme T2*. **Font:** elaboració pròpia

Seguint amb l'anàlisi de les diferents variables analitzades trobem important destacar que, dins d'aquesta temàtica es compleixen la majoria de principis ètics marcats. Per tant, com hem mencionat a l'anàlisi anterior, aquesta temàtica és una de les que millor representa l'ètica periodística, ja que té un alt percentatge tant a la primera com a la segona temporada dels ítems ètics.

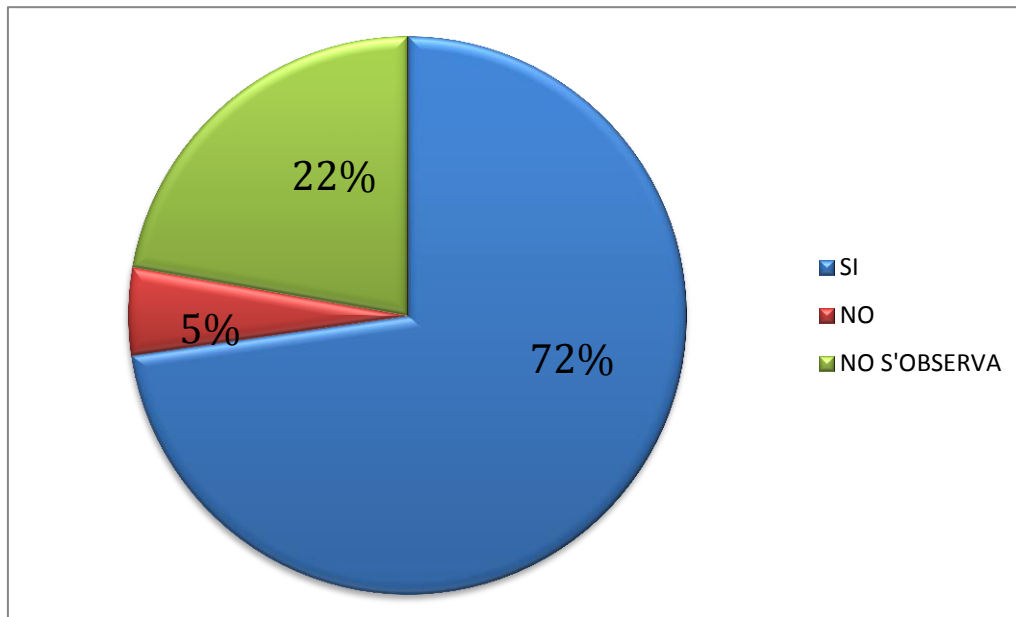
Respecte a la variable referent a la **no discriminació per ideologia, raça, sexe**, etc., trobem que a la primera temporada en un dels dos capítols analitzats, aquesta variable no s'observa, mentre que a la segona sí es compleix en els altres dos capítols que la componen.

Una altra variable important és la del **foment del criticisme** que mentre a la primera temporada es compleix en ambdós capítols, a la segona temporada en un capítol s'observa i a l'altre no. D'aquesta manera, passa el mateix amb altres variables com: **l'apologia al secret professional, l'evitament de pressions o favors, la voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet i la preservació de la llibertat d'expressió**.

Per tant, encara que segueixi havent un alt compliment dels principis ètics analitzats dins dels capítols, es veu com en la segona temporada molts d'ells deixen de ser-hi presents i, tot i que no es vulneren (no hi ha presència del *No*), decreix el percentatge de la variable *Sí* respecte a la primera temporada i irromp la variable *No s'observa* amb un percentatge molt més elevat que a la primera.

9.3 DOCUMENTS CLASSIFICATS: GÈNOVA

- TEMPORADA II

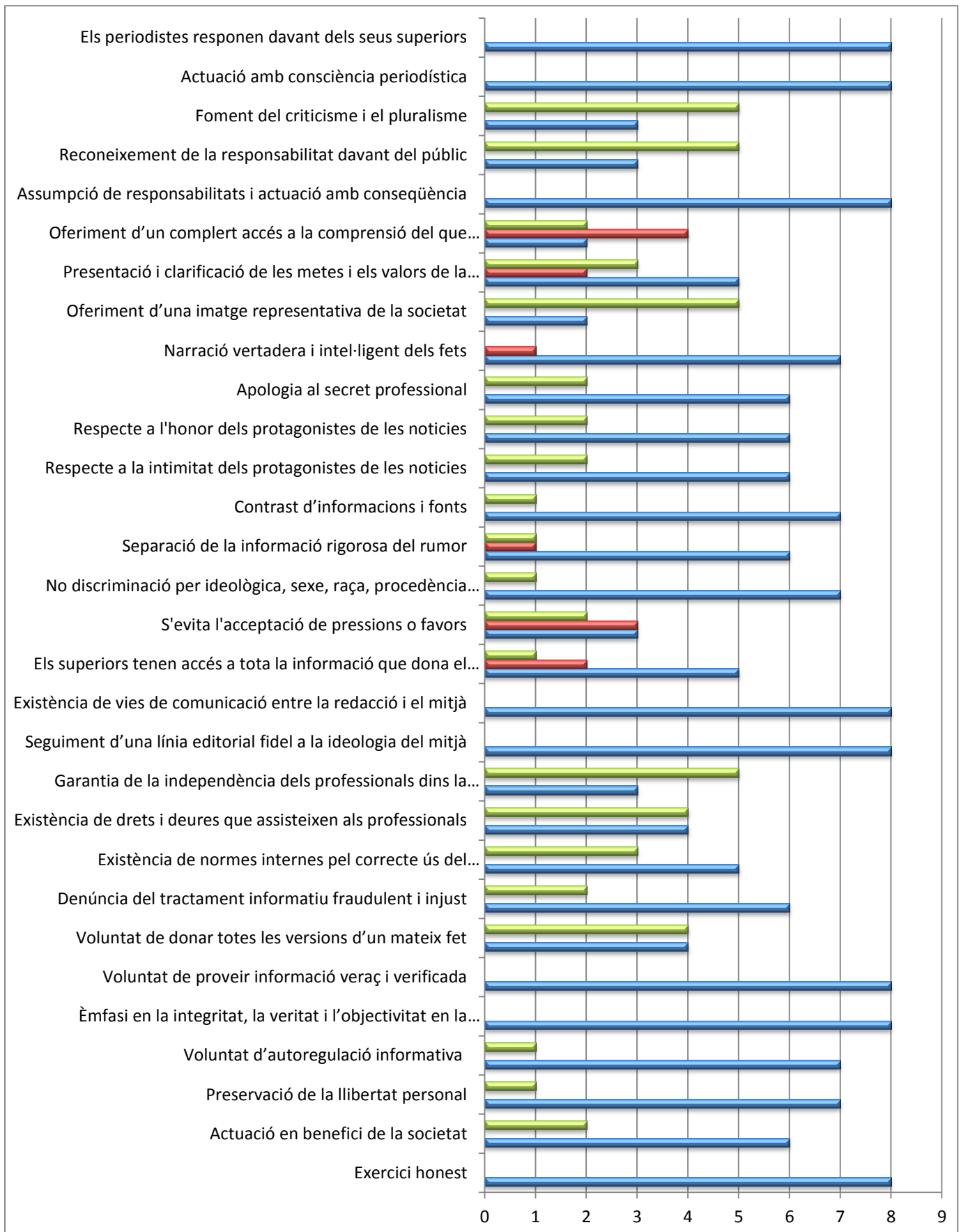


Gràfica 9. Resultats anàlisi quantitatiu *Gènova T2*. **Font:** elaboració pròpia

Dins la temàtica del *Documents classificats: Gènova* destaquem l'alt percentatge que, com succeeix a les anteriors temàtiques –*Moviments polítics: Tea Party* i *Conflictes violents: Terrorisme*–, s'observa de la variable *Si*. Aquest fet és important ja que encara que es tracti d'un tema controvertit dins la sèrie i que reflecteix diverses pràctiques poc ètiques que duu a terme l'informatiu, suposadament sense consciència del que realment succeïa, segueix tenint un 72%.

En quant a les altres dues variables, en aquest cas, sí trobem representades les variables *No* i *No s'observa* dins la gràfica. Per tant, existeix una capacitat, encara que reduïda, de realitat dins del guió de *The Newsoom* que ho representa amb un 5% respecte a la variable *No*.

Així doncs, respecte a aquesta temàtica podríem concloure que, encara que es tracti d'un tema que engloba pràctiques poc ètiques es segueix presentant la sèrie com una representació de la bona praxis periodística i, en comptes d'augmentar la variable *No* i assolir que *News Night* no és perfecta, es prefereix augmentar la variable *No s'observa* que, tot i tenir un 22%, no aconsegueix fer que la temàtica tingui menys d'un 72% envers la variable *Sí*.



Gràfica 10. Resultats anàlisi quantitativu *Gènova* T2. **Font:** elaboració pròpia

La temàtica dels *Documents classificats: Operació Gènova* és una de les més controvertides i de les que l'anàlisi dels seus resultats ens poden aportar més informacions. Així doncs, dins d'ella trobem algunes variables (principis ètics) que no es representen, variables que no s'observen representades i d'altres que sí es troben representades, ja sigui en alguns capítols o en la seva totalitat.

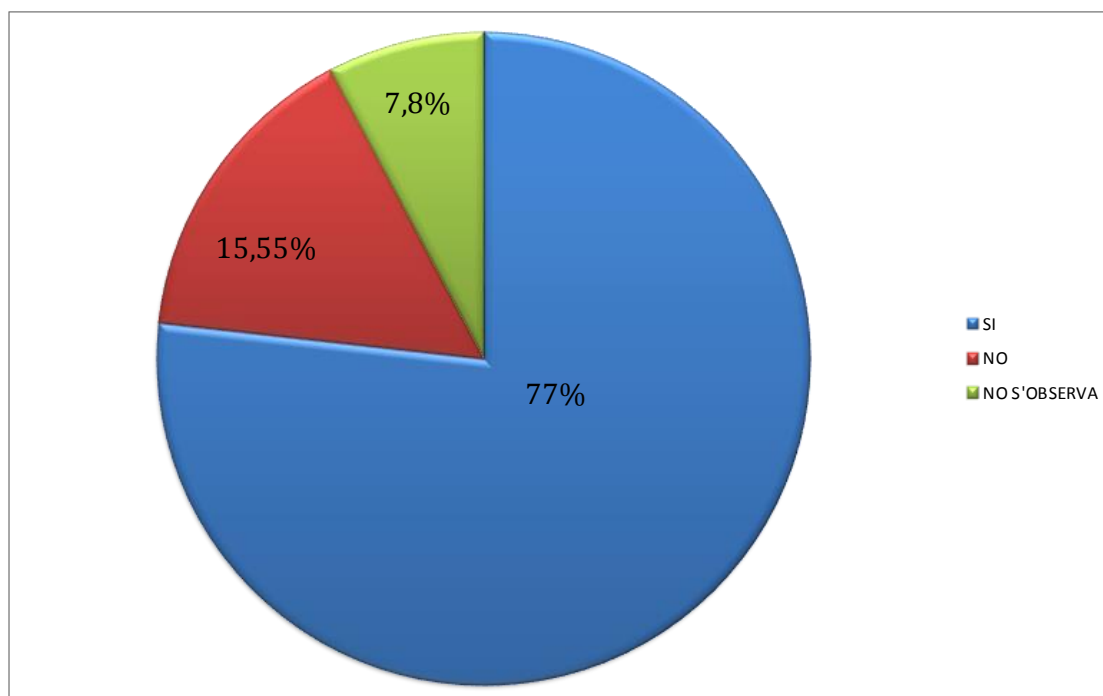
Començant per les variables ètiques que no es troben representades en algun dels vuit capítols analitzats, trobem important destacar-ne les que menys es representen: **l'ofertament d'un complet accés al que passa** no es representa en quatre dels vuit capítols, tampoc s'observa en dos i sí ho fa en el altres dos restants; **La no acceptació de pressions o favors** no es representa en tres capítols mentre si ho fa en altres tres i no s'observa en els dos restants; **La presentació i clarificació de les metes i valors de la societat** i que **els superiors tinguin accés a tota la informació que dóna el mitja** no es representen en dos capítols mentre si ho fan en tres i cinc capítols respectivament, mentre que no s'observen en tres i dos capítols respectivament. Per últim, **la narració vertadera dels fets** només es troba no representada en un dels vuit capítols però, sí ho fa en els set restants.

Per altra banda, també creiem important destacar les variables que menys s'observen dins dels capítols analitzats: **El foment del criticisme i del pluralisme, el reconeixement de la responsabilitat davant del públic, l'ofertament d'una imatge representativa de la societat i la garantia de la independència dels professionals dins de la redacció** no es troben representades en cinc dels vuit capítols i sí ho fan en els altres tres. Mentre que les variables: **Existència de drets i deures que assisteixin als professionals i la voluntats de donar totes les visions d'un mateix fet** no s'observen en quatre capítols però si ho fan els altres quatre restants.

Per tant, podem veure que algunes de les variables ètiques analitzades presenten un patró de comportament semblant en els vuit capítols que han estat subjectes d'anàlisi. Tot i que es trobin variables que no queden representades o que no s'observen, el percentatge de variables que sí ho fan supera, com hem vist a l'anterior gràfic, a totes les esmentades anteriorment.

9.4 MOVIMENTS SOCIALS: OCCUPY WALL STREET

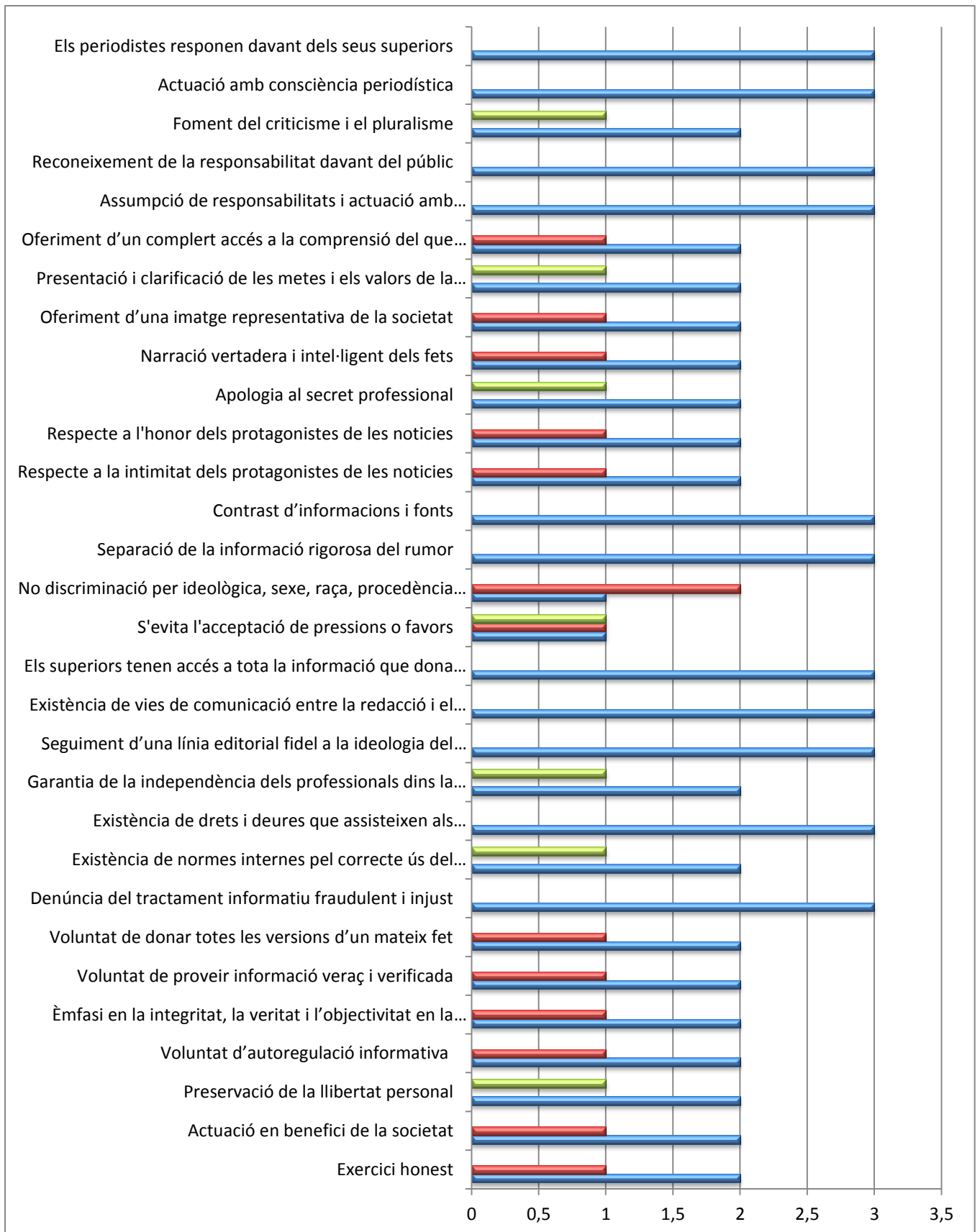
▪ TEMPORADA II



Gràfica 11. Resultats anàlisi quantitatiu *Occupy Wall Street* T2. **Font:** elaboració pròpia

La temàtica dels *Moviments socials: Occupy Wall Street* es desenvolupa durant la segona temporada de la sèrie i involucra alguns dels seus protagonistes, més concretament, a Nil Sampat i Will McAvoy. Per tant, és un tema que per una part té recolzament gràcies a la cobertura que hi realitza Sampat i, per una altra, té un fort contingut de crítica que duu a terme McAvoy.

Així doncs, tot i que segueix existint un alt percentatge de la variable *Sí* que aconseguix un 77%, la variable *No* es fa protagonista dins d'aquesta temàtica, arribant al 15,55%. És a dir, a les anteriors gràfiques hem vist poca representació d'aquesta variable o inclús l'absència, per tant, és important destacar que, en aquest cas, les pràctiques periodístiques que es duen a terme, tot i gaudir d'un alt percentatge d'ètica, reflectit en el 77% de la variable *Sí*, disminueix la seva neutralitat, només té un 7,8% respecte a la variable *No s'observa*, i augmenta el percentatge de variables ètiques que no es compleixen. Seguidament, en podrem veurem quines són.



Gràfica 12. Resultats anàlisi quantitatiu *Occupy Wall Street* T2. **Font:** elaboració pròpia

La temàtica que fa referència a la cobertura del moviment *Ocuppy Wall Street* és una de les que més variables no representades té. Per tant, el percentatge de no representació s'eleva i supera, fet que no ha succeït en cap altre temàtica, al percentatge de variables que no s'observen.

Així doncs, comencem destacant les variables que no estan representades dins dels tres capítols que conformen la temàtica: **La no discriminació per ideologia, sexe, raça, procedència, etc.**, no es troba representada en dos dels tres capítols analitzats, sent la variable que menys representació té degut a que existeix un tracte “menyspreatiu” a una de les integrants del moviment pel fet de pertànyer a aquest. També trobem **l'oferiment d'una imatge representativa de la societat, l'oferiment d'un complet accés a la comprensió del que passa, la narració vertadera i intel·ligent dels fets, el respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies, el respecte a la intimitat dels protagonistes, la voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet, la voluntat de proveir d'informació veraç i vertadera, l'èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat, la voluntat d'autoregulació, l'actuació en benefici de la societat i l'exercici honest** que no estan representades en un dels tres capítols analitzats. Per tant, és important veure que totes aquestes variables guarden relació amb el fet esmentat anteriorment de discriminar a les persones per pertànyer a certs col·lectius o moviments, i adequar el discurs que es fa en benefici propi i sota creences particulars¹⁹.

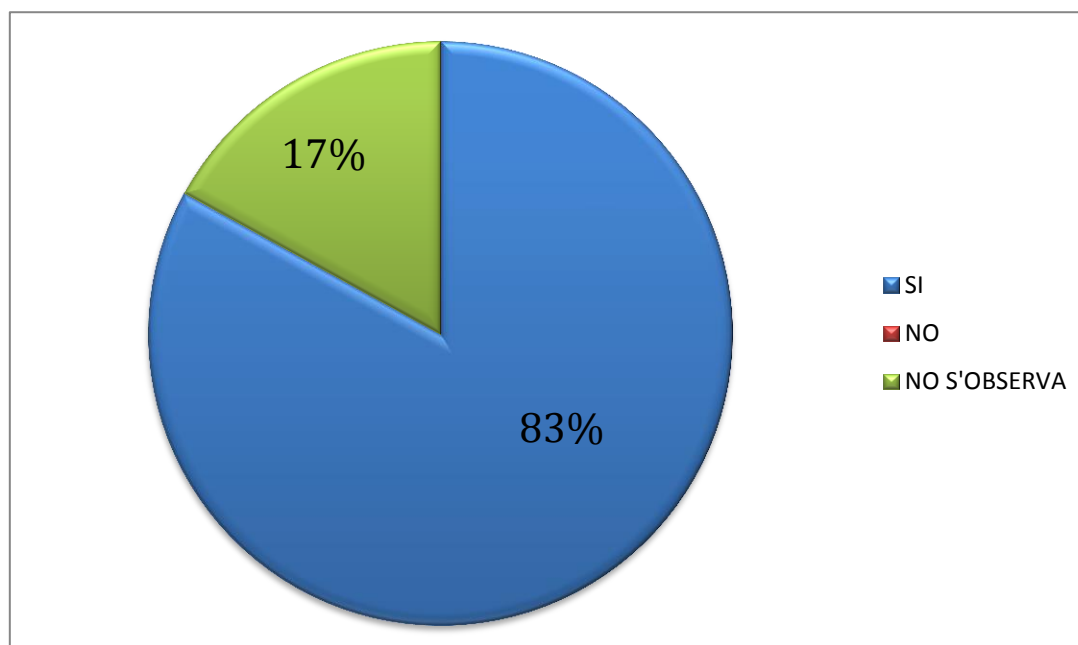
Per altra banda, destaquem també les variables que no s'observen dins dels tres capítols: **el foment del criticisme, la presentació i clarificació de les metes i valors de la societat, l'apologia al secret professional, la garantia de la independència dels professionals dins la redacció, l'existència de drets i deures que assisteixin als professionals i la preservació a la llibertat professional** que no s'observen representades en un dels tres capítols però sí ho fan en els altres dos restants.

Per tant, veiem que encara que el percentatge de variables que no es troben representades ha augmentat, el percentatge respecte de les que sí ho fan encara es manté elevat i permet que la temàtica continuï tenint una gran part de variables ètiques que sí es compleixen.

¹⁹ Veure Annex – Capítol II. *Introducció a les temàtiques.*

9.5 EL PERIODISTA I ELS CONFLICTES ARMATS: ÀFRICA

▪ TEMPORADA II



Gràfica 13. Resultats anàlisi quantitatiu Àfrica T2. **Font:** elaboració pròpia

La temàtica que fa referència *el periodista i els conflictes de guerra: Àfrica* és una de les poques que tracta directament la història personal d'uns dels seus protagonistes, en particular, la de la periodista Maggie Jordan.

En primer lloc, observem que la variable *Sí* torna a tenir el major percentatge amb un 83% i la variable *No s'observa* arriba a un 17%. És important veure com inclús tractant-se d'una temàtica que relata una història personal, cobrint un reportatge a l'Àfrica, segueix tenint un alt percentatge de variables sí que es compleixen.

Un altre tret important a destacar és l'absència de la variable *No*. Aquest fet determina que la temàtica, tot i tenir un alt percentatge de neutralitat amb la presència de la variable *No s'observa*, aconsegueixi mantenir un alt percentatge de variables ètiques que sí es compleixen i caracteritzant-la amb una bona praxis, tant periodística com ètica. És igual d'important veure quines són les variables que si es compleixen i aquelles que no s'observen. A continuació es procedirà a fer un anàlisi més exhaustiu d'elles.



Gràfica 14. Resultats anàlisi quantitatiu Àfrica T2. **Font:** elaboració pròpia

Els resultats que s'extrauen de l'anàlisi d'aquesta temàtica són en gran part similars als que han resultat a les anteriors temàtiques. Per tant, ens trobem davant d'una altra temàtica que, tot i tractar un tema molt més profund i personal, analitzant els seus percentatges totals, continua tenint una gran carrega ètica (es reflecteix en l'absència de variables que no compleixin els principis ètics marcats).

Àfrica tracta la història personal d'una de les protagonistes de la sèrie i aprofundeix en temes molt controvertits com els conflictes armats a les petites regions dels països en procés de desenvolupament, com el que es veu als tres capítols que componen la temàtica i que formen part de l'estructura de la segona temporada. Així doncs, és important veure les variables que no s'observen representades.

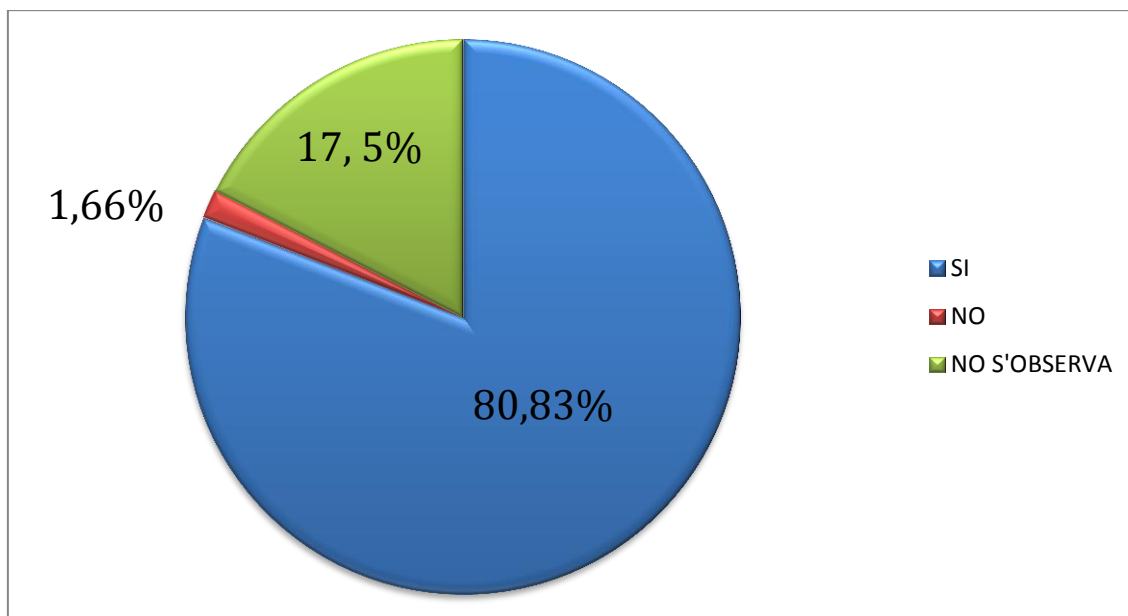
En primer lloc destacar que totes les variables mencionades a continuació segueixen el mateix patró i no apareixen en cap dels tres capítols. Per tant, la línia argumental dels tres capítols és palpable i segueix una mateixa direcció.

Les variables que no s'observen en cap dels tres capítols analitzats són: el **reconeixement de la responsabilitat davant del públic**, l'**apologia al secret professional**, **evitament de pressions o favors**, l'**existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge** i la **voluntat de donar totes les visions d'un mateix fet**.

Com podem observar, hi ha moltes variables que no es troben representades dins dels capítols analitzats perquè realment no tenen relació directe amb el que s'explica als capítols, però no vol dir que la temàtica no sigui en un gran percentatge ètica perquè les oblidí, sinó que, les obvia perquè no són elements que continguin els fets que se'ns expliquen, com per exemple: el secret professional o l'ús d'un llenguatge correcte.

9.6 EL SECRET PROFESSIONAL: DESACATAMENT

▪ TEMPORADA III

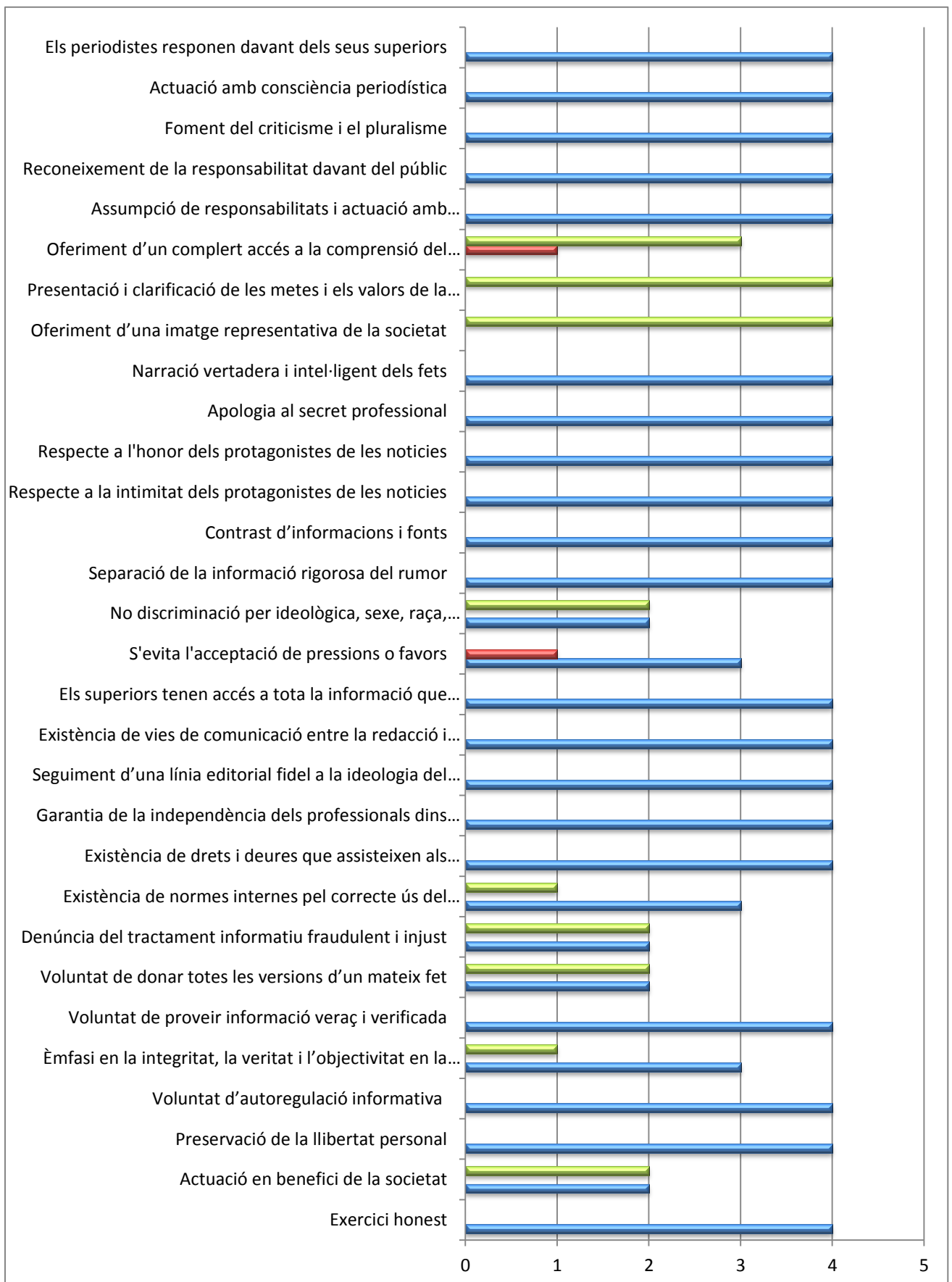


Gràfica 15. Resultats anàlisi quantitatiu *Desacatament* T3. **Font:** elaboració pròpia

Aquesta temàtica és una de les que més representen la tercera temporada de la sèrie. A més, involucra a tota la redacció de *News Night* en especial a Neal Sampat i a Will McAvoy. Tracta l'exili de Sampat a Sudamèrica i l'autoinculpació de McAvoy per protegir a Neal, que es veu immers en un conflicte amb la policia, així com l'acusació per part de la justícia de desacatament a Will per negar-se a revelar la seva font (en referència als documents classificats que Neal tenia en el seu poder).

Tornant a la representació de les variables dins la gràfica, observem que continua havent-t'hi un gran percentatge de la variable *Sí* amb un 80,83%, que significa un gran compliment de les variables referents a l'ètica. Per altra banda, també queden representades les variables referents al *No* amb un 1,66% i al *No s'observa* amb un 17,5%.

El que ens fa concloure que, sent una temàtica que tracta un tema controvertit com és el desacatament, les variables ètiques es compleixen en un alt percentatge respecte a les que no ho fan i a les que no s'observen. El fet que es protegeixi el dret al secret professional per part de McAvoy, dota a la temàtica d'un 80,83% de variables ètiques que sí que es compleixen.



Gràfica 16. Resultats anàlisi quantitatiu *Desacatament T3*. **Font:** elaboració pròpia

Referent als resultats que s'extrauen de l'anàlisi d'aquesta temàtica veiem que algunes de les variables no queden representades dins dels capítols que la formen. És, per tant, molt important saber quines són i si mostren el mateix patró de representació en tots els capítols analitzats.

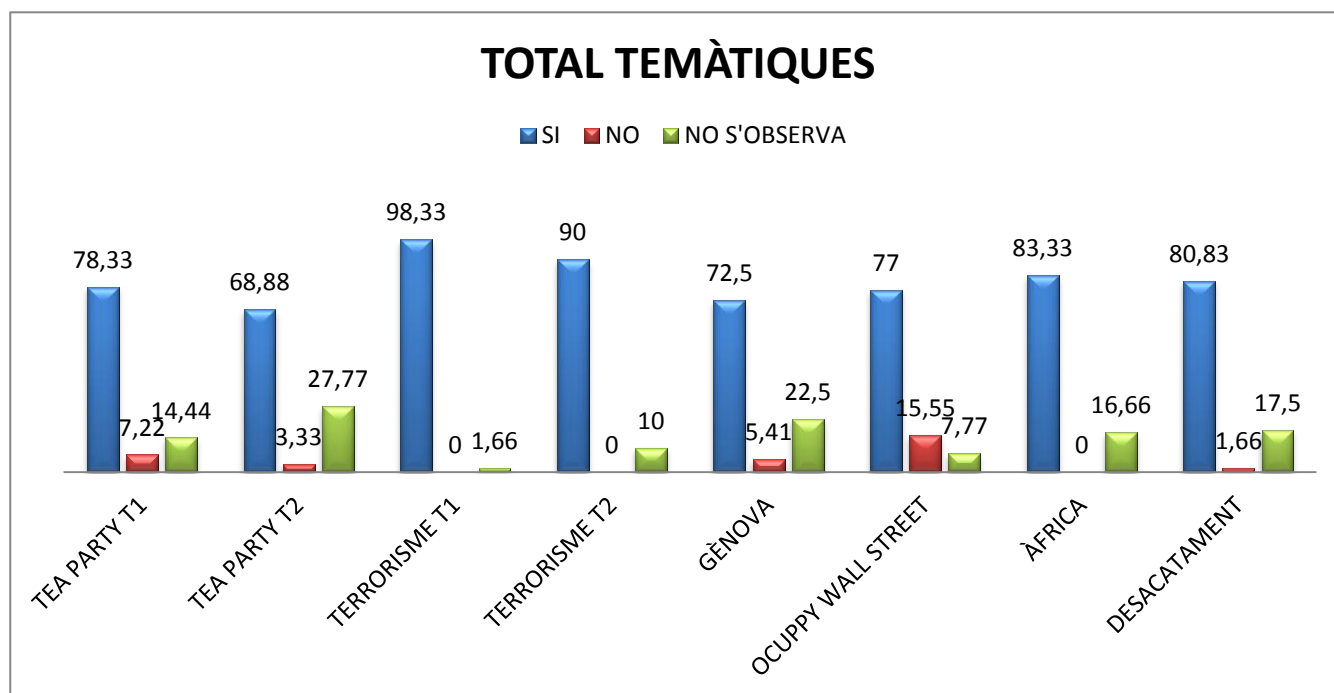
Així doncs, el tema que versa sobre el conflicte, entre alguns dels protagonistes, del secret professional entès com el dret dels periodistes a no revelar la seva font compleix i representa, pels percentatges que ens mostra la gràfica, la majoria de les variables establertes com a principis ètics.

Les variables que no s'observen són: **l'ofertament d'un complet accés a la comprensió del públic**, existint aquesta absència en un dels quatre capítols, i la **no acceptació de pressions o favors**, que es mostra també absent en un capítol. Veiem, per tant, que és un percentatge de no representativitat de la variable molt baix en comparació amb les que sí queden representades.

Pel que fa a les variables que no s'observen representades en trobem important destacar: **l'ofertament d'una imatge representativa de la societat i la presentació i clarificació de les metes i valors de la societat** no s'observa que es representin en cap dels quatre capítols, sent les úniques dues variables que presenten aquest patró; **l'ofertament d'un complet accés a la comprensió del públic**, on no s'observa en tres del quatre capítols sent llavors l'única variable que ni es compleix ni s'observa; **la no discriminació per ideologia, sexe, raça, etc.**, **la voluntat de donar totes les versions del mateix fet, la denúncia del tractament informatiu fraudulent, la voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet i l'actuació en benefici de la societat** no s'observen representades en dos dels quatre capítols analitzats però sí en els altres dos. Mentre que, **l'existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge i l'èmfasi en la integritat, la veritat i la objectivitat** no s'observen representades en un dels tres capítols analitzats però sí en els altres tres restants.

Per tant, veiem que hi ha moltes variables que mostren el mateix patró de comportament en alguns dels capítols analitzats. És important, doncs, que tinguem en compte com aquestes variables afecten a la representació de l'ètica quan no queden representades o no s'observen, ja que depèn d'aquest factor, tot i que la temàtica tingui un alt percentatge de variables ètiques que es compleixen pot afectar negativament que aquestes variables es comportin d'aquesta manera.

CAPÍTOL X. DISCUSSIÓ DE RESULTATS



Gràfica 17. Resultats totals temàtiques. **Font:** elaboració pròpia

Dins d'aquest capítol es procedirà a la discussió dels resultats obtinguts al llarg de l'anàlisi previ de tots els capítols que componen les tres temporades la sèrie *The Newsroom*²⁰.

Així doncs, per poder començar a creuar les diferents dades resultants creiem pertinent fer-ho de manera ordenada i coherent, destacant, en primer lloc, l'evolució que han patit les diferents temàtiques que es troben en més d'una temporada i, en segon lloc, poder veure l'evolució de les temàtiques -surtin en una o en varies temporades- i quins trets comuns tenen totes elles a les diferents temporades.

Les temàtiques que són comunes en les primeres dues temporades són el *Tea Party* i el *Terrorisme* amb un total de setze capítols analitzats. Comparant ambdues temporades, trobem important destacar la evolució que han patit totes les variables, ja sigui per haver augmentat –en el cas de la variable *No s'observa*- o per una disminució – com en el cas de les variables *Sí* i *No*-. Aquest fet, com ja hem mencionat amb anterioritat, creiem que és conseqüència de les crítiques que la sèrie va rebre durant l'emissió de la

²⁰ Consultar Annex – Capítol III - *Total variables ètiques representades per temàtiques*, per poder veure més concretament el resultat de cada variable per separat.

primera temporada, on es titllava d'utòpica i poc representativa de la realitat a la sèrie d'Aaron Sorkin. Per tant, veiem com existeix una tendència a disminuir la representació de les variables que sí que representen els principis ètics establerts –a partir de les trenta variables analitzades- durant les següents temporades, pal·liant així l'efecte “advers” que creava la sèrie als professionals de la comunicació i d'altres crítics que ho secundaven. Però, tot i que la tendència a la disminució del percentatge de les variables que sí representaven l'ètica és palpable, trobem que aquesta no és suficient per argumentar que decreix en un alt percentatge aquesta representació positiva, ja que el percentatge continua sent elevat i superior als altres dos –referents a les variables *No i No s'observa*-. És a dir, *The Newsroom* si efectua un canvi respecte a la primera temporada referent a les temàtiques *Tea Party* i *Terrorisme*, ja que els percentatges varien, però veiem que es redueixen las variables que no compleixen els principis ètics establerts i n'augmenten les que no s'observen representades. Per tant, encara que hi ha un canvi, aquest no representa una disminució respecte a la representació de l'ètica dins la sèrie, perquè el que augmenten són les variables que no s'observen i aquestes no tenen un percentatge suficient per comparar-se amb el que s'obté de les que sí es representen.

Tanmateix, veiem que l'anterior patró succeeix en les següents temàtiques on totes tenen un percentatge elevat de variables ètiques que sí es representen i baixos percentatges en quant a variables ètiques que no es representen o que es vulneren.

A més, cal destacar que la temàtica que tracta temes relacionats amb actes violents o terroristes –*Terrorisme*- iguala o supera el 90% de variables ètiques que sí es representen, sent un dels valors enregistrats més elevats de tot l'anàlisi. Per tant, les temàtiques referides a aquestes temes tenen un fort contingut ètic, motiu pel qual la sèrie va seguir rebent crítiques.

Per altra banda, les temàtiques referents a temes més purament polítics o socials, com el *Tea Party*, l'*Operació Gènova* o el moviment *Ocuppy Wall Street* registren un percentatge de variables ètiques representades molt similar, que oscil·la entre el 60% i el 80%. Mentre que les temàtiques referents a temes periodístics que involucren d'alguna manera la vida personal del protagonistes, com ho són la història d'*Àfrica* i la condemna per *desacatament* de McAvoy, registren també uns percentatges molt semblants -80,33% i 83,33% respectivament-.

PART VI. CONCLUSIONS

El present treball començava amb la finalitat de poder arribar als objectius principals de la investigació i, així, conèixer si les hipòtesis que ens sorgien tenien un fonament sòlid. Al principi, ens preguntàvem si l'ètica periodística, tal i com l'havíem definit al llarg del marc teòric, quedava representada en la sèrie de ficció nord-americana *The Newsroom*.

Així doncs, era necessari començar estructurant els conceptes claus que s'inclourien dins del marc teòric per tal de conformar una idea ben fonamentada del que s'entén com a ètica periodística. A més, també consideràvem important tenir una visió general del que avui es considera periodisme com a “quart poder”, on la principal funció dels periodistes ja no només radica en la competència de recollir i tractar la informació, sinó que, a més, l'han d'analitzar, comentar i expressar la seva opinió (Mesquita, 2007).

La idea del periodista com a simple transmissor d'informació queda rellevada per una visió molt més global i que s'adapta als canvis que la professió ha patit en conseqüència de l'evolució tecnològica dels mitjans de comunicació i de les societats en general. Existeixen diferents teories que es van crear a partir dels anys 70, sobre tot, als Estats Units que van cisellar el per què d'aquest creixent poder. L'autor Bernard Cohen a l'obra *The Press and The Foreign Policy* (1963) ens ajuda a entendre com els mitjans han pogut seguir persuadint als seu públic; “Els mitjans no sempre tenen èxit al dir a les persones el que han de pensar però, sempre tenen èxit al dir-los en quins assumptes han de pensar” (Citat per Mesquita, 2007: 86). Per tant, podem veure com el periodisme basant en la Teoria de l'Agenda Setting, impulsada per Maxwell McCombs, podia arribar a tenir “[...] una relació directa i casual entre el contingut de l'agenda dels mitjans i la subseqüent percepció pública de quins són els temes importants del dia” (Citat per Mesquita, 2007: 86).

Un cop entès com els mitjans poden incidir en l'opinió pública a través de l'establiment d'aquesta agenda de temes importants, continuem amb el concepte principal i objecte d'estudi de la nostra investigació: l'ètica periodística. La recerca teòrica sobre el terme *ètica* ha estat, en gran part, un camí llarg i feixuc, ja que existeixen diferents maneres de conformar-la i d'establir quins elements la formen. En aquest cas, ens hem centrat en desgranar-la i poder anar definits i aprofundint en tots aquells elements que fan possible poder parlar d'ètica periodística, com; els codis deontològics, el secret professional, la clàusula de consciència, entre d'altres. Fent referència a l'autora Adela Cortina i a la seva obra *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial* (1994) ens

dóna una definició molt acurada i relacionada amb les eleccions individuals característiques de l'ètica periodística: “L'ètica és un tipus de saber dels que pretenen orientar l'acció humana en un sentit racional; és a dir, pretén que obrem racionalment [...] l'ètica és essencialment un saber per actuar d'una manera racional” (Citada per Videla, 2004: 22).

Per tant, l'ètica periodística és escollida com l'element cabdal d'aquesta investigació perquè no es pot considerar la pràctica d'un bon periodisme sense la bona pràctica d'una òptima ètica. Ho expressa encertadament el professor Josep Maria Casasús: “Si el periodisme no afronta el repte de la exemplaritat amb el compromís ètic, que hauria de ser el seu tret distintiu propi, perdrà definitivament el lloc prominent que ha tingut durant els segles XIX i XX en l'univers de la comunicació. Pot perdre inclús la seva raó de ser” (Citada per Videla, 2004: 14).

Com el concepte de l'ètica periodística és tan ampli el vam dividir en: “ètica dels mitjans” i “ètica dels periodistes”. Amb aquesta diferenciació es pretenia separar el que concernia als mitjans i el que ho era dels mitjans, ja que a vegades trobem que els principis o valors ètics dels mitjans xoquen amb els dels periodistes o viceversa. Així doncs, referent a l'ètica dels mitjans trobem els diferents mecanismes existents que regulen les actuacions i els continguts periodístics, que potser d'una altra manera no estarien subjectes a cap regulació. Gràcies a aquesta ètica dels mitjans, el públic es pot trobar informació lliure de manipulacions que dotin al periodisme amb eines suficients per mantenir-se objectiu. Per altra banda, l'ètica dels periodistes es refereix a “ l'ètica que obliga al professional a posar el valor de l'activitat i els bens que administra per sobre dels interessos particulars” (Videla, 2004: 71). Aquesta vessant de l'ètica periodística recau directament en els professionals que treballen amb la informació com a matèria prima i que han de complir amb el seu objectiu de dir la veritat, buscar la justícia i, admetre que és essencial protegir tant la llibertat com la seva independència professional (Videla, 2004).

Un cop entesa la importància d'aquesta ètica periodística hem de tornar a parlar de la sèrie en la qual es realitza l'anàlisi d'aquesta investigació, *The Newsroom*. Com sabem la ficció té una gran capacitat per a representar la realitat, en aquest cas, el dia a dia dels periodistes que treballen en la redacció del noticiari *News Night*. Com bé ens ho introdueixen els autors Martínez de Albeniz i Moreno del Rio; “La realitat és, en bona part, producte de ficcions que es tronen reals, de profecies que s'autocompleixen”,

mentre que “[...] la ficció ha d’atendre al principi de versemblança si vol captar l’atenció del públic: està obligada a ser commensurable amb la vida” Concloent que: “[...] El relat habita sempre en la polleguera entre realitat i ficció, en el lloc on ambdues friccionen” (Martínez de Albeniz & Moreno del Río, 2012: 11). Per tant, escollir una sèrie de ficció per veure com està representat un element que es troba a la realitat, com és l’ètica, ens suposava un gran repte.

A més, l’elecció d’aquesta sèrie venia fonamentada per les múltiples referències d’articles periodístics i dels diversos professionals de la comunicació, que criticaven a *The Newsroom* per ser una producció utòpica que no s’ajustava amb la realitat del periodisme actual. Aquesta utopia feia referència, sobre tot, a la representació de l’ètica periodística i els valors ètics que es veien reflectits en els diàlegs dels seus protagonistes i de com es tractaven els temes més polèmics. La sèrie s’estructura en tres temporades, emeses entre 2012 i 2015, sent totes elles susceptibles de les diverses crítiques, a vegades poc constructives, que demanaven la seva cessió per intentar “donar exemple” als periodistes. El guionista i director, Aaron Sorkin, defensa la seva visió optimista d’aquest periodisme ètic i destaca que la seva intenció no era aleccionar als professionals de la comunicació, sinó representar aquells temes importants per la societat encara que s’arrisqués a obtenir crítiques. Però, certament, la sèrie experimenta canvis al llarg de les tres temporades que hem aconseguit albirar al llarg d’aquesta investigació, i que pretenem aprofundir en els següents paràgrafs.

Per poder assolir els objectius principals hem d’aconseguir també arribar a les hipòtesis que sorgeixen d’aquests. En primer terme, vam establir hipòtesis que ens ajudessin a confeccionar la investigació posterior i que ens anessin guiant al llarg del treball. Per tant, serà imprescindible saber si hem pogut arribar a confirmar les nostres hipòtesis o, si més no, hem refutat. Existeixen, doncs, dues hipòtesis positives que fan referència a les primeres preguntes d’investigació que es van formular al principi, aquestes estan directament relacionades amb els dos eixos claus a investigar: la representació de l’ètica periodística a *The Newsroom* i la dependència d’aquesta representació en relació a algun factor, com les temàtiques que es tracten dins la sèrie. Així, hem intentat donar resposta a aquestes dues hipòtesi per confirmar que el que postulaven era correcte.

Ebossant la investigació de camp sota una metodologia determinada, en aquest cas, tant qualitativa com quantitativa, vam aconseguir planificar i dissenyar una fitxa de contingut amb les variables pertinents, extretes del marc teòric, que ens servien per

treure dades rellevants per la investigació. Gràcies a l'anàlisi quantitatiu, realitzat a través de taules amb les variables escollides, vam poder extraure tota aquella informació que ens ajudava a donar resposta a les nostres preguntes d'investigació i anar confirmant, d'igual manera, les hipòtesis. I, amb l'anàlisi qualitatiu es van poder analitzar els resultats d'aquestes taules i gràfiques resultants de la tècnica quantitativa anterior.

Seguint amb l'anàlisi, vam establir dues variables principals que s'extreien de les hipòtesis plantejades: l'ètica i la *temàtica*, dependents de les altres variables *si, no i no s'observa* establides per saber, per una banda, en quin percentatge la sèrie és ètica i, per una altra, en quin tant per cent aquesta representació de l'ètica periodística depèn del factor de la temàtica. Per tant, aquestes tres variables donen resposta a les altres trenta que componen la taula d'anàlisi de continguts i que s'ha aplicat a cadascun dels capítols analitzats i que componen la mostra del nostre estudi.

Per saber quins capítols eren susceptibles d'anàlisi es van establir diferents temàtiques que englobaven diversos capítols. Alguns d'ells s'analitzen en més d'una temàtica perquè durant un mateix capítol es tracten diversos temes. Aquesta elecció de temàtiques es va estructurar sota un treball anterior que establí la importància d'aquesta segons el temps que se li dedicava dins la sèrie²¹. Finalment, les temàtiques que conformaven la investigació van ser: *Moviments polítics*: Tea Party; *Conflictes violents*: Terrorisme; *Documents falsificats*; Operació Gènova; *Moviments socials*: Occupy Wall Street; *El periodista i els conflictes armats*: Àfrica i *El secret professional*: Desacatament.

Un cop establertes les temàtiques i escollida la mostra pertinent, vam realitzar un anàlisi exhaustiu de cadascun d'ells amb el programa Microsoft Excel, amb el qual vam poder extraure les diferents gràfiques finals a partir de les taules de l'anàlisi quantitatiu.

Gràcies a aquesta tècnica quantitativa vam poder donar forma a les dades que anàvem extraient de l'anàlisi dels capítols i que, posteriorment, ens van portar a concloure amb èxit aquesta investigació. Un cop entès tot el procediment que hem dut a terme durant aquest treball, fem referència al que vertaderament ens interessa destacar, els resultats obtinguts.

²¹ Per tal de que els resultats que s'obtinguessin de l'anàlisi tinguessin coherència, vam escollir els mateixos capítols que l'autora Mur Casado i que queden reflexats dins la seva obra *La representación del trabajo periodístico en la serie de ficción de la HBO* (2014: 56-59).

A través de les diferents tècniques d'investigació hem pogut concloure que les dues hipòtesis principals es complien en un alt percentatge. Referint-nos ara a la primera hipòtesi positiva “*La sèrie de ficció The Newsroom representa els valors de l'ètica periodística*”, trobem que sí ho fa en un 80,14%²². Com podem veure, aquesta dada, que ha sortit de l'anàlisi total de la variable *si*, ens ha permès establir en quin percentatge la sèrie representava l'ètica, arribant a respondre satisfactòriament la pregunta d'investigació²³ principal. Per tant, gràcies a aquest anàlisi exhaustiu, concloem que: **la sèrie de ficció *The Newsroom* representa els valors de l'ètica periodística en un 80,14%.**

Pel que fa a la segona hipòtesi de la investigació que feia referència a que “*la representació de l'ètica periodística a The Newsroom depèn de les temàtiques que es tracten*”, trobem que podem arribar a través dels anàlisis duts a terme i escollint ara els resultats obtinguts de les variables *si* i *no*²⁴, que eren les que depenien de la variable de la temàtica, en quin percentatge aquesta representació depèn de la temàtica que es tracta. Per tant, podem dir que: **la representació de l'ètica periodística depèn de les temàtiques que es tracten en un 85,12%.**

Així doncs, hem respost a les altres dues preguntes d'investigació que prèviament es van formular: *Existeix algun factor que determini la representativitat d'aquesta ètica periodística dins la sèrie? I, Si existeix aquest factor, quina incidència té sobre la representació de l'ètica en el continguts de la sèrie?*. A la primera pregunta respon la segona hipòtesi, que fa referència al factor de les temàtiques escollides, i a la segona respon el percentatge resultant de la segona hipòtesi positiva; depenent la representació de l'ètica periodística en un 85,15% de l'elecció de la temàtica que es tracta.

Referent a la hipòtesi alternativa, “*La representació de l'ètica a The Newsroom depèn d'un altre factor que no és la temàtica*” a la qual fa referència el resultat obtingut de la variable *no* s'observa i que respon amb un 15,23% que la representació d'aquesta depèn d'un altre factor que no és la temàtica i que seria susceptible d'una altra investigació posterior. Per tant, **la representació de l'ètica periodística depèn d'un altre factor que no és la temàtica en un 15,23%.**

²² Veure Annex. Capítol III – *Variables ètiques representades per temporades*

²³ La sèrie de ficció *The Newsroom* representa l'ètica periodística?

²⁴ Veure Annex. Capítol III – *Variables ètiques representades per temporades*

Així, gràcies a l'execució d'aquest anàlisi hem pogut arribar satisfactòriament a respondre totes les preguntes d'investigació plantejades i poder basar les nostres hipòtesis amb percentatges reals.

Podem concloure que, *The Newsroom* és una de les sèries de ficció on els periodistes encapçalen totes les històries que succeeixen tant dins com fora de la redacció. Les crítiques que al principi versaven sobre ella tenen ara un fonament adequat que es basa en els resultats obtinguts d'aquesta investigació. Però, no podem posicionar-nos respecte a la utopia que representa de la pràctica periodística perquè els percentatges són d'interpretació subjectiva i potser per alguns sigui un alt percentatge el 80,14% de variables ètiques que sí es compleixen però per uns altres, no sigui suficient. Per altra banda, referint-nos a les paraules del propi Aaron Sorkin, amb la sèrie no es pretén aleccionar a ningú, ni sentir que es menysprea el treball diari que molts periodistes duen a terme, però sí es pot intuir en quins temes l'ètica periodística té més representació. Així, els temes més recurrents i que remouen consciències, com els atemptats de l'11S o la continua rivalitat entre demòcrates i republicans a les eleccions nord-americanes, posen de relleu algunes pràctiques poc ètiques que alguns mitjans exerceixen i que poc tenen a veure amb el periodisme en el que creu Sorkin.

La mostra analitzada ens ha permès aprofundir en molts dels temes que s'han tractat al llarg de la sèrie, que va veure finalitzada la seva emissió aquest any, i que mostren al periodista tant en el seu treball professional com en el seu àmbit més personal. Aquesta amalgama de temàtiques convergeixen juntes per crear una sèrie plena vida, on gràcies a l'anàlisi d'aquesta investigació podem concloure que *The Newsroom* és una altra de les sèries que representen els periodistes i que, amb millor o pitjor rebuda, ofereix aquest culte al treball periodístic i, sobre tot, als propis professionals. Tot depèn de les interpretacions que vulguem fer-ne.

Els diàlegs eloqüents i perspicaços dels seus protagonistes postulen a *The Newsroom* com una de les sèries cabdals per entendre el rerefons d'una de les professions que més desprestigis a patit en els últims segles. Encoratjar als periodistes a fer-ho millor i donar-los la oportunitat de veure el seu treball reconegut era la única intenció del seu autor. El que succeeix es que, a vegades, la realitat i la ficció s'acosten tant que es difícil poder diferenciar el que és real del que no ho és. I això, és el que li ha succeït a *The Newsroom*.

PART VII. BIBLIOGRAFIA

- ALSIUS, S. (1998). *Ètica i periodisme*. Barcelona: Pòrtic.
- ANASAGASTI, P. (1969). *La verdad en el periodismo*. Bilbao: Gráficas Ellacuria.
- AYUSO, R. (2013, 23 Juliol). *Sorkin no se retracta en la segunda temporada de 'The Newsroom'*. El País. Recuperat el 19 de gener de 2015, de:
http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/07/21/actualidad/1374426450_362208.html
- AYUSO, R. (2012, 9 Setembre). *Aaron Sorkin: "Mi deseo es volver a hacer héroes de los periodistas"*. El País. Recuperat el 02 de febrer de 2015, de:
http://cultura.elpais.com/cultura/2012/09/07/actualidad/1347028931_559947.html
- AYUSO, R. (2012, 10 Setembre). *'The Newsroom', el polémico idealismo de Aaron Sorkin*. El País. Recuperat el 01 de maig de 2015, de:
http://cultura.elpais.com/cultura/2012/09/10/television/1347292071_624378.html
- AZNAR, H. (2005). *Comunicación responsable: La autorregulación de los medios*. Barcelona: Ariel (2a Edició).
- BERICAT, E. (1998). *La Integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social: significado y medida*. Barcelona: Ariel.
- BERGANZA, R.M & RUIZ SAN ROMAN, J.A. (2005). *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.
- BERGANZA CONDE, R.M. "La aplicación de métodos estadísticos a la investigación de los medios de difusión". Dins de: BERGANZA, R.M & RUIZ SAN ROMAN, J.A. (eds.). *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill, 2005, Cap. V: 113-148

- BILBENY, N. (2012). Ética del periodismo. *La defensa del interés público por medios de una información, veraz i justa*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- CARDUS, S. (2013, 2 d'abril). *La convicció i la responsabilitat*. Diari ara. Recuperat el 20 de novembre de 2014, de:
http://www.ara.cat/premium/opinio/convicccio-responsabilitat_0_893910623.html
- DEL RÍO, O. & VELÁZQUEZ. T (2005). “Planificación de la investigación en Comunicación: fases del proceso”. Dins de: BERGANZA, R.M & RUIZ SAN ROMAN, J.A. (eds.). *Investigar en comunicació: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicació*. Madrid: McGraw-Hill, 2005, Cap. III: 43-76
- DOMINGUEZ AMORÓS, M. (2003). *Tècniques d'investigació social quantitatives*. Barcelona: Edicions Universitat de Barcelona
- FERNÁNDEZ LARRECHI, A. (2013, 16 setembre). *The Newsroom: Operación Génova y gas sarín*. A Blogs Onda Cero. Recuperat el 15 de març de 2015, de:
http://blogs.ondacero.es/serie-digo/the-newsroom-operacion-genova-gas-sarin_2013091600394.html
- FREIXAS, V. & MARÍN F.X. & MÈLICH J.C & TORRALBA F. & DUCH L. (1998). *Vers una pedagogia amb rostre*. Barcelona: Publicacions l'Abadia de Montserrat.
- GONZÁLEZ, R. (2010, 20 de setembre). *¿Qué es el Tea Party?*. Elmundo.es. Recuperat el 9 de març de 2015, de:
http://www.elmundo.es/america/2010/09/20/estados_unidos/1285013656.html
- HBO. (n. d.). A Wikipedia. Recuperat el 19 de gener de 2015, de:
<http://es.wikipedia.org/wiki/HBO>

KRIPPENDORFF, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*.
Barcelona: Paidós.

LAUTE, J. (1966). *Ética y responsabilidad periodística*. Recopilació de les conferències dictades pel professor Jacques Léauté, durant el VI Concurs Internacional de Perfeccionament en Ciències de la Informació Col·lectiva, Traducció i edició: Fundació Ford. Recuperat el 15 de novembre de 2014, de:

<http://186.5.95.155:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/170/CIESPAL.pdf?sequence=2>

LECAROS, M.J. (1984). *Contenido y conclusiones de la comisión Hutchins*. Dialnet. Cuadernos de información nº1. Recuperat el 10 de novembre de 2014, de:

http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/hutchins_lecaros.pdf

LÓPEZ GARCÍA, G. (2002). *Comunicación Electoral y Formación de la Opinión Pública: las Elecciones Generales de 2000 en la Prensa Española*. Recuperat el 15 de novembre de 2014, de:

http://www.uv.es/=guilopez/documentos/2_4-Efectos_de_los_medios_en_la_Opinion_Publica.pdf

MARÍN, E. (2015, 13 febrer). *The Newsroom, una maravillosa serie sobre periodismo en estado puro*. Recuperat el 03 de maig de 2015, de:

<http://hipertextual.com/2015/02/the-newsroom>

MARTÍNEZ DE ALBENIZ, I. & MORENO DEL RÍO, C. (2012). *De Anatomía de Grey a The Wire. La realidad de la ficción televisiva*. Madrid: Los libros de la Catarata.

MARTINEZ ALBERTOS, J.L. (1972). *La información en una sociedad industrial. Función social de los "mass-media" en un universo democrático*. Madrid: Tecnos.

MCQUAIL, Denis (1983) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*.
Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

MESQUITA, M. (2007). *El cuarto equivoco: el poder de los media en la sociedad contemporánea*. Madrid: Editorial Fragua.

MEJINO, L. (2015, 1 de gener). The Newsroom: La controversia en el periodismo televisivo está servida. Edición final. El diario Vasco. Recuperat el 19 de gener de 2015, de:

<http://blogs.diariovasco.com/series-gourmets/2012/12/12/the-newsroom-la-controversia-en-el-periodismo-televisivo-esta-servida/>

Movimiento Occupy Wallstreet. (n.d). A EcuRed. Recuperat el 15 de març de 2015, de:

http://www.ecured.cu/index.php/Movimiento_Occupy_Wall_Street
http://www.ecured.cu/index.php/Movimiento_Occupy_Wall_Street

MUÑOZ ALONSO, A. & MONZÓN, C. & ROSPIR, J.I & DADER, J.L (1992) *Opinión pública y comunicación política*. Recuperat el 12 de novembre de 2014, de:

http://www.academia.edu/7766896/La_canalizaci%C3%B3n_o_fijaci%C3%B3n_de_la_agenda_por_los_medios_Cap._en_VV.AA._Opini%C3%B3n_P%C3%BAblica_y_Comunicaci%C3%B3n_Pol%C3%ADtica._Madrid._Eudema._1990_1a_ed.

MUR CASADO, M.S. (2014) *La representación del trabajo periodístico en la serie de ficción de la HBO*. Treball fi de grau. Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra: Facultat Ciències de la Comunicació.

PARÉS I MAICAS, M. (2011). *Ètica, deontologia i comunicació*. Barcelona: Editorial UOC.

Puro Sorkin. (2012). A Canal Plus. Recuperat el 12 de gener de 2015, de:

<http://www.canalplus.es/the-newsroom/puro-sorkin/>

RODRÍGUEZ, X.R & MARTÍN, M. (2008). *Medios y democracia: La teoría de la Responsabilidad Social*. Revista Comunicación. Recuperat el 20 de novembre de 2014 de 2015, de:

<http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2008/Art154-166.pdf>

Sinopsis The Newsroom. (n. d.). A Sensacine. Recuperat el 19 de gener de 2015, de:

<http://www.sensacine.com/series/serie-9886/>

The Newsroom. (n. d.). A Wikipedia. Recuperat el 12 de gener de 2015, de:

http://es.wikipedia.org/wiki/The_Newsroom

'The Newsroom' concluye su tercera y última temporada. (2014). A Informador.

Recuperat el 19 de gener de 2015, de:

<http://www.informador.com.mx/entretenimiento/2014/566494/6/the-newsroom-concluye-su-tercera-y-ultima-temporada.htm>

The Newsroom. Primera temporada. (2012). Recuperat el 19 de gener de 2015, de:

<http://historiasbastardasextraordinarias.blogspot.com/2013/07/Criticas-The-Newsroom-Primera-Temporada.html>

VIDELA, J.J. (2004). *La ética como fundamento de la actividad periodística*. Madrid:

Editorial Fragua.

PART VIII. ANNEX

CAPÍTOL II. CODIS D'ÈTICA PERIODÍSTICA

UNESCO

CÓDIGO INTERNACIONAL DE ÉTICA PERIODÍSTICA²⁵

1. El derecho del pueblo a una información verídica. El pueblo y las personas tienen el derecho a recibir una imagen objetiva de la realidad por medio de una información precisa y completa, y de expresarse libremente a través de los diversos medios de difusión de la cultura y la comunicación.

2. Adhesión del periodista a la realidad objetiva. La tarea primordial del periodista es proporcionar una información verídica y auténtica con la adhesión honesta a la realidad objetiva, situando conscientemente los hechos en su contexto adecuado, manifestando sus relaciones esenciales -sin que ello entrañe distorsiones-, y empleando toda la capacidad creativa del profesional a fin de que el público reciba un material apropiado que le permita formarse una imagen precisa y coherente del mundo, donde el origen, naturaleza y esencia de los acontecimientos, procesos y situaciones sean comprendidos de la manera más objetiva posible.

3. La responsabilidad social del periodista. En el periodismo, la información se comprende como un bien social y no como un simple producto. Esto significa que el periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida. El periodista es, por tanto, responsable no sólo frente a los que dominan los medios de comunicación, sino, en último análisis, frente al gran público, tomando en cuenta la diversidad de los intereses sociales. La responsabilidad social del periodista implica que éste actúe en todas las circunstancias en conformidad con su propia conciencia ética.

4. La integridad profesional del periodista. El papel social del periodista exige que la profesión mantenga un alto nivel de integridad. Esto incluye el derecho del periodista a abstenerse de trabajar en contra de sus convicciones o de revelar sus fuentes de información, y también el derecho de participar en la toma de decisiones en los medios

²⁵ El texto fue publicado el 20 noviembre de 1983.

de comunicació en que emplea. La integritat de la professió prohibe al periodista el acceptar qualsevol forma de remuneració il·lícita, directa o indirecta, y el promover interessos privats contraris al bé comú. El respecte a la propietat intel·lectual, sobre tot abstenint-se de practicar el plagio, pertenece, per lo mateix, al comportament ètic del periodista.

5. Acceso y participación del público. El caràcter de la professió exige, per otra parte, que el periodista favorezca el acceso del públic a la informació y la participació del públic en los "medios", lo cual incluye la obligació de la correcció o la rectificació y el derecho de respuesta.

6. Respeto de la vida privada y de la dignidad del hombre. El respeto del derecho de las personas a la vida privada y a la dignidad humana -en conformidad con las disposiciones del derecho internacional y nacional que conciernen a la protección de los derechos y a la reputación del otro-, así como las leyes sobre la difamación, la calumnia, la injuria y la insinuación maliciosa, son parte integrante de las normas profesionales del periodista.

7. Respeto del interés público. Por lo mismo, las normas profesionales del periodista prescriben el respeto total de la comunidad nacional, de sus instituciones democráticas y de la moral pública.

8. Respeto de los valores universales y la diversidad de las culturas. El verdadero periodista defiende los valores universales del humanismo, en particular la paz, la democracia, los derechos del hombre, el progreso social y la liberación nacional; y respeta el carácter distintivo, el valor y la dignidad de cada cultura, así como el derecho de cada pueblo a escoger libremente y desarrollar sus sistemas político, social, económico o cultural. El periodista participa también activamente en las transformaciones sociales orientadas hacia una mejora democrática de la sociedad y contribuye, por el diálogo, a establecer un clima de confianza en las relaciones internacionales, de manera que favorezca en toda la paz y la justicia, la distensión, el desarme y el desarrollo nacional. Incumbe al periodista, por ética profesional, el conocer las disposiciones existentes sobre ese tema y que están contenidas en las convenciones internacionales, declaraciones y resoluciones.

9. La eliminación de la guerra y otras grandes plagas a las que la humanidad enfrenta. El compromiso ético por los valores universales del humanismo previene al periodista contra toda forma de apología o de incitación favorable a las guerras de agresión y la carrera armamentista, especialmente con armas nucleares, y a todas las otras formas de violencia, de odio o de discriminación, en particular el racismo y el *apartheid*, y le incita a resistir a la opresión de los regímenes tiránicos, a extirpar el colonialismo y el neocolonialismo, así como a las otras grandes plagas que afligen a la humanidad, tales como la miseria, la desnutrición o la enfermedad. Así, el periodista puede contribuir a eliminar la ignorancia y la incomprensión entre los pueblos, a hacer los ciudadanos de un país sensibles frente las necesidades y deseos de los otros, a asegurar el respeto de los derechos y de la dignidad de todas las naciones, de todos los pueblos y de todos los individuos, sin distinción de raza, sexo, lengua, nacionalidad, religión o convicciones filosóficas.

10. Promoción de un nuevo orden mundial de la información y la comunicación. En el mundo contemporáneo, el periodista busca el establecimiento de nuevas relaciones internacionales en general y de un nuevo orden de la información en particular. Ese nuevo orden, concebido como parte integrante del nuevo orden económico internacional, se dirige hacia la descolonización y la democratización en el campo de la información y de la comunicación, tanto en los planos nacional como internacional, sobre la base de la coexistencia pacífica entre los pueblos, en el respeto pleno de su identidad cultural. El periodista tiene el deber particular de promover tal democratización de las relaciones internacionales en el campo de la información, notablemente salvaguardando y animando las relaciones pacíficas y amistosas entre los pueblos y los Estados.

CAPÍTOL II. THE NEWSROOM: UNA APROXIMACIÓ

2.1 FITXA TÈCNICA

Títol	The Newsroom
Títol original	The Newsroom
País	Estats Units
Any	2012
Data d'estrena	24 de juny de 2012
Duració	60 minuts aprox.
Temporades	3
Gènere	Drama, Comèdia
Creadors	Aaron Sorkin
Guionistes	Aaron Sorkin, Adam R. Perlman, Amy Rice, Brendan Fehily, Cinque Henderson, Corinne Kingsbury, Dana Ledoux Miller, David Handelman, Gideon Yago, Ian Reichbach, Matthew Lopez, Michael Gunn, Paul Redford
Producció executiva	Producción ejecutiva: Aaron Sorkin, Alan Poul, Scott Rudin
Reparto	Jeff Daniels, Lauren Tom, Stephen Anderson, Marcia Gay Harden, Tara Jayne, Hope Davis, Frank Wood, Emily Mortimer, Jane Fonda, Sam Waterson
Web	http://www.hbo.com/the-newsroom/
Distribuidora	HBO

Taula 15. *Fitxa tècnica The Newsroom.* **Font:** elaboració pròpia a partir de les dades recuperades el 8 de gener de 2015 de [//series.estamosrodando.com/serieteca/the-newsroom/ficha-tecnica-ampliada/](http://series.estamosrodando.com/serieteca/the-newsroom/ficha-tecnica-ampliada/)

2.2 TEMPORADES: DESCRIPCIÓ DELS CONTINGUTS

2.2.1 SINOPSIS

HBO | 3 temporades: 25 capítols | EE.UU, 2012, 2013, 2014. **Creador:** Aaron Sorkin. **Directors:** Alan Poul, Greg Mottola, Anthony Hemingway, Jeremy Podeswa, Lesli Linka Glatter, otros. **Guionistes:** Aaron Sorkin, Gideon Yago y Dana Ledoux Miller, Elizabeth Peterson, Jon Lovett, Deborah Schoeneman como argumentistas. **Càsting:** Jeff Daniels, Emily Mortimer, John Gallagher Jr., Alison Pill, Thomas Sadoski, Sam Waterston, Olivia Munn, Chris Chalk, Margaret Hudson, Charlie Weirauch, Adina Porter, John F. Carpenter, Wynn Everett, Thomas Matthews, Dev Patel, David Harbour, Chris Messina, Marcia Gay Harden, Riley Voekel, Grace Gummer, Jane Fonda, Kelen Coleman, Hope Davis. **Fotografia:** Todd McMullen, David J. Miller, Barry Ackroyd. **Música:** Alex Wurman, Johnny Klimek, Jeff Beal.

The Newsroom és un drama produït per l'HBO²⁶ que gira entorn al programa televisiu de notícies del canal ACN (Atlantic Cable News). La trama es desenvolupa tant dins com fora de la redacció d'informatius i tracta a la vegada temes tant professionals com personals de l'equip que la forma.

News Night està encapçalada per Will McAvoy, un reputat presentador d'informatius que sempre ha estat fidel als seus pensament i posicionaments polítics. Però, la malaurada intervenció en un debat universitari el farà estar en el punt de mira de tots els mitjans de comunicació i fet que li portarà com a conseqüència la pèrdua de la major part del seu equip de notícies.

Aquest incident farà que entri en escena McKenzie McHale, periodista amb una inqüestionable trajectòria, que intentarà reconduir l'informatiu i aconseguir que McAvoy es torni a convertir en el presentador distingit que era.

A partir d'aquest moment es crea un nou equip i una nova imatge de *News Night*. Tots els membres de l'equip aporten el seu petit gra de sorra en el canvi que McKenzie pretén dur a terme.

Els professionals que hi treballen experimenten tot tipus de situacions compromeses, fent front a casos controvertits on entra en escena el periodisme més pur.

²⁶ Consultar Annex. Capítol II – HBO. La productora que va donar ales a Sorkin.

The Newsroom ens convida, doncs, a reflexionar sobre els mitjans de comunicació i la relació envers l'audiència, així com la lluita diària per tal d'oferir als espectadors una informació veraç i sense cap mena de manipulació.

2.2.2 PRIMERA TEMPORADA

HBO / 1era temporada: 10 capítols. | EEUU, 2012. **Creador:** Aaron Sorkin. **Directors:** Alan Poul, Jeremy Podeswa, Lesli Linka Glatter, Carl Franklin, Julian Farino, Anthony Hemingway, Jason Ensler. **Guionista:** Aaron Sorkin. **Càsting:** Jeff Daniels, Emily Mortimer, John Gallagher Jr., Alison Pill, Thomas Sadoski, Sam Waterson, Olivia Munn, Dev Patel, Chris Chalk, Margaret Hudson, Charlie Weirauch, Adina Porter, John F. Carpenter, Wynn Everett, Chris Messina, Jane Fonda. **Fotografia:** Todd McMullen. **Música:** Johnny Klimek.

La genialitat de la realització de *The Newsroom* radica en la manera en la que el seu director, Aaron Sorkin²⁷, es veu capaç de rescatar temes que han estat controvertits en el passat més immediat, i que es permet el luxe de tractar des d'una perspectiva periodística, que poc té a veure amb el que realment van rebre per part dels mitjans de comunicació. És a dir, Sorkin aconsegueix transmetre a l'audiència allò que vol, sense reparar massa en les conseqüències directes que podria tenir intentar donar una lliçó de moralitat als professionals del sector.

Si més no, tota la primera temporada es un cop d'aire fresc a les notícies que ja han succeït mesos abans. Els temes més àcids que engloben tant el **terrorisme**, com el **nacionalisme americà** o el **Tea Party**, passant també, per les relacions personals dels membres de l'equip que esdevenen peces clau del fil argumental de la sèrie.

El nostre passat és el seu present més immediat. Per tant, aquest fet provoca que existeixi una certa melancolia pels qui la veuen i, en certa manera, crispació, en uns altres. Aquesta visió utòpica i de certa fantasia informativa crea la insatisfacció d'alguns periodistes que no veuen clar la missió de mostrar al món com haurien de ser les coses i, sobre tot, de com els mitjans haurien de treballar sota paràmetres ètics i morals.

²⁷ Veure Annex – El director de la sèrie. Aaron Sorkin

2.2.3 SEGONA TEMPORADA

HBO / 2a temporada: 9 capítols. | EEUU, 2013. **Creador:** Aaron Sorkin. **Directors:** Alan Poul, Jeremy Podeswa, Lesli Linka Glatter, Carl Franklin, Julian Farino, Anthony Hemingway, Jason Ensler. **Guionista:** Aaron Sorkin. **Càsting:** Jeff Daniels, Emily Mortimer, John Gallagher Jr., Alison Pill, Thomas Sadoski, Sam Waterson, Olivia Munn, Dev Patel, Chris Chalk, Margaret Hudson, Charlie Weirauch, Adina Porter, John F. Carpenter, Wynn Everett, Thomas Matthews, David Harbour, Hamish Linklater, Marcia Gay Harden, Grace Gummer, Constance Zimmer, Chris Messina, Jane Fonda. **Fotografia:** Todd McMullen. **Música:** Johnny Klimek.

La segona entrega de la sèrie es va veure envolta encara per més polèmiques que l'anterior. Per què? Doncs perquè el seu director Aaron Sorkin, no va saber transmetre la seva voluntat moralitzadora a través dels diàlegs dels protagonistes, sense poder superar el bloqueig creatiu i havent de demanar a la productora HBO, que la sèrie descansés durant un temps.

Tots aquests esdeveniments van provocar que els espectadors de la sèrie es plantejessin què era el que realment estava succeint amb *The Newsroom*. Els diàlegs atrevits, les relacions personals lligades, en certa manera, amb el que succeïa després dins la redacció d'informatius, feien que es pensés que s'apropava el final més imminent per *The Newsroom*.

Però la sèrie va tornar després d'aquest breu descans, tractant temes com el naixement del **moviment Occupy Wall Street**, la **campanya electoral estatunidenca** i temes més controvertits com **la pena de mort** i l'**aniversari de l'11S**.

A més, *The Newsroom* es va veure embolicada en una problemàtica **Operació Genova**, que resultava relacionar-se directament amb un cas de filtracions no contrastades i d'informacions polítiques que faran que els periodistes passin per moments difícils. A més, seran qüestionats per l'audiència i altres mitjans de comunicació que pretenen donar una lliçó a l'equip i, sobre tot, a l'editor de notícies, Will McAvoy.

Aquest és un extracte del capítol set de la segona temporada on Charlie Skinner, president de la cadena ACN discuteix amb Leona Lansing, propietària d'*Atlantis Media Group* i d'*Atlantic Cable News* (ACN) i que mostra perfectament la situació del noticiari.

- **Skinner:** ¡Leona no tendremos la confianza del público nunca más!
- **Lansing:** ¡Haz que vuelva!

2.2.4 TERCERA TEMPORADA

HBO / 3era temporada: 6 capítols. | EEUU, 2014. **Creador:** Aaron Sorkin. **Directors:** Alan Poul, Jeremy Podeswa, Lesli Linka Glatter, Carl Franklin, Julian Farino, Anthony Hemingway, Jason Ensler. **Guionista:** Aaron Sorkin. **Càsting:** Jeff Daniels, Emily Mortimer, John Gallagher Jr., Alison Pill, Thomas Sadoski, Sam Waterson, Olivia Munn, Dev Patel, Chris Chalk, Margaret Hudson, Charlie Weirauch, Adina Porter, John F. Carpenter, Wynn Everett, Thomas Matthews, David Harbour, Hamish Linklater, Marcia Gay Harden, Grace Gummer, Constance Zimmer, Chris Messina, Jane Fonda. **Fotografia:** Todd McMullen. **Música:** Johnny Klimek.

L'última temporada de la sèrie segueix ambientada en la mateixa redacció de l'informatiu d'ACN, *News Night*. A més, alguns dels seus protagonistes deixen pas a uns altres, i els que encara segueixen, com McAvoy, McKenzie, Jim i Maggie es veuen en situacions compromeses que acabaran descrivint la complexa realitat que viuen els professionals de la comunicació.

Són molts els temes que es tracten durant aquestes tres temporades, però, hem de destacar la importància del “present passat” que predomina durant tota la sèrie. És a dir, com el director Aaron Sorkin aconsegueix rescatar aquells temes que més han marcat a la societat americana, com són l'atemptat de la **Marató de Boston**, l'**empresonament de McAvoy per desacatament** al negar-se a revelar una font i d'altres com la **incursió de les noves plataformes online** dins l'informatiu i el **futur incert d'ACN**.

Sembla que un cop finalitzada la sèrie han estat molts els professionals del sector i alguns crítics els qui han admès la força amb la que *The Newsroom* pretenia elaborar un producte que animés als ciutadans a tornar a confiar en els mitjans de comunicació.

The Newsroom acaba deixant vint-i-cinc capítols plens d'històries de les quals poder debatre i saber si, realment, la missió moral i ètica que es plantejava aconseguir en un principi es veu satisfeta.

2.3 PRESENTACIÓ DELS PERSONATGES

En el present apartat parlarem dels personatges que componen l'equip de *News Night*, amb la intenció de poder mostrar quins són els seus rols i poder elaborar una visió més acurada d'aquests.

Tots els personatges han estat inclosos, tant els principals, que protagonitzen la major part d'històries, com els personatges secundaris, que encara que de vegades surtin amb compta gotes són peses importants per entendre el missatge de *The Newsroom*.

2.3.1 PERSONATGES PRINCIPALS

William Duncan McAvoy (Jeff Daniels)

Editor en cap i presentador a “Noticias Noche”

[...] Y esta noche emulo al Sr. Clark y disculpándome ante el pueblo americano por nuestro fracaso. El fracaso de este programa durante el tiempo que llevo al frente, a la hora de informar y educar con éxito al electorado. Permítanme aclarar que no me disculpo en nombre de todos los periodistas televisivos y, que no todos los periodistas televisivos les deben una disculpa. Hablo en mi nombre. He sido cómplice de una larga serie de fracasos, lenta y repetidamente no reconocida y no corregida que nos ha traído hasta el presente. Soy el líder de una industria que malinterpretó los resultados electorales, contagió el miedo al terrorismo, estimuló la controversia y no logró informarse sobre los movimientos tectónicos de nuestro país, desde la caída del sistema financiero hasta la fuerza que tenemos ante los peligros que encaramos actualmente. [...] La razón del fracaso no es un misterio, nos vendimos por el share”.



Imatge 1. Will McAvoy.

Font: Canal+

Es tracta d'un personatge que sempre ha estat envoltat de polèmica degut a la seva particular manera de transmetre certes idees a l'audiència. Si més no, a mida que es va desenvolupant la sèrie, els esdeveniments que li succeeixen el faran prendre més responsabilitat envers al seu treball i, sobre tot, aprendre a apreciar el treball dels altres professionals. Tot i que els seus companys d'equip no el tenen gaire ben considerat – no hem d'oblidar que mai recorda els seus noms- i a més, creu que la seva manera de realitzar informatius és la millor, serà finalment, el personatge que pateix una evolució més forta.

McKenzie McHale és la protagonista encarregada de donar-li aquella dosi de realitat, que és postula com un dels elements clau dins els transcurs de la sèrie. McAvoy i McKenzie guarden un passat comú que s'anirà descobrint poc a poc. Serà, sense dubte, una de les històries que més influeixen al treball de la redacció.

Charlie Skinner (Sam Waterston)

Director de notícies d'Atlantic Cable News

“Esta noche, en los viejos tiempos de hace diez minutos, hicimos bien las noticias. ¿Sabes cómo, Will? Porque decidimos hacerlas bien”

Charlie es presenta com el president que tota cadena de televisió voldria tenir, és un periodista amb gran experiència i amb gran capacitat de saber el que realment necessita saber l'audiència.

A més, s'estableix com el personatge que dona equilibri al presentador Will McAvoy, ja que aquest necessita molts cops l'ajuda d'algú que li posi els peus en terra.

Skinner aposta per Will, però sap que necessita certa ajuda si pretén realitzar un altre tipus d'informatiu que no sigui purament marcat pels índex d'audiència. En aquest moment Charlie decideix introduir a l'equip, com a cap de producció, a McKenzie.



Imatge 2. Charlie Skinner.

Font: Canal+

Tots tres passaran per moments difícils degut a certes complicacions que sofreix *News Night* al llarg de la sèrie.

McKenzie Morgan McHale (Emily Mortimer)

Cap de producció a “News Night”

"Hay que preguntarse si es la mejor versión posible de los argumentos, no la más colorida ni tampoco la más escandalosa, si no la mejor".

McKenzie es presentada com la nova cara de l'informatiu *News Night*, sent un referent de bon periodisme. És una periodista que gaudeix d'una àmplia carrera professional, amb experiències com ha corresponsal de guerra. Aquesta formació fa que, en tot moment, la seva aportació a l'informatiu sigui rigorosa i informativament impecable.

Com hem mencionat anteriorment, comparteix un passat amb Will que, en certa manera, condiona la realització del programa. Si més no, McKenzie intenta canviar a l'envanit presentador, donant-li lliçons de moralitat perquè deixi de pensar en les audiències i, finalment, pugui dur a terme un informatiu veraç i amb credibilitat.



Imatge 3. McKenzie McHale.

Font: Canal+

Jim Harper (John Gallagher Jr.)

Productor executiu a “News Night”

Jim és un antic company de McKenzie, que va treballar amb ella quan realitzava la corresponsalia de guerra. Quan McKenzie presenta el seu equip, inclou a Harper com a nou membre.

El personatge està ple d'experiències que el porten a gaudir d'una bona formació professional, que sempre es present en cadascuna de les seves aportacions dins la redacció.

A més, les seves relacions personals són molt importants pel desenvolupament de la trama argumentativa. No només tindrà problemes amb les relacions personals, sinó que en serà protagonista d'altres enfrontament amb alguns dels seus companys.



Imatge 4. Jim Harper.

Font: Canal+

Margaret Claire Jordan (Allison Pill)

Productora adjunta a “News Night”

Maggie, com és coneguda dins la redacció, es presenta als primers capítols com una becària despistada a la que li costa integrar-se. Degut al caràcter de l'editor en cap Will McAvoy, li serà encara més difícil gaudir d'una certa credibilitat envers al seu treball.

Quan arriba McKenzie, com a cap de producció de l'informatiu, Maggie aconsegueix tenir aquell reconeixement que tant necessitava i, de sobte, es ascendida. El personatge patirà un canvi molt significatiu a llarg de les tres temporades i serà protagonista de diversos entramats de caire personal i professional.

Maggie té una relació amb un dels protagonistes més controvertits de la sèrie Don Keefer. Relació turmentosa que la portarà a tenir alguns conflictes tant dins com fora de la redacció.



Imatge 5. Maggie Jordan.

Font: Canal+

Don Keefer (Thomas Sadoski)

Antic productor executiu a “News Night”

Quan comença la sèrie, protagonitza junt a McAvoy el primer enfrontament que succeeix dins les instal·lacions d'ACN. Aquest moment és conseqüència de les diferències existents entre els dos protagonistes.

Keefer té una visió de com produir les notícies que poc té a veure amb la manera en que Will les vol fer. A més, el caràcter egòlatra del presentador fa que Don acabi abandonant la producció de *News Night* i acceptant l'oferta de realitzar un altre programa.

Don, no tornarà a la redacció d'ACN on la seva parella, Maggie Jordan, treballa com a membre del nou equip que forma McKenzie. Don i Maggie protagonitzaran molts dels moments més personals de la sèrie, degut a la seva relació d'alts i baixos i causat per l'amistat que manté Maggie amb Jim Harper, el nou productor executiu.



Imatge 6. Don Keefer.

Font: Canal+

Sloan Sabbith (Olivia Munn)

Encarregada de la secció d'economia a “News Night”

Sloan es presenta com una periodista amb molta experiència acadèmica ja que té un doctorat en econòmiques per la Duke University, sent, a més, professora adjunta a la

Columbia University. Això li permet realitzar un periodisme molt exhaustiu i amb gran capacitat d'anàlisi.

Els seus punts dèbils, i que tracta de pal·liar al llarg de la sèrie, són les habilitats com a periodista i de saber en quins moments ha d'actuar com a comunicadora i no només com a acadèmica.

Sloan manté una relació amb Don Keefer després de que aquest deixes la seva relació intermitent amb la Maggie.

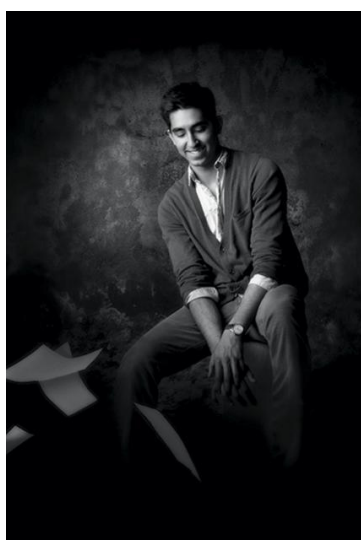


Imatge 7. Sloan Sabbith.

Font: Canal+

Neelamani Sampat (Dev Patel)

Encarregat de les notícies a les plataformes online i del blog de Will



Imatge 8. Neal Sampat.

Font: Canal+

Neal és presentat com part de la nova imatge que McKenzie pretén establir amb “*News Night 2.0*”. Sampat s’encarrega de portar el blog personal de Will McAvoy i està constantment en contacte amb totes les xarxes socials de les que disposa el programa.

A més, és protagonista de moltes històries controvertides que succeeixen al llarg de la sèrie i que involucren a la redacció.

2.3.2 PERSONATGES SECUNDARIS PROTAGONISTES

Leona Lansing

CEO de Atlantis World Media



Imatge 9. Leona Lansing.

Font: revistapantallas.com

Leona és la propietària d’Atlantis World Media, que posseeix a la vegada la cadena de televisió Atlantic Cable News (ACN), productora de l’informatiu *News Night*.

El seu personatge ve marcat per un gran afany de protagonisme i sent sempre l'última en tenir la paraula quan hi ha problemes a l'informatiu. S'ha de destacar la tasca que du a terme com a propietària que només pensa amb els beneficis i el *share*, per sobre del periodisme veraç que busca l'equip de *News Night*.

Reese Lansing

President d'Atlantic Cable News

Reese és presenta com l'antiperiodista ètic, aquell executiu que només es preocupa per les audiències i per aconseguir que el seu programa estrella *News Night* sigui partidari de certes postures polítiques que no acaben de ser totalment morals.

La relació amb Will McAvoy és molt tensa ja que pretén que aquest segueixi les seves instruccions i quan fa cas omís, tracta de convèncer-lo perquè actuï d'aquesta manera.

A mida que es va desenvolupant la sèrie, es continuen veient els conflictes entre ell i els membres de la redacció. A més, és protagonista d'altres conflictes amb el director de notícies d'ACN, Charlie Skinner.



Imatge 10. Reese Lansing.

Font: The Sidney Morning Herald

2.4 EL DIRECTOR DE LA SÈRIE: AARON SORKIN

Aaron Sorkin és un director que sempre ha estat marcat per la seva capacitat de transmetre històries a través del diàlegs que ell mateix redacta. Conegut per altres treballs cinematogràfics com *Algunos hombre Buenos* i *La red social* o, per la sèrie de ficció sobre política *El ala oeste de la Casa Blanca*, intentava afegir un altre èxit amb *The Newsroom* (2012).

Sorkin es declara meticulós amb les seves produccions, enamorat de les històries que no ens deixen indiferents i, sobre tot, d'aconseguir que l'audiència capti tot allò que emana dels seus àcids diàlegs.

The Newsroom va néixer sota l'estela que deixava *El ala oeste de la Casa Blanca*, és a dir, pretenia ser una mena de continuació d'aquesta però tractant d'enforçar-la des de la perspectiva periodística. *El ala oeste de la Casa Blanca* que es va començar a emetre al

canal NBC al 1999, i que va finalitzar després de set temporades, al 2006, va ser, sense dubte, una de les millors representacions en ficció de la realitat política americana.

Es doncs, quan Sorkin aconseguí un reconeixement incalculable com a guionista, reben diversos premis per la seva producció. Entre ells, vint-i-sis premis Emmys²⁸, que incloïen *Millor sèrie de drama* i *Millor direcció en sèrie de drama*, així com als seus protagonistes en les categories de *Millor actor principal i secundari en sèrie de drama*. A més d'estar nominada en diferents ocasions als Globus d'Or²⁹ (*Golden Globes*) i guanyar-ne un al 2000 per *Millor sèrie de drama*.

Després, va venir una altra producció de Sorkin, amb la qual va poder mantenir aquell *status* de reconeixement com a guionista. *La red social* que mostrava la vida del creador de Facebook Mark Zukenberg, va guanyar³⁰; tres Oscars, quatre Globus d'Or i tres premis BAFTA (Premis de la acadèmia de cinema i TV britànica) entre els que es destacaven *Millor pel·lícula*, *Millor guió* i *Millor guió original*.

Amb aquesta trajectòria, entre la que també s'inclouen altres títols com *Studio 60* (2006) i *Sport Nights* (1998), totes dues sèries de ficció que tractaven el periodisme des de diferents punts de vista, Aaron Sorkin tenia una bona base professional que el convidava a encaminar-se en aquest nou repte que suposava *The Newsroom*.

Així doncs, Sorkin volia aconseguir tornar-li al públic la confiança que segurament, havien perdut envers als mitjans de comunicació.

[...] no cesaré en mi empeño de subrayar que mi único deseo con *The Newsroom* es hacer una hora de televisión divertida, entretenida, idealista y optimista sobre un grupo de luchadores. En la actualidad tenemos una visión muy cínica del periodismo, tan cínica como la imagen que teníamos de nuestros políticos cuando escribí *El ala oeste de la Casa Blanca*. Y mi deseo es volver a hacer héroes de los periodistas. No le niego que no haya problemas en el mundo de los medios de comunicación, pero tampoco quiero persuadir a nadie de mis ideas. Simplemente quiero contar una historia que entretenga al espectador. Una historia de amor en un lugar de trabajo (Citat per Ayuso, 2012, 9 setembre).

The Newsroom va ser un gran projecte que no va acabar d'entendre's, però que, sense dubte, ens deixarà grans reflexions sobre com s'estructuren els grans mitjans i de com

²⁸ Extret de FilmAffinity: <http://www.filmaffinity.com/es/film757900.html>

²⁹ Extret de FilmAffinity: <http://www.filmaffinity.com/es/film757900.html>

³⁰ Extret de FilmAffinity: <http://www.filmaffinity.com/es/film577699.html>

els periodistes que hi treballen han de sortejar les condicions més difícils i continuar exercint la professió amb la integritat i el rigor que se'ls hi exigeix.

Mis diálogos no pretenden ser reales. Lo son. Es como hablaría la gente si tuviera el tiempo suficiente para pensar lo que quieren decir, si les dieras media hora para responder. (Citat per Ayuso, 2012, 9 setembre)

2.5 HBO. LA PRODUCTORA QUE VA DONAR ALES A SORKIN

HBO (acrònim de *Home Box Office*) és un dels canals de televisió per cable i satèl·lit més populars d'Estats Units³¹.

En primer terme, es coneix que la cadena HBO no estava conforme amb la llibertat que va donar a Sorkin des del primer moment per realitzar una sèrie sobre periodisme. Els temes que es tractaven i els missatges morals i ètics que pretenia transmetre, no van ser ben rebuts ni per l'audiència ni pels propis professionals del periodisme.

Per aquest motiu, la relació amor-odi que va establir amb *The Newsroom* es va fer palpable quan van proposar al director Aaron Sorkin concloure la sèrie amb una tercera temporada que només tingués sis capítols.

Les tres temporades de la sèrie han tingut una forta crítica per part de la premsa especialitzada, titllant-la d'utòpica i amb un missatge que pot fer creure que el periodisme actual no té cap mena de necessitat de ser ètic, sinó que està corromput i ple d'interessos empresarials.

Aaron Sorkin sempre ha estat un director capaç de transmetre a l'audiència les històries més complicades fent-les comprensibles a través dels seus diàlegs. Diàlegs plens de força i de genialitat. Pot ser, aquella genialitat que no han entès alguns i que ha portat a l'HBO a suspendre la seva producció.

Per tal de saber si les crítiques a la creació de Sorkin són encertades, al concloure el present treball esclareirem tots els possibles dubtes³².

³¹ Extret de <http://es.wikipedia.org/wiki/HBO>

³² Consultar *Part VI - Conclusions*.

2.6 INTRODUCCIÓ A LES TEMÀTIQUES

Les temàtiques que es tracten al llarg de la sèrie estan, quasi sempre, relacionades amb temes que han succeït realment a la societat. La influència dels partits polítics, les eleccions, el terrorisme, etc., són problemàtiques reals que s'han viscut en els darrers anys i que ara torna a rescatar *The Newsroom*. Per tant, es fa necessari saber què tracten i com es tracten aquests temes dins la sèrie.

“Tras ver los primeros minutos de su nueva serie es difícil no pensar que *The Newsroom* es una llamada de atención al mundo en el que vivimos, a la desilusión que existe con el sistema y especialmente con aquellos que dicen informarnos” (2012, 20 Setembre)

Així doncs, a continuació introduïrem les temàtiques més rellevants per tal de contextualitzar la investigació i saber de què s'està parlant³³.

2.6.1 MOVIMENTS POLÍTICS: TEA PARTY

El Tea Party “és un moviment format per una constel·lació d'agrupacions locals de ciutadans units per la seva oposició a l'agenda d'Obama, doncs temen que si el president es surt amb la seva, eliminarà alguns principis i valors bàsics dels EE.UU” (González, 2010)

Per tant, es tracta d'un agrupament que es crea sota el partit republicà d'Estats Units, màxim rival de l'actual govern demòcrata d'Obama.

El Tea Party es caracteritza, a més, per ser un grup ultraconservador que basa el seu discurs en “les ports i la incertesa que genera la globalització, la crisi econòmica, i els canvis socials que viu el país” (2010, 20 setembre)

Aquesta agrupació forma part de les tres temporades que componen *The Newsroom*, ja que el presentador Will McAvoy es defineix com un republicà orgullós de ser-ho, però en contra de la campanya que el Tea Party està fent arreu dels Estats Units.

La sèrie es centra, sobretot, en l'opinió negativa que té el presentador envers el Tea Party, i com aquest fet influeix a l'hora d'abordar temes que tinguin relació amb aquesta agrupació (avortament, homosexualitat, religió, etc.). A més, trobem el seguiment de la

³³ Aquest apartat és un suport al Capítol VI dins Part III – *Metodologia*.

campanya electoral del republicà John McCain, que realitza el periodista de *News Night* Jim Harper, envoltada de polèmiques que composaran, en gran part, el tema republicà.

El Tea Party serà una de les pedres angulars de la sèrie que protagonitzaran enfrontaments entre els periodistes del noticiari i els polítics que intervindran al llarg de les sessions polítiques i informatives que es realitzaran.

“Pureza ideológica, el acuerdo como debilidad, creencia fundamentalista en las escrituras, negar la ciencia, no conmoverse por los hechos, quedarse quieto ante la información, miedo hostil al progreso, la demonización de la educación, la necesidad de controlar el cuerpo de la mujer, xenofobia aguda, mentalidad tribal, intolerancia hacia la disensión y odio patológico hacia el gobierno estadounidense... Todo eso puede llamarse el Tea Party. Se llaman a sí mismos, conservadores. Y hasta se llaman a sí mismos republicanos. Aunque los republicanos no lo aceptarían. Nosotros debemos llamarles lo que son. Talibán americanos”.

Will McAvoy. Temporada I - Cap. 10 - El más tonto

2.4.2 CONFLICTES DE VIOLENTS: TERRORISME

El terrorisme és la “successió d’actes de violència executats per infondre terror³⁴”. Per tant, dins d’aquesta temàtica trobarem englobats tots els esdeveniments que facin referència directa a actes violents i exercits amb la intenció de provocar temor social.

Dins de la sèrie trobem diferents temes englobats dins d’aquesta temàtica. Per una banda, trobem el tiroteig a la congressista Gabriel Giffort, on es pot comprovar el rigor informatiu de la redacció de *News Night*. El noticiari entra en moment difícil al veure que hi ha certes informacions que diuen que Giffort està morta, però no hi ha cap confirmació oficial (les altres cadenes ja ho estan emetent). I aquí, es quan el rigor periodístic entre en joc i no es fins que tenen confirmació d’una font oficial que decideixen publicar-ho.

I per una altra, trobem que a la primera temporada també es parla sobre la mort d’Osama Bin Laden. Aquest fet, deixa entreveure cert patriotisme per part del noticiari, creant un clima de tensió i de cert alliberament personal quan es dona la notícia de la

³⁴ Extret del diccionari de la Real Acadèmia Española.

mort. A més, a la segona temporada trobem la cobertura de certs conflictes armats com la notícia “Rebels take Tripoli” i l’apressament de Gadaffi.

Finalment, a la tercera temporada tornem a trobar aquesta temàtica dins l’atemptat de la Marató de Boston.

“Buenas noches les habla desde Nueva York, Will McAvoy. ACN ya puede informar y confirmar que por primera vez en casi tres décadas el mundo no tiene razón para temer a Osama Bin Laden. En breves momentos, el presidente hablará a la nación para anunciarnos que en una arriesgada operación coordinada al amparo de la oscuridad, las fuerzas especiales han matado esta noche al líder de Al Qaeda y cerebro del mortal atentado del 11 de septiembre de 2001, han pasado nuevo años, siete meses y veinte días desde que el criminal más buscado de América nos arrebató a 2977 hijos e hijas, padres y madres, amigos y colegas. Aquel día nos transformamos en una nación diferente, más temerosa y por supuesto, más hostil. Y aunque nada, ni siquiera esta victoria que nuestro país ha esperado durante tanto tiempo, puede recuperar las almas que se perdieron aquella terrible mañana en Nueva York, en Virginia, en un campo de Pensilvania, en todo el país, y en el mundo. Esta noche debe servir de recordatorio de que a lo largo de nuestra historia, a los días más sombríos, a los Estados Unidos siempre le han seguido sus mejores horas.

Will McAvoy. *Temporada I - Cap. 7 - 01 de mayo de 2011*

2.6.3 DOCUMENTS CLASSIFICATS: L'OPERACIÓ GÈNOVA

L’Operació Gènova va ser protagonista de la primera i de la segona temporada, on el noticiari va haver de passar els seus millors i pitjors moments, periodísticament parlant.

En aquesta ocasió, Aaron Sorkin va pretendre apropar-se encara més a la realitat. Els fets es basen, doncs, en una situació controvertida en la que la cadena de notícies CNN es va veure envoltada a l’any 1998 (2013, 16 setembre).

L’escàndol “Tailwind” Turner va sacsejar al mitjà nord-americà, dirigit per Ted Turner, on s’emetia un reportatge “en el que s’assegurava que comandaments nord-americans havien utilitzat divuit anys abans, gas sari per eliminar alguns compatriotes desertors de la guerra de Vietnam” (2013, 16 setembre).

En aquest cas, *The Newsroom* es centra en la zona d'Afganistan i prenent com a referència “la política exterior que Estats Units realitza després dels atemptats de l'11S” (2013, 16 setembre).

Tot i que la població Síria es veu envoltada en un conflicte bèl·lic des de fa dos anys, es ara, quant la comunitat internacional es preocupa pels ciutadans d'aquest país d'Orient Pròxim. La raó, el gas sari. Una arma química que [...] està en boca de tots, quant es van produir els atacs contra la població als voltants de Damasc. Els inspectors de l'ONU han entregat un informe en el que conclouen que aquesta arma va ser utilitzada amb míssils terra-terra, encara que no indiquen qui va ser l'atacant (2013, 16 setembre).

Així doncs, tota la redacció de *News Night* es veu involucrada en una operació que sembla tenir totes les costures ben filades, però que en realitat els hi jugarà la pitjor de les passades.

Durant les dues primeres temporades es van succeir les declaracions, apareixen noves fonts i es comencen a obrir camins que semblen clars per esclarir aquest escàndol. No només hi participaran els propis periodistes, sinó que, seran exmilitars i soldats el que aportaran llum a la investigació.

Periodistes, soldats i excombatents comenten la gravetat dels fets, i sempre es mostren sorpresos i indignats per l'ús d'aquests utensilis bèl·lics prohibits des de fa dècades. [...] són una bona mostra de la controvèrsia en la qual s'emboquen fets similars als quals trobem en l'actualitat, alguna cosa que Sorkin també utilitza per posar en dubte la professionalitat dels periodistes (2013, 16 setembre).

Don: *Necesito algún tipo de signo, alguna indicación de que...*

Rebecca: *¿Qué?*

Don: *Supongo que comprende la estupidez de esto.*

Rebecca: *Pues sí*

Don: *No me lo parece*

Rebecca: *¿Cómo querría que me comportara?*

Don: *Creo... En fin. Debo decirle que me parece que cree que hay matices y que hay estratos que deben explorarse*

Rebecca: *¿Por qué lo dice?*

Don: *Pues por ejemplo, hay cuatro abogados aquí que no sé lo que cobran, pero que seguro que lo valen... Y llevan aquí cinco días. Hoy es el quinto. Pero no voy a eso... ¿Por qué necesitamos abogados que lo valgan? ¿Para qué? ¿Por qué los necesitamos?*

Rebecca: *Los han demandado*

Don: *Lo dice como si no fuese una locura. Lo dice como si fuera... (Silencio) a ver que me he perdido. Un editor llega a Washington y quiere hacer un nombre en Nueva York. Persigue una historia que no existe, y no es un gatito subido a un árbol. Son armas químicas, gas salino contra civiles. Manipula una entrevista. Coge unas tijeras y recorta el vídeo de un hombre de la calle, de un General de los Marines en la Reserva y, entramos en antena. A las 48 horas, la historia se cae y con ella, Atlantis Cable News. ACN se ve de rodillas. Se descubre el truco quirúrgico y después despiden al editor. Y, ¿escribe una carta al New York Times disculpándose ante el público, sus colegas y el General de tres estrellas y a las fuerzas armadas? ¡No! Nos demanda por despido improcedente. Y necesito saberlo, necesito algún signo suyo... Porque es obvio que usted, no, los cuatro, no son estúpidos y se permiten buenos peluqueros. Necesito que me diga que es tan exactamente absurdo como es.*

[...]

Rebecca: *Está alegando ser el chivo expiatorio*

Don: *¿Eso alega?*

Rebecca: *Sí*

Don: *Comprendo que se sienta así, porque toda la culpa fue suya*

Rebecca: *Si la culpa fue toda suya, entonces no fue de nadie más...*

Don: *Exactamente de nadie más*

Rebecca: *Ahí disiente el demandante y si Dantana fue ofrecido en sacrificio a los Dioses...*

Don: *Oooh, ¡Rebecca!*

Rebecca: *Y fue un fallo editorial lo que condujo a la revelación de Génova... Y paga el precio de los errores que cometieron sus superiores*

[...]

El primer Equipo Rojo, usted, Jim Harper, Sloan Sabbith... ¿Alguien pudo encontrar las fisuras?

Don: *No, a parte de la entrevista inventada que era coherente*

Rebecca: *Le pregunto si pudieron dar con fisuras*

Don: *De eso le hablo, ¿qué importa eso?*

Rebecca: *Importa. Porque había fisuras en la historia*

Don: *Sí*

Rebecca: *Un montón, ¿no es así?*

Don: *No vimos las fisuras, porque...*

Rebecca: *¡Ah! Eso es un fallo editorial, ¿verdad?*

Don Keefer i Rebecca Halliday – Temporada II – Cap. 7 - Equipo Rojo II

2.6.4 MOVIMENTS SOCIALS: OCUPPY WALL STREET

El Moviment Occupy Wall Street, més conegut com Occupy Wall Street, és un moviment social de protesta contra les corporacions financeres mundials que es va iniciar el 17 de setembre de 2011 a Nova York, Estats Units.

Els manifestants es consideren part del 99% que es nega a seguir tolerant l'avarícia i corrupció del 1% que s'apropia les riqueses. El seu lema, que demanda una economia que es posi al servei de les persones, s'estén a la regulació dels mercats financers, la limitació de la seva influència sobre la vida política, la creació d'una Banca Pública i un repartiment equitatiu i just de la riquesa³⁵

Així, *The Newsroom* torna a apropar-se a un dels temes d'actualitat que estan directament relacionats amb la realitat. Aquest és un tema que es va tractar també als mitjans internacionals i dins de la sèrie, encara que només un dels protagonistes s'implica seriosament amb la cobertura del moviment, és una de les peces claus de la segona temporada i on es comencen a veure que tots els fils argumentals estan interconnectats.

Els moviments socials són una altra eina de Sorkin per poder donar veu als col·lectius que més ho necessiten, tot i que a la sèrie creen una mena de “desprestigi” en contra d'aquests manifestants, qüestionant la seva força de convocatòria social i el seu lleuger impacte tant mediàtic com polític.

Will: *Hace dos semanas que un grupo de manifestantes acampa en el parque Zuccotti, aquí en Nueva York. El Movimiento Ocupa Wall Street utiliza los medios sociales y ha celebrado marchas por las calles del distrito financiero. Hoy, tenemos en el estudio a una de las líderes de Ocupa Wall Street, Shei Webber.*

³⁵ Extret de http://www.ecured.cu/index.php/Movimiento_Ocupy_Wall_Street

Shei: *Me alegra estar aquí, pero no soy una de las líderes de Ocupa. No tenemos líderes.*

Will: *¿Eso es conveniente?*

Shei: *¿No tener líderes?*

Will: *Sí*

Shei: *Sí. Porque así todo el mundo hace oír su voz.*

Will: *Suena como mucha gente hablando a la vez. Pero, dígame en pocas palabras por qué protestan*

Shei: *Protestamos contra diversas cuestiones. La convivencia del gobierno con los ricos, la vejación en la persecución de los delitos que produjeron la crisis, las desigualdades, la financiación de los partidos...*

Will: *O sea, ¿nada en concreto?*

Shei: *(silencio) No, nada en concreto...*

Will: *Protestan contra muchas cosas.*

Shei: *La lista de reivindicaciones es tan variada como los propios manifestantes.*

Will: *He visto manifestantes con pancartas que dicen, somos el 99%.*

Shei: *Sí*

Will: *Soy del 1%. Hay quien diría que estoy muy bien pagado, pero yo no. Me pagan lo que el mercado puede pagar, es decir, que me pagan lo que merezco. Bien, ¿con qué sistemas sustituiría al capitalismo?*

Shei: *(silencio) Nosotros... Yo... No lo sustituiría por ningún sistema. Yo haría el sistema más justo.*

Will: *Aprobando las leyes...*

Shei: *Sí*

Will: *El congreso hace eso...*

Shei: *Sí*

Will: *la regulación del sistema bancario es lo que más temen los bancos, ¿verdad?*

Shei: *Sí*

Will: *Si un congresista o senador, o el presidente del Comité de Servicios Financiero del Congreso o el presidente del Congreso quisieran oír sus demandas, ¿con quién tendrían que reunirse?*

Shei: *No queremos ninguna reunión*

Will: *No podrían reunirse con nadie, ¿verdad? Y tengo ciertas sobre un movimiento sin líder en el que se oigan todas las voces...*

Shei: *No se trata de eso... Queremos que todos vean Ocupa Wall Street y se hagan la pregunta, ¿por qué pasa esto?*

Will: *Creo que eso ya está hecho. Pero, ¿qué pasa cuando la gente se lo pregunta?*

Shei: *Que cambia espero...*

Will: *¿Cómo?*

Shei: *Del mismo modo que siempre se ha cambiado*

Will: *¿Cuál es su previsión sobre el final de esto?*

Shei: *Espero que no acabe*

Will: *¿Que no acabe?*

Shei: *¡Eso es!*

Will: *Aunque metan a los banqueros entre rejas, se regule la financiación de los partidos, consigan una mayor igualdad social y repartan el dinero entre todos... ¿Seguirán durmiendo en el Parque Zuccotti?*

Shei: *Como el resto de medios creo que no se lo toma en serio.*

Will: *¿Podría ser porque no son serios?*

Cap. 4 - Consecuencias accidentales

2.6.5 EL PERIODISTA I ELS CONFLICTES ARMATS: ÀFRICA

Dins *The Newsroom* són molts els capítols que es dediquen a les relacions personals entre els protagonistes. En aquest cas, es centra en la periodista Maggie Jordan.

La història, encara que no sigui un tema relacionat amb l'actualitat i no creï tanta controvèrsia com els anteriors, és un relat molt interessant ha destacar, ja que és un reflex del que pot succeir quan es cobreixen certs conflictes.

Els tres capítols en els que es desenvolupa la temàtica són un retrocés que ens porta a viure l'experiència de Maggie des del primer dia fins que torna a la redacció i tota la seva vida dóna un tomb.

Àfrica és, doncs, el nom que porta aquesta temàtica i el continent en el que es desenvolupa, concretament, en el districte de Nakapiripirit en Karamoja (Uganda).

Rebecca: *Jim Harper bajo juramento va a testificar sobre su estado mental. ¿Quiere preguntarle algo?*

Maggie: *La verdad, no hay nada que preguntar. Fue perturbador no quiero minimizarlo, pero...*

Rebecca: *¿La mandaron al médico?*

Maggie: *Recursos humanos...*

Rebecca: *¿Un psiquiatra?*

Maggie: *Sí. Y estoy bien. El médico me recetó Paxil, pero no lo tomo*

Rebecca: *¿Ah, no?*

Maggie: *No*

Rebecca: *¿Un psiquiatra la examinó y le recetó un fuerte psicotrópico que no se toma?*

Maggie: *No lo necesito*

Rebecca: *Dios. Maggie... ¡Es una respuesta terrible!*

Maggie Jordan i Rebecca Halliday – Cap. 4 – Consecuencias accidentales

2.6.6 EL SECRET PROFESSIONAL: DESACATAMENT

Aquest es postula com un dels temes cabdals dins de la tercera i última temporada de la sèrie. Amb aquesta temàtica trobem que es desenvolupa una mena de connexió amb els protagonistes que no ha existit en les anteriors. És a dir, podem començar a veure a un Will McAvoy, a través de *flashbacks* al passat que realitza el guió, que es preocupa pels seus editors i, on les relacions personals traspassen els límits del merament professional.

En aquest cas, es destapen unes informacions que descobreix Neal Sampat i que fa saber als seus superiors. Un cop es filtra que tenen aquestes informacions, la policia tracta d'empresonar al periodista. Però, els fets donen un gran canvi quan és el propi Will el que s'autoinculpa i, en contra del que ell pensava, es empresonat.

Segons el que ocorre als diferents capítols que componen la problemàtica, trobem que existeix una apel·lació al secret professional, on Will es nega a revelar la seva font. Això li comporta una sèrie de controvèrsies amb la justícia que, finalment, dictamina que ha d'ingressar a la presó.

Advocat: *Lo que creo es que iba justo a esto. Lo que creo es que para proteger a Neal, para ser un héroe o ambas cosas a concebido esto para que Neal fuese exonerada y usted tuviera el protagonismo. Pero se olvidó usted de una cosa. Este recibo. ¿Quién es la fuente Will? Nadie sabrá que usted lo delató. Nadie sabrá que fue usted.*

Will: *¿Sabe una cosa señor Lassental? Esto se le da mal.*

Advocat: *¿Ah sí?*

Will: *Llega aquí como Bryan Denaji. Se pone al otro lado de la mesa porque es una especie de jedai como le enseñaron en un seminario de tres días en Hilton Hill. Yo era el más apto para cooperar. Los agentes le habrán informado. Es la señal que yo le enviaba. Pero, insulta a nuestra abogada, insulta a mi productora, que resulta que es mi prometida como usted sabrá e insulta a Charlie Skinner. Algo que su gente pudo decirle que no nos iba a gustar. Amenaza con arruinarnos y que la operación de relaciones públicas que mató a 38 personas, convierta en Neal en un radical. Sí, moví las piezas para que acabaran así, salvo que Neal en teoría está en un motelucho Bayón, Nueva Jersey y no en Sudamérica. Y lo hice porque no me cabida la menor duda de que machacaría a Neal hasta que rebelara la Fuente. Lo cual no pasaría. Los asombrosos excesos de su gobierno no llegaran a meter en la cárcel a una estrella televisiva por desacato. La ha pifiado. Y ya no puedo ayudarle más. Eso es todo.*

Sappiro: *Señor McAvoy es una citación para que testifique ante un gran jurado en el uno de la Plaza de Saint Andrew el diecinueve de abril a las diez de la mañana.*

Will: *¿Es posible que no sea una estrella de la televisión tan grande como creía?*

Temporada III- Capítulo 3 – Justicia plena

CAPÍTOL III. GRÀFIQUES DE LA INVESTIGACIÓ DE CAMP

3.1 TAULES REPRESENTATIVES DE LES VARIABLES ÈTIQUES PER TEMÀTIQUES

3.1.1 MOVIMENTS POLÍTICS: TEA PARTY

Capítol 5 – Amén

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal			X
Voluntat d'autoregulació informativa			X
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet			X
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu			X
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals			X
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà			X
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà			X
S'evita l'acceptació de pressions o favors	X		
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural		X	
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional			X
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa	X		
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 16. Llistat de variables totals. *Capítol 5 Tea Party. Temporada 1.* **Font:** elaboració pròpia

Capítol 6 - Abusones

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal			X
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	X		
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals			X
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà			X
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà		X	
S'evita l'acceptació de pressions o favors	X		
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional			X
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complet accés a la comprensió del que passa	X		
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del críticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 17. Llistat de variables totals. *Capítol 6. Tea Party. Temporada 1.* **Font:** elaboració pròpia**Capítol 8 - El apagón Parte 1: Carroñeros**

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	X		
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà			X
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà		X	
S'evita l'acceptació de pressions o favors	X		
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural			X
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies			X
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies			X
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complet accés a la comprensió del que passa	X		
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del críticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 18. Llistat de variables totals. *Capítol 8. Tea Party. Temporada 1.***Font:** elaboració pròpia

Capítol 9 – El apagón Parte 2: Simulacro de Debate

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat		X	
Preservació de la llibertat personal		X	
Voluntat d'autoregulació informativa		X	
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet			X
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció		X	
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà			X
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà		X	
S'evita l'acceptació de pressions o favors	X		
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural			X
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies		X	
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies		X	
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets		X	
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa	X		
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme			X
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 19. Llistat de variables totals. Capítol 9. Tea Party. Temporada 1. Font: elaboració pròpia

Capítol 10 – El más tonto

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	X		
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà		X	
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors	X		
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa	X		
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 20. Llistat de variables totals. Capítol 10 Tea Party. Temporada 1.

Font: elaboració pròpia

TOTAL TEMPORADA I

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	6	0	0
Actuació en benefici de la societat	5	0	1
Preservació de la llibertat personal	3	0	3
Voluntat d'autoregulació informativa	4	1	1
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	6	0	0
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	5	0	1
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	3	0	3
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	6	0	0
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	5	0	1
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	3	0	3
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	5	1	0
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	0	2	4
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	6	0	0
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	2	3	1
S'evita l'acceptació de pressions o favors	6	0	0
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	2	2	2
Separació de la informació rigorosa del rumor	6	0	0
Contrast d'informacions i fonts	6	0	0
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	3	1	2
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	3	1	2
Apologia al secret professional	4	0	2
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	5	1	0
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	6	0	0
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	6	0	0
Oferiment d'un complet accés a la comprensió del que passa	6	0	0
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	6	0	0
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	6	0	0
Foment del criticisme i el pluralisme	5	1	0
Actuació amb consciència periodística	6	0	0
Els periodistes responen davant dels seus superiors	6	0	0
	141	13	26
TOTAL DE VEGADES QUE PODEN APAREIXER LES VARIABLES		180	
TANT PER CENT QUE SUPOSEN DEL TOTAL	78,33%	7,22%	14,44%

Taula 21. Llistat de variables totals. *Tea Party. Temporada 1.* **Font:** elaboració pròpia

Temporada II - Capítol 1 – Lo primero, matemos a los abogados

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat			X
Preservació de la llibertat personal			X
Voluntat d'autoregulació informativa			X
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	X		
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu			X
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals			X
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció			X
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors		X	
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor		X	
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies			X
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies			X
Apologia al secret professional			X
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat			X
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa			X
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme			X
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 22. Llistat de variables totals. Capítol 1. *Tea Party*. Temporada 2. **Font:** elaboració pròpia**Capítol 2 – El soplo de Génova**

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet			X
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust			X
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu			X
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals			X
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors	X		
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural			X
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies			X
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies			X
Apologia al secret professional			X
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat			X
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa			X
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic			X
Foment del criticisme i el pluralisme			X
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 23. Llistat de variables totals. Capítol 2. *Tea Party*. Temporada 2.**Font:** elaboració pròpia

Capítol 3 – Willie Pete

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	X		
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu			X
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals			X
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció		X	
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors		X	
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural			X
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies			X
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies			X
Apologia al secret professional			X
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat			X
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat			X
Oferiment d'un complet accés a la comprensió del que passa		X	
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme			X
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 24. Llistat de variables totals. Capítol 3. *Tea Party. Temporada 2.* Font: elaboració pròpia

Capítol 5 – Noticias noche con Will McAvoy

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	X		
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu			X
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals			X
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció		X	
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors		X	
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural			X
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies			X
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies			X
Apologia al secret professional			X
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat			X
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat			X
Oferiment d'un complet accés a la comprensió del que passa		X	
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme			X
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 25. Llistat de variables totals. Capítol 5. *Tea Party. Temporada 2.*

Font: elaboració pròpia

Capítol 8 – Noche electoral: Parte 1

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet			X
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció			X
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà			X
S'evita l'acceptació de pressions o favors	X		
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural			X
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat			X
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa	X		
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 26. Llistat de variables totals. Capítol 8. *Tea Party. Temporada 2.* Font: elaboració pròpia**Capítol 9 – Noche electoral: Parte 2**

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	X		
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors	X		
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural			X
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa	X		
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 27. Llistat de variables totals. Capítol 9. *Tea Party. Temporada 2.*

Font: elaboració pròpia

TOTAL TEMPORADA II

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	6	0	0
Actuació en benefici de la societat	5	0	1
Preservació de la llibertat personal	5	0	1
Voluntat d'autoregulació informativa	5	0	1
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	6	0	0
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	6	0	0
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	4	0	2
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	5	0	1
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	2	0	4
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	2	0	4
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	2	2	2
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	6	0	0
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	6	0	0
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	5	0	1
S'evita l'acceptació de pressions o favors	2	2	2
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	2	0	4
Separació de la informació rigorosa del rumor	6	0	0
Contrast d'informacions i fonts	6	0	0
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	2	0	4
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	2	0	4
Apologia al secret professional	2	0	4
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	6	0	0
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	2	0	4
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	2	0	4
Oferiment d'un complet accés a la comprensió del que passa	2	2	2
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	6	0	0
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	5	0	1
Foment del criticisme i el pluralisme	2	0	4
Actuació amb consciència periodística	6	0	0
Els periodistes responen davant dels seus superiors	6	0	0
TOTAL	124	6	50
TOTAL DE VEGADES QUE PODEN APAREIXER LES VARIABLES		180	
TANT PER CENT QUE SUPOSEN DEL TOTAL	68,88%	3,33%	27,77%

Taula 28. Llistat de variables totals. *Tea Party. Temporada 2.* **Font:** elaboració pròpia

3.1.2 CONFLICTES VIOLENTS: TERRORISME – Temporada I

– Capítol 4 – *Intentaré ser tu celestina*

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	X		
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors	X		
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa	X		
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 29. Llistat de variables totals. Capítol 4. *Terrorisme. Temporada 1*. Font: elaboració pròpiaCapítol 7 - *01 de mayo de 2011*

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	X		
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors	X		
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural			X
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa	X		
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 30. Llistat de variables totals. Capítol 7. *Terrorisme. Temporada 1*

Font: elaboració pròpia

TOTAL TEMPORADA I

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	2	0	0
Actuació en benefici de la societat	2	0	0
Preservació de la llibertat personal	2	0	0
Voluntat d'autoregulació informativa	2	0	0
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	2	0	0
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	2	0	0
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	2	0	0
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	2	0	0
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	2	0	0
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	2	0	0
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	2	0	0
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	2	0	0
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	2	0	0
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	2	0	0
S'evita l'acceptació de pressions o favors	2	0	0
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	1	0	1
Separació de la informació rigorosa del rumor	2	0	0
Contrast d'informacions i fonts	2	0	0
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	2	0	0
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	2	0	0
Apologia al secret professional	2	0	0
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	2	0	0
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	2	0	0
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	2	0	0
Oferiment d'un complet accés a la comprensió del que passa	2	0	0
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	2	0	0
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	2	0	0
Foment del criticisme i el pluralisme	2	0	0
Actuació amb consciència periodística	2	0	0
Els periodistes responen davant dels seus superiors	2	0	0
TOTAL	59	0	1
TOTAL DE VEGADES QUE PODEN APAREIXER LES VARIABLES		60	
TANT PER CENT QUE SUPOSEN DEL TOTAL	98,33%	0,00%	1,66%

Taula 31. Llistat de variables totals. *Terrorisme. Temporada 1.* Font: elaboració pròpia

Temporada II – Capítol 1 – *Lo primero, matemos a los abogados*

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	X		
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors	X		
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional			X
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa	X		
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 32. Llistat de variables totals. Capítol 1. *Terrorisme. Temporada 2.* Font: elaboració pròpia**Capítol 2 – *El sopro de Génova***

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal			X
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet			X
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors			X
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa	X		
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic			X
Foment del criticisme i el pluralisme			X
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 33. Llistat de variables totals. Capítol 2. *Terrorisme. Temporada 2.*

Font: elaboració pròpia

TOTAL TEMPORADA II

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	2	0	0
Actuació en benefici de la societat	2	0	0
Preservació de la llibertat personal	1	0	1
Voluntat d'autoregulació informativa	2	0	0
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	2	0	0
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	2	0	0
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	1	0	1
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	2	0	0
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	2	0	0
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	2	0	0
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	2	0	0
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	2	0	0
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	2	0	0
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	2	0	0
S'evita l'acceptació de pressions o favors	1	0	1
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	2	0	0
Separació de la informació rigorosa del rumor	2	0	0
Contrast d'informacions i fonts	2	0	0
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	2	0	0
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	2	0	0
Apologia al secret professional	1	0	1
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	2	0	0
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	2	0	0
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	2	0	0
Oferiment d'un complet accés a la comprensió del que passa	2	0	0
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	2	0	0
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	1	0	1
Foment del criticisme i el pluralisme	1	0	1
Actuació amb consciència periodística	2	0	0
Els periodistes responen davant dels seus superiors	2	0	0
TOTAL	54	0	6
TOTAL DE VEGADES QUE PODEN APAREIXER LES VARIABLES		60	
TANT PER CENT QUE SUPOSEN DEL TOTAL	90%	0%	10%

Taula 34. Llistat de variables totals. *Terrorisme. Temporada 2.* Font: elaboració pròpia

3.1.3 DOCUMENTS CLASSIFICATS: L'OPERACIÓ GÈNOVA

– Capítol 2 – *El soplo de Génova*

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet			X
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust			X
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu			X
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals			X
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció			X
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà		X	
S'evita l'acceptació de pressions o favors			X
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat			X
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa	X		
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic			X
Foment del criticisme i el pluralisme			X
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 35. Llistat de variables totals. Capítol 2. *Génova. Temporada 2.* Font: elaboració pròpiaCapítol 3 – *Willie Pete*

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat			X
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	X		
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció			X
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà		X	
S'evita l'acceptació de pressions o favors		X	
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat			X
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa		X	
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic			X
Foment del criticisme i el pluralisme	X		X
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 36. Llistat de variables totals. Capítol 3. *Génova. Temporada 2.*

Font: elaboració pròpia

Capítol 4 – Consecuencias accidentales

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet			X
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals			X
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció			X
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà		X	
S'evita l'acceptació de pressions o favors	X		
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat			X
Oferiment d'un complet accés a la comprensió del que passa			X
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic			X
Foment del criticisme i el pluralisme			X
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 37. Llistat de variables totals. Capítol 4. *Gènova. Temporada 2.* Font: elaboració pròpia

Capítol 5 – Noticias noche con Will McAvoy

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet			X
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu			X
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals			X
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors	X		
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural			X
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat			X
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat			X
Oferiment d'un complet accés a la comprensió del que passa		X	
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic			X
Foment del criticisme i el pluralisme			X
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 38. Llistat de variables totals. Capítol 5. *Gènova. Temporada 2.*

Font: elaboració pròpia

Capítol 6 – Un paso más

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	X		
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals			X
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors			X
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat			X
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa			X
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic			X
Foment del criticisme i el pluralisme			X
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 39. Llistat de variables totals. Capítol 6. *Gènova. Temporada 2.* Font: elaboració pròpia**Capítol 7 – Equipo rojo III**

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal			X
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	X		
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció			X
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors		X	
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor		X	
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies			X
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies			X
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets		X	
Oferiment d'una imatge representativa de la societat		X	
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa		X	
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 40. Llistat de variables totals. Capítol 7. *Gènova. Temporada 2.*

Font: elaboració pròpia

Capítol 8 – Noche electoral: Parte 1

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat			X
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa			X
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet			X
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust			X
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu			X
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció			X
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà			X
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors		X	
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor			X
Contrast d'informacions i fonts			X
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies			X
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies			X
Apologia al secret professional			X
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa		X	
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme			X
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 41. Llistat de variables totals. Capítol 8. *Gènova*. Temporada 2. **Font:** elaboració pròpia**Capítol 9 – Noche electoral: Parte 2**

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	X		
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors	X		
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional			X
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa	X		
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme			X
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 42. Llistat de variables totals. Capítol 9. *Gènova*. Temporada 2.**Font:** elaboració pròpia

TOTAL TEMPORADA II

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	8	0	0
Actuació en benefici de la societat	6	0	2
Preservació de la llibertat personal	7	0	1
Voluntat d'autoregulació informativa	7	0	1
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	8	0	0
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	8	0	0
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	4	0	4
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	6	0	2
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	5	0	3
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	4	0	4
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	3	0	5
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	8	0	0
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	8	0	0
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	5	2	1
S'evita l'acceptació de pressions o favors	3	3	2
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	7	0	1
Separació de la informació rigorosa del rumor	6	1	1
Contrast d'informacions i fonts	7	0	1
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	6	0	2
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	6	0	2
Apologia al secret professional	6	0	2
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	7	1	0
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	2	0	5
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	5	2	3
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa	2	4	2
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	8	0	0
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	3	0	5
Foment del criticisme i el pluralisme	3	0	5
Actuació amb consciència periodística	8	0	0
Els periodistes responen davant dels seus superiors	8	0	0
	174	13	54
TOTAL DE VEGADES QUE PODEN APAREIXER LES VARIABLES			241
TANT PER CENT QUE SUPOSEN DEL TOTAL	73%	5,41%	22,50%

Taula 43. Llistat de variables totals. *Gènova*. Temporada 2.**Font:** elaboració pròpia

3.1.4 MOVIMENTS SOCIALS: OCUPPY WALL STREET- *El soplo de Génova*

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	X		
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu			X
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció			X
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors			X
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional			X
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa	X		
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 44. Llistat de variables totals. Capítol 2. *Occupy Wall Street*. Temporada 2. **Font:** elaboració pròpia

– **Capítol 3 - Willie Pete**

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	X		
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors	X		
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural		X	
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa	X		
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 45. Llistat de variables totals. Capítol 3. *Occupy Wall Street*. Temporada 2.

Font: elaboració pròpia

Capítol 4 – Consecuencias accidentales

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest		X	
Actuació en benefici de la societat		X	
Preservació de la llibertat personal			X
Voluntat d'autoregulació informativa		X	
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies		X	
Voluntat de proveir informació veraç i verificada		X	
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet		X	
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors		X	
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural		X	
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies		X	
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies		X	
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets		X	
Oferiment d'una imatge representativa de la societat		X	
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat			X
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa		X	
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme			X
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 46. Llistat de variables totals. Capítol 4. *Occupy Wall Street*. Temporada 2. **Font:** elaboració pròpia

TOTAL TEMPORADA II

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	2	1	0
Actuació en benefici de la societat	2	1	0
Preservació de la llibertat personal	2	0	1
Voluntat d'autoregulació informativa	2	1	0
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	2	1	0
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	2	1	0
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	2	1	0
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	3	0	0
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	2	0	1
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	3	0	0
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	2	0	1
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	3	0	0
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	3	0	0
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	3	0	0
S'evita l'acceptació de pressions o favors	1	1	1
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	1	2	0
Separació de la informació rigorosa del rumor	3	0	0
Contrast d'informacions i fonts	3	0	0
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	2	1	0
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	2	1	0
Apologia al secret professional	2	0	1
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	2	1	0
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	2	1	0
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	2	0	1
Oferiment d'un complet accés a la comprensió del que passa	2	1	0
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	3	0	0
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	3	0	0
Foment del criticisme i el pluralisme	2	0	1
Actuació amb consciència periodística	3	0	0
Els periodistes responen davant dels seus superiors	3	0	0
	69	14	7
TOTAL DE VEGADES QUE PODEN APAREIXER LES VARIABLES			90
TANT PER CENT QUE SUPOSEN DEL TOTAL	77%	15,55%	7,77%

Taula 47. Llistat de variables totals. *Occupy Wall Street*. Temporada 2.**Font:** elaboració pròpia

3.1.5 EL PERIODISTA I ELS CONFLICTES ARMATS: ÀFRICA – Temp.II

Capítol 2 – *El soplo de Génova*

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet			X
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu			X
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors			X
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional			X
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa	X		
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic			X
Foment del criticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 48. Llistat de variables totals. Capítol 2. Àfrica. Temporada 2. Font: elaboració pròpia

Capítol 3 – *Willie Pete*

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet			X
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu			X
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors			X
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional			X
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa	X		
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic			X
Foment del criticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 49. Llistat de variables totals. Capítol 3. Àfrica. Temporada 2.

Font: elaboració pròpia

Capítol 4 – Consecuencias accidentales

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet			X
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu			X
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors			X
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional			X
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	X		
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	X		
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa	X		
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic			X
Foment del criticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 50. Llistat de variables totals. Capítol 4. *Àfrica*. Temporada 2. **Font:** elaboració pròpia

TOTAL TEMPORADA II

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	3	0	0
Actuació en benefici de la societat	3	0	0
Preservació de la llibertat personal	3	0	0
Voluntat d'autoregulació informativa	3	0	0
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	3	0	0
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	3	0	0
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	0	0	3
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	3	0	0
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	0	0	3
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	3	0	0
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	3	0	0
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	3	0	0
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	3	0	0
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	3	0	0
S'evita l'acceptació de pressions o favors	0	0	3
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	3	0	0
Separació de la informació rigorosa del rumor	3	0	0
Contrast d'informacions i fonts	3	0	0
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	3	0	0
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	3	0	0
Apologia al secret professional	0	0	3
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	3	0	0
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	3	0	0
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	3	0	0
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa	3	0	0
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	3	0	0
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	0	0	3
Foment del criticisme i el pluralisme	3	0	0
Actuació amb consciència periodística	3	0	0
Els periodistes responen davant dels seus superiors	3	0	0
	75	0	15
TOTAL DE VEGADES QUE PODEN APAREIXER LES VARIABLES			90
TANT PER CENT QUE SUPOSEN DEL TOTAL	83%	0,00%	16,66%

Taula 51. Llistat de variables totals. *Àfrica*. Temporada 2.**Font:** elaboració pròpia

3.1.6 EL SECRET PROFESSIONAL: DESACATAMENT Temp. III C2 - Run

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat			X
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies			X
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet			X
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust			X
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors		X	
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat			X
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat			X
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa			X
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 52. Llistat de variables totals. Capítol 2. Desacatament. Temporada 3. Font: elaboració pròpia

Capítol 3 - Justícia plena

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat			X
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	X		
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust			X
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors	X		
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural			X
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat			X
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat			X
Oferiment d'un complert accés a la comprensió del que passa		X	
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 53. Llistat de variables totals. Capítol 3. Desacatament. Temporada 3.

Font: elaboració pròpia

Capítol 4 - Desacato

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	X		
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu			X
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors	X		
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural			X
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat			X
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat			X
Oferiment d'un complet accés a la comprensió del que passa			
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 54. Llistat de variables totals. Capítol 4. *Desacatament*. Temporada 3. **Font:** elaboració pròpia**Capítol 5 – Oh Shenandoah**

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	X		
Actuació en benefici de la societat	X		
Preservació de la llibertat personal	X		
Voluntat d'autoregulació informativa	X		
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	X		
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	X		
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet			X
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	X		
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	X		
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	X		
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	X		
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	X		
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	X		
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	X		
S'evita l'acceptació de pressions o favors	X		
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	X		
Separació de la informació rigorosa del rumor	X		
Contrast d'informacions i fonts	X		
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	X		
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	X		
Apologia al secret professional	X		
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	X		
Oferiment d'una imatge representativa de la societat			X
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat			X
Oferiment d'un complet accés a la comprensió del que passa			X
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	X		
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	X		
Foment del criticisme i el pluralisme	X		
Actuació amb consciència periodística	X		
Els periodistes responen davant dels seus superiors	X		

Taula 55. Llistat de variables totals. Capítol 5. *Desacatament*. Temporada 3.**Font:** elaboració pròpia

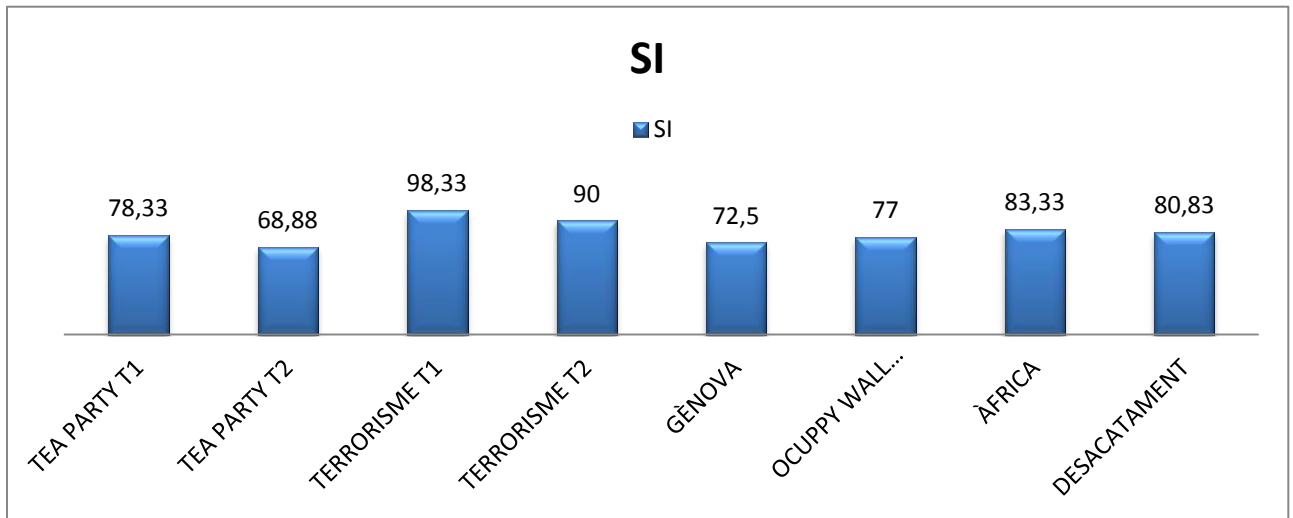
TOTAL TEMPORADA III

ÈTICA	SI	NO	NO S'OBSERVA
Exercici honest	4	0	0
Actuació en benefici de la societat	2	0	2
Preservació de la llibertat personal	4	0	0
Voluntat d'autoregulació informativa	4	0	0
Èmfasi en la integritat, la veritat i l'objectivitat en la redacció i difusió de les notícies	3	0	1
Voluntat de proveir informació veraç i verificada	4	0	0
Voluntat de donar totes les versions d'un mateix fet	2	0	2
Denúncia del tractament informatiu fraudulent i injust	2	0	2
Existència de normes internes pel correcte ús del llenguatge informatiu	3	0	1
Existència de drets i deures que assisteixen als professionals	4	0	0
Garantia de la independència dels professionals dins la redacció	4	0	0
Seguiment d'una línia editorial fidel a la ideologia del mitjà	4	0	0
Existència de vies de comunicació entre la redacció i el mitjà	4	0	0
Els superiors tenen accés a tota la informació que dona el mitjà	4	0	0
S'evita l'acceptació de pressions o favors	3	1	0
No discriminació per ideològica, sexe, raça, procedència social o cultural	2	0	2
Separació de la informació rigorosa del rumor	4	0	0
Contrast d'informacions i fonts	4	0	0
Respecte a la intimitat dels protagonistes de les notícies	4	0	0
Respecte a l'honor dels protagonistes de les notícies	4	0	0
Apologia al secret professional	4	0	0
Narració vertadera i intel·ligent dels fets	4	0	0
Oferiment d'una imatge representativa de la societat	0	0	4
Presentació i clarificació de les metes i els valors de la societat	0	0	4
Oferiment d'un complet accés a la comprensió del que passa	0	1	3
Assumpció de responsabilitats i actuació amb conseqüència	4	0	0
Reconeixement de la responsabilitat davant del públic	4	0	0
Foment del criticisme i el pluralisme	4	0	0
Actuació amb consciència periodística	4	0	0
Els periodistes responen davant dels seus superiors	4	0	0
TOTAL	97	2	21
TOTAL DE VEGADES QUE PODEN APAREIXER LES VARIABLES		120	
TANT PER CENT QUE SUPOSEN DEL TOTAL	80,83%	1,66%	17,50%

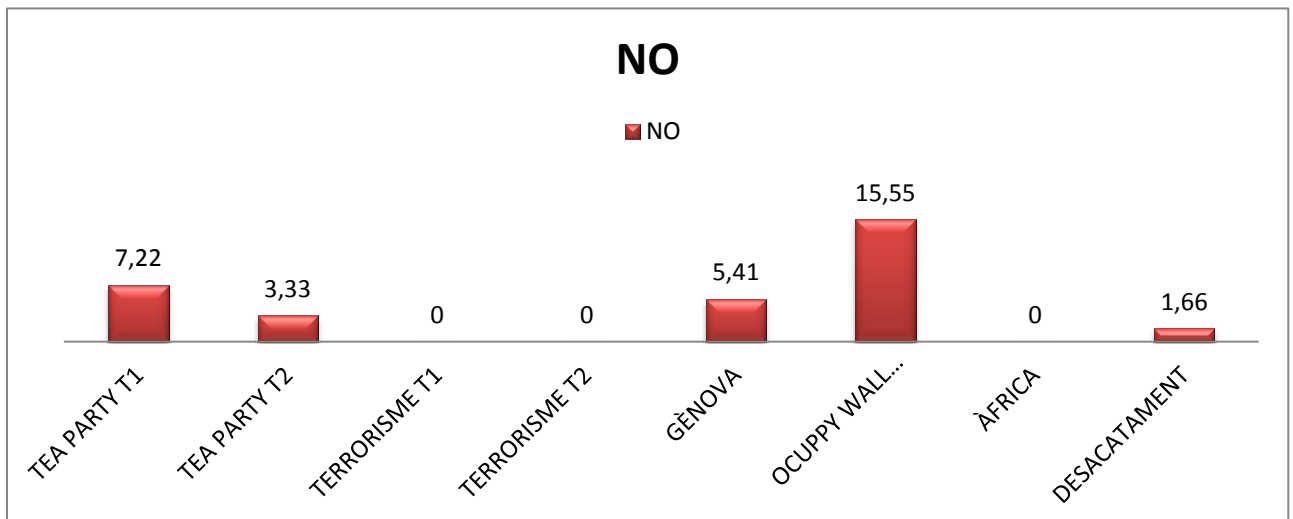
Taula 56. Llistat de variables totals. Capítol 3. *Desacatament*. Temporada 3.**Font:** elaboració pròpia

3.2 TOTAL VARIABLES ÈTIQUES REPRESENTADES

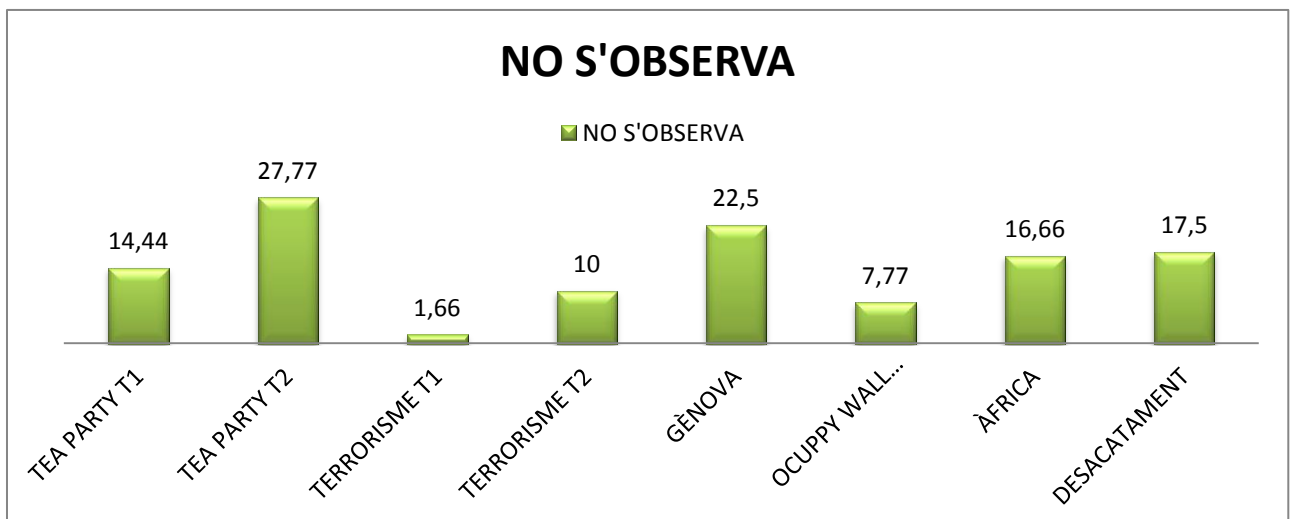
3.1.1 VARIABLES ÈTIQUES REPRESENTADES PER TEMÀTIQUES



Gràfica 18. Total variables ètiques representades per temàtiques. Variable Sí. **Font:** elaboració pròpia



Gràfica 19. Total variables ètiques representades per temàtiques. Variable No. **Font:** elaboració pròpia



Gràfica 20. Total variables ètiques representades per temàtiques. Variable No s'observa. **Font:** elaboració pròpia

3.2.2 VARIABLES ÈTIQUES REPRESENTADES PER TEMPORADES

	TEMPORADA 1	TEMPORADA 2	TEMPORADA 3	SI
TEA PARTY	78,33%	68,88%		73,61%
TERRORISME	98,33%	90,00%		94,17%
GÈNOVA		72,50%		72,20%
OCCUPY WALL STREET		77,00%		76,67%
ÀFRICA		83,33%		83,33%
DESACATAMENT			80,83%	80,83%
TOTAL VARIABLES ÈTIQUES REPRESENTADES	80,14%³⁶			

Taula 57. Total variables ètiques representades per temporades. **Font:** elaboració pròpia

	TEMPORADA 1	TEMPORADA 2	TEMPORADA 3	NO
TEA PARTY	7,22%	7,33%		7,27%
TERRORISME	0,00%	0,00%		0,00%
GÈNOVA		5,41%		5,41%
OCCUPY WALL STREET		15,55%		15,55%
ÀFRICA		0,00%		0,00%
DESACATAMENT			1,66%	1,66%
TOTAL VARIABLES ÈTIQUES REPRESENTADES	4,98%			

Taula 58. Total variables ètiques no representades per temporades. **Font:** elaboració pròpia

	TEMPORADA 1	TEMPORADA 2	TEMPORADA 3	SI	NO
TEA PARTY	78,33%	68,88%		73,61%	7,27%
TERRORISME	98,33%	90,00%		94,17%	0,00%
GÈNOVA		72,50%		72,20%	5,41%
OCCUPY WALL STREET		77,00%		76,67%	15,55%
ÀFRICA		83,33%		83,33%	0,00%
DESACATAMENT			80,83%	80,83%	1,66%
TOTAL VARIABLES ÈTIQUES REPRESENTADES	85,12%³⁷				

Taula 59. Total variables ètiques representades per temporades. Variable Si i No. **Font:** elaboració pròpia

³⁶ Aquest percentatge es necessita per determinar en quin tant per cent la sèrie és ètica.

³⁷ Aquest percentatge és necessita per determinar en quin tant per cent la representació de l'ètica periodística depèn de la temàtica

	TEMPORADA 1	TEMPORADA 2	TEMPORADA 3	NO S'OBSERVA
TEA PARTY	14,44%	27,77%		21,11%
TERRORISME	1,66%	10,00%		5,83%
GÈNOVA		22,50%		22,50%
OCCUPY WALL STREET		7,77%		7,77%
ÀFRICA		16,66%		16,66%
DESACATAMENT			17,50%	17,50%
TOTAL VARIABLES ÈTIQUES REPRESENTADES	15,23%³⁸			

Taula 60. Total variables ètiques representades per temporades. Variable No s'observa. **Font:** elaboració pròpia

³⁸ Aquest percentatge és necessita per determinar en quin tant per cent la representació de l'ètica periodística depèn d'un altre factor que no és la temàtica