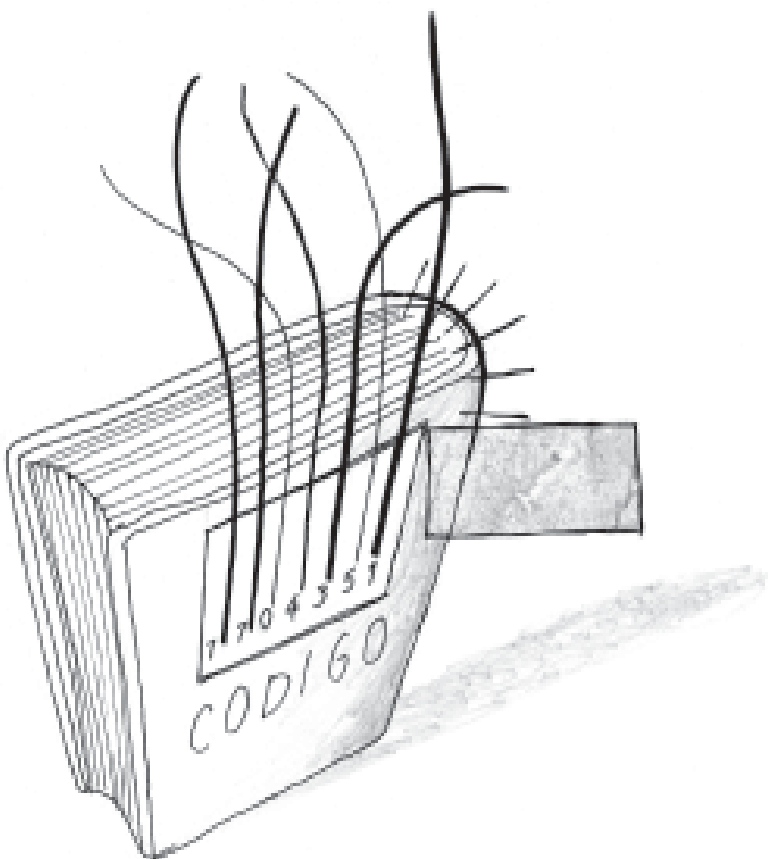


Mecanismos para garantizar la aplicación de un código de ética en el periodismo electrónico

Resumen



Es innegable la importancia que ha cobrado Internet en la última década. Los periodistas no son ajenos a esta realidad: Internet es fuente y es medio. Es necesario saber discernir entre lo que es periodismo digital y lo que no lo es. El periodismo electrónico sigue en construcción y un elemento infaltable es la ética. Trabajo final presentado en el curso de Ética Profesional, de la Especialización en Periodismo Electrónico.

Por Adriana Vega

Una mezcla de sentimientos que se mueven entre la fascinación por lo nuevo y el temor a lo desconocido embarga a los periodistas de medios tradicionales, ante la idea de acercarse a Internet como nuevo medio y como gran fuente de información.

El temor aumenta, por ejemplo, cuando se escuchan las anécdotas sobre los errores que comete algún periodista en cualquier parte del mundo, al utilizar a Internet como fuente. Hay un hecho innegable: los periodistas están inventando la 'receta' del buen periodismo electrónico o digital en su trabajo diario, y en el camino son varias las que se han quemado en el horno.

A partir de la reflexión académica sobre los criterios de calidad periodística en Internet y los principales riesgos en el ejercicio del periodismo en la red, siempre aparece ese 'detallito' que nunca le podrá faltar a la 'receta': la ética.

Lo mejor de todo, es que al revisar el debate que se ha dado en los últimos años alrededor de la calidad y la aplicación de la ética al periodismo electrónico nos encontramos que ya se pueden identificar algunos elementos que podríamos denominar 'Mecanismos para garantizar la aplicación de un código de ética en el periodismo electrónico'. Estos últimos son el objeto central de este ensayo.

En internet no todo es periodismo

¿Cuál debe ser el primer factor diferenciador del periodismo digital y los demás contenidos de Internet? es la ética.

Según Josep María Casasús (1), catedrático de Periodismo de la Universidad Pompeu Fabra, de Barcelona, y defensor del lector de La Vanguardia, en su texto 'Perspectiva ética del periodismo electrónico', afirma: "La función del periodismo en Internet es velar por la ética integral de las actividades comunicativas dentro del espacio virtual. El compromiso ético, en un sentido amplio, de raíces aristotélicas (ética del mensaje y ética de los emisores)", dice Casasús.

El autor invita a reflexionar sobre tres dimensiones de una ética integral del periodismo digital:

- La ética del acceso a la red.

- La ética de la recepción digital.
- La ética de la función periodística en la era digital.

Estas tres dimensiones ponen sobre la mesa otro elemento de análisis: la necesidad de conocimiento especializado para poder 'ejercer' la ética. ¿Acaso son distintos los periodistas convencionales de los electrónicos?

Rubén Darío Buitrón (2), editor general del diario *El Universo* de Guayaquil (Ecuador), en su ponencia 'Seis reflexiones sobre periodismo impreso y periodismo digital', dice que **ya es hora de acabar las diferencias, pues "no existe la oposición periodistas digitales vs. periodistas de prensa, no existe periodismo blanco vs. periodismo rojo, no existe periodismo occidental vs. periodismo oriental y no existe periodismo 'militante' vs. periodismo 'objetivo'.** Lo único que existe es periodismo bueno y periodismo malo. De este último hay mucho".

"Y ese periodismo bueno -o malo- se hizo en el pasado desde las duras teclas de una vieja máquina de escribir Remington o se hará en el futuro desde la más poderosa y veloz *laptop* de última generación y enorme capacidad de memoria", agrega Buitrón.

Al borde del abismo

Y aunque en esencia el periodismo siga siendo el mismo, lo que sí es innegable es la necesidad de desarrollar nuevas habilidades profesionales para poder ejercer con calidad y garantías éticas, pues son muchas las pruebas que hay que sortear ante las nuevas tecnologías.

Actualmente hay varias tendencias erradas y muy peligrosas, que podríamos calificar como mitos que debe derribar el periodista electrónico para garantizar un trabajo ético:

- Creer que Internet es un *play station*. Esto lleva a distorsionar, a virtualizar la realidad.
- Creer que la red no es de nadie y que todo se puede hacer.
- Creer que ninguna norma, ley ni regulación tiene que ver con Internet, que se puede pasar por

encima de todos los derechos de los demás. Por ejemplo, los derechos de autor son los más vulnerados en la red.

“Lo que sucede es que la difusión transnacional de los contenidos informativos, pone en juego múltiples apreciaciones éticas y legislaciones sobre el honor, la intimidad y el carácter público de las personas, pero la esencia de estos derechos no varía por el hecho de estar trabajando en un medio digital”, dice **Quim Gil** (3), periodista español y consultor del postrado de Periodismo Digital en la Universitat Oberta de Catalunya, en su texto ‘Ética y deontología periodística en la sociedad de la información’.

El periodista peruano Roberto Nicolás Silva Rodríguez (4), en su documento ‘Competitividad y ética’, al igual que otros autores, invita a la reflexión sobre los siguientes riesgos:

1. El exceso de material en el ciberespacio lleva a dejarse engañar sobre la autenticidad de algunos sitios:

Como se señaló en un informe del diario *The New York Times* ‘demasiado material en el ciberespacio es incorrecto o problemático en otras formas. Y si bien algunos sitios se identifican fácilmente como la obra de principiantes o defensores de alguna causa, la veracidad de muchos otros que al parecer son auténticos o profesionales pueden ser de difícil evaluación’.

2. Alguna información falsa se camufla en supuestas fuentes confiables pertenecientes a prestigiosas instituciones. Un caso grave de falta de verificación de las fuentes se registró el 26 de mayo de 1999, cuando miles de personas residentes en Lima abandonaron sus viviendas en la madrugada por la advertencia de un inminente terremoto, difundida por el correo electrónico. El mensaje fue el siguiente:

Desde:

Enviado el: 22-05-99 12:47

Para:

Asunto: Alerta

Amigos:

Una compañera del trabajo (que su hermana trabaja en el Senamhi) nos ha dicho que un japonés muy reconocido que trabaja en el

Instituto de Oceanografía y Sismología en Japón (el mismo que pronosticó el temblor de hace 10 días) ha pronosticado un terremoto en Lima para la madrugada de mañana martes (es decir entre hoy y mañana). El terremoto será alrededor de los 8 grados... él informó esto al gobierno para que tome las medidas del caso, pero el gobierno prefirió no darlo a conocer para evitar el pánico... Puede ser que se equivoque... pero nada perdemos estando preparados... Por favor reenvíen este mail a todas las personas que conozcan...

Según Silva Rodríguez, aunque el número de personas conectadas a Internet es bajo en Lima, quienes recibieron el mensaje comenzaron a difundirlo por otros medios. Esto obligó a algunas estaciones de radio a entrevistar en la madrugada del martes 26 a especialistas, quienes afirmaron que era imposible predecir un sismo, pero el temor continuó y miles amanecieron fuera de sus casas.

3. La creciente exigencia de difusión lo más pronto posible de las noticias, sin suficiente verificación de las fuentes, provoca informaciones falsas o erróneas: *The Drudge Report*, en agosto de 1997 difundió un rumor que acusaba al ayudante especial de la Casa Blanca, Sidney Blumenthal, de cometer atropellos contra su cónyuge, lo que resultó falso.

Si bien la publicación en línea se retractó 24 horas después de la acusación y pidió disculpas, Blumenthal demandó por difamación tanto a *Drudge* como a la empresa *America Online*, proveedora del servicio de conexión que necesita *The Drudge Report* para ingresar a Internet.

4. Es un error pensar que toda la información que se proporciona por Internet es verdadera. La ingenuidad llevó al periodista estadounidense Pierre Salinger a tomar como cierta la versión en línea en donde se establecía que el avión 800 de la *Trans World Airlines* (TWA), que explotó minutos después de partir de Nueva York en 1996 fue producto de un misil.

Esta también fue la causa para la publicación por parte de algunos medios de una fotografía, donde presuntamente aparecía la princesa Diana agonizante en el puente parisino de El Alma, lo que resultó falso.

5. El anonimato frecuente detrás de las informaciones en Internet es un motivo para dudar de la veracidad de los mensajes.

En conclusión, es evidente que el periodista debe prepararse con herramientas técnicas, profesionales y nuevas habilidades, para poder cumplir con sus deberes éticos de guía para los cibernautas hacia una información veraz, en el caos de Internet.

Son tales los riesgos que se corren en la *Web*, que los periodistas no son los únicos llamados a prepararse para enfrentar con profesionalismo estos retos: Silva Rodríguez señala que un sector especialmente vulnerable es el de las inversiones, donde se corren riesgos muy costosos. Frente al problema, la *National Association of Security Dealers* de Estados Unidos creó un programa educativo para instruir a los agentes de valores sobre la conveniencia o no de usar Internet como instrumento de obtención de información sobre los mercados. Cualquier dato en Internet debe ser considerado potencialmente peligroso.

Guy Riboreau (5), director del servicio de capacitación de Radio Francia Internacional, en su trabajo 'La deontología periodística frente a los cambios técnicos y la globalización' alude el famoso caso de un joven estadounidense de 23 años que envió por correo electrónico información falsa a los sitios *Web* dedicados a las transacciones financieras en la bolsa, su falsa nota informativa le permitió embolsarse 250,000 dólares.

Mecanismos que posibilitan la aplicación de la ética en el periodismo electrónico

1. Destrezas electrónicas

Como lo hemos venido reiterando, ya es una obligación que los periodistas de hoy se capaciten en el manejo de las nuevas tecnologías, para poder garantizarle a su audiencia el cumplimiento del principio de comprobación de la autenticidad de su información y de sus fuentes.

Riboreau señala las siguientes preguntas como grandes desafíos:

- ¿Qué credibilidad puede otorgarse a la información proveniente de los miles de sitios de la *Web*, o a través del correo electrónico?
- ¿Cómo puede saber un periodista que tal sonido o imagen, que se le propone en la red, no ha sido fabricado de manera artificial? Es tan fácil transformar y hasta crear una imagen con un programa gráfico, un sonido que dice lo contrario

de lo que un entrevistado ha declarado que ¿cómo saber si es auténtica o no la información recibida?

- Entonces, ¿cómo lo van a interpretar, a decodificar los profesionales de la información?
- ¿Cómo distinguir lo verdadero de lo falso, la realidad de una información de la propaganda o de la desinformación?
- ¿Cómo aprovechar sin riesgo de desinformar esta nueva y apasionante herramienta, sumándola a las tradicionalmente utilizadas por las redacciones?

Lizy Navarro Zamora (6), doctora en periodismo electrónico de la Universidad Complutense de Madrid (España) y docente de la Universidad San Luis de Potosí, en su texto 'Los periódicos *on line*: sus características, sus periodistas y sus lectores', parece dar la respuesta: es menester desarrollar habilidades para explorar Internet en todas sus posibilidades, pero también es urgente desarrollar habilidades y criterios para valorar la veracidad de las informaciones.

Los editores norteamericanos vienen mostrando la necesidad de contar ya con verdaderos especialistas en la investigación de información a través de las redes electrónicas, administración y manejo de bases de datos y análisis estadísticos. Si antes buena parte de la dificultad y del valor del trabajo periodístico bien hecho radicaba en la simple y dificultosa captación de información, a partir de ahora se va a primar el análisis profundo y acertado del periodista sobre las más diversas cuestiones puesto que el acceso a un volumen mucho más abultado de material informativo lo va a tener más fácil con ayuda de las redes electrónicas, dice Navarro Zamora.

2. Autorregulación

Internet es considerada un modelo de libertad, por lo tanto son muchos los defensores de la autorregulación en la ética, ajena a cualquier intervención externa. La investigadora mexicana Issa Luna Pla (7), en su trabajo 'Ética en Internet', propone un esquema de autorregulación:

...basado en valores, específicamente en la responsabilidad social, que permita la flexibilidad que exige el medio y que se complemente con las legislaciones locales que faciliten su ejercicio y adecuación constante.

Las sanciones de este modelo, de manera resumida, serán proporcionadas por los gobiernos, organizaciones independientes que monitorean los contenidos y los mismos usuarios que bloquean las páginas.

3. Código de ética

Casasús plantea que, para hacer efectiva la autorregulación, es primordial dotar a la profesión de códigos deontológicos, estatutos profesionales y figuras institucionales como el defensor del lector y los comités de ética.

4. Línea editorial

Según Gerardo Albarrán de Alba (8), director de la revista electrónica *Saladeprensa.org*, en su texto *'La figura del defensor del lector en los diarios digitales'*, toda autorregulación empieza por los principios editoriales de cada medio, que son aquellos compromisos que la empresa informativa hace explícitos frente a la sociedad a la que sirve. Ahí quedan plasmados tanto el ideario como los objetivos de un medio, lo cual lo dota de identidad propia y marca un compromiso moral voluntariamente asumido frente a sus lectores o auditorio.

Para la investigadora Issa Luna Pla, Internet corporativo en el caso del periodismo hará menos complejo el problema de la ética, "pues los códigos deontológicos en los periódicos a menudo están establecidos y los usuarios que acudirán a ellos en línea están asegurados. En este caso, la ética periodística y de cada industria editorial se transporta directamente a Internet".

5. Aceptación explícita del código de ética

Quim Gil propone la aceptación explícita del código deontológico. "El periodista debe asumir el código, debe cumplirlo, no puede mantenerse impasible ante infracciones y puede aplicar la cláusula de conciencia cuando sea incitado u obligado a desviarse de él. Este punto requiere un compromiso ético muy alto".

6. Certificación profesional del periodista

Quim Gil también plantea la necesidad de la certificación de la profesionalización de los periodistas para que pueda haber autorregulación.

Sería una garantía para el receptor de la información que quien firma estos contenidos sea un sujeto real,

identificado y avalado por una tercera parte. En el periodismo tradicional esta identidad y existencia real viene avalada por el medio que contrata al periodista y/o por una asociación profesional. En la Red son necesarias más garantías. De la misma forma que el comercio electrónico requiere 'servidores seguros', posiblemente la comunicación digital requerirá 'informadores seguros' y organizaciones de certificación periodística, que a la vez puedan regular y servir de amparo ante abusos al periodista 'certificado'.

7. Lectores y fuentes exigentes

Otra posibilidad planteada por Quim Gil son las exigencias de los no periodistas (lectores, usuarios, fuentes, interactores, etc), para que se ponga a su disposición una información creada bajo el código deontológico. Aquí se sugiere la responsabilidad ética del periodista de educar a sus receptores para que sean exigentes.

8. ASEGURAR QUE CADA UNO ES QUIEN DICE SER *Gil plantea que los periodistas deberían buscar que las fuentes se certifiquen.*

Dado el propio carácter de la Red, cada vez será más importante que el periodista digital compruebe que las fuentes son en realidad quienes dicen ser. Su selección de fuentes será una garantía. Una *Web* del Partido Socialista de Malasia puede haber sido realizada por cualquiera y puede no expresar las opiniones oficiales de dicho partido. El comercio digital precisa de comercios certificados, posiblemente el periodismo digital precisará de fuentes certificadas.

9. El defensor del lector

Partamos de la definición de Defensor del Lector que nos trae Gerardo Albarrán de Alba:

Conocido también como *ombudsman*, es una persona contratada específicamente para representar los intereses del público ante un medio y gestionar sus quejas particulares por coberturas y tratamientos periodísticos determinados. El defensor del lector puede ser un miembro activo de la redacción, alguien que se ha jubilado como reportero o editor, o incluso una



personalidad, con un elevado perfil de credibilidad y autoridad moral, condición indispensable para generar confianza tanto hacia dentro como hacia fuera del medio, e incluso para lidiar con las resistencias internas de la redacción, que no siempre se muestra bien dispuesta a reconocer sus errores. El defensor del lector básicamente recibe e investiga quejas de los lectores sobre la precisión, equilibrio y buen gusto [sic] en la cobertura periodística. Él o ella recomiendan remedios apropiados o respuestas para corregir o clarificar.

El mismo Albarrán de Alba recuerda que el primer *ombudsman* en un medio en línea ha sido Dan Fisher, quien trabajó 27 años en *Los Angeles Times* y terminó su carrera en la página de *msn MoneyCentral*.

Comenzó a ejercer en 2001, bajo un esquema de independencia que le permitía confrontar a los 65 editores y los cerca de 200 reporteros del corporativo, cuyo sitio recibe unos 10 millones de visitantes al mes. Durante más de un año, Fisher escribió una columna, la cual no podía sufrir ninguna modificación sin su propio consentimiento. Como *ombudsman*, Fisher desarrolló un doble papel en *msnbc*: representante de los lectores y crítico interno del sitio, lo que le permitía cruzar opiniones con el personal periodístico sobre el manejo y presentación de la información. La primera columna del *ombudsman* fue subida al sitio *msnbc.com* el 2 de mayo de 2001. Durante los 13 meses que permaneció en el cargo, la queja principal que recibió de los lectores fue la información política tendenciosa, seguida de reclamaciones por errores tipográficos, gramaticales y en datos duros. Dentro de las quejas vinculadas a la nueva plataforma destacaron los anuncios que aparecen en ventanas no solicitadas (*pop-up*).

Fisher asegura que la principal preocupación del usuario de *msnbc* se relaciona con los valores tradicionales del periodismo estadounidense: equilibrio informativo, precisión y trato justo. Fisher esperaba algo distinto, pero no fue así. Ciertamente existen diferencias –como los votos en línea, algo imposible en un medio impreso–. Se declaró sorprendido de que los asuntos que había tenido que tratar hasta ese momento no habían sido tan distintos de cualquier

tema abordado por algún *ombudsman* del lector en los medios tradicionales. No obstante, Fisher encuentra un elemento distintivo de Internet que debe ser observado con atención: la velocidad de la información. Las notas en *msnbc* pueden modificarse de 10 a 15 veces a lo largo de un día, y algunas de las primeras versiones son bastante incompletas. 'Uno [como periodista] puede estar acostumbrado a ese ritmo de actualizaciones que vemos en los servicios de cables o en las noticias radiofónicas, pero no estoy muy seguro de cómo reaccionarán los lectores si sólo vieron esos reportes incompletos y solamente lo hicieron una vez a la semana'.

Como sea, ésto también tiene una ventaja: cualquier error detectado por la redacción, el *ombudsman* o un lector, puede ser corregido en cuestión de minutos. Otro detalle que llamó la atención de Fisher fue recibir muy pocos comentarios sobre los elementos interactivos en el sitio *msnbc.com*, como los videos y audios disponibles junto a los textos de las notas, lo que le hizo suponer que la mayoría de los usuarios emplean el multimedia sólo en el trabajo, donde pueden disponer de conexiones más veloces que en casa. Incluso, en el primer *chat* que condujo, Fisher apenas tuvo 60 usuarios conectados. Mucho del trabajo de Fisher se concentraba en señalar errores o a alertar sobre el uso del lenguaje en ciertos casos que podían aparentar prejuicios o tendencias. Estos detalles normalmente pasaron inadvertidos para el lector, debido a la velocidad de las actualizaciones, agrega **Gerardo Albarrán de Alba**.

Fisher recibió entre 300 y 400 correos electrónicos de usuarios, pero el propio *ombudsman* lamenta que la mayor parte de sus sugerencias sobre procedimientos y políticas editoriales no fueron atendidas, como la propuesta de abrir una página de correcciones o distinguir claramente entre información y opinión. Aun así, considera que, de vez en cuando, podía forzar a la gente a detenerse a pensar en lo que estaba haciendo.

Según Albarrán de Alba, Fisher renunció al cargo de *ombudsman* del lector de *msnbc.com* el 7 de junio de 2002.

Riesgos de la regulación externa

Ante las ideas de mecanismos de regulación ética externos han surgido reacciones pro libertad en Internet, para evitar que se coarte la libertad de acceso de los usuarios <http://www.el-mundo.es/navegante/97/agosto/16/jirclibertad.html>. En el I Congreso Internacional de Usuarios de Internet (IRC), realizado en 1997 y que reunió a un centenar de usuarios de Internet de España, Bélgica y Francia, se analizaron conductas delictivas en la Red, como la pornografía infantil. Sin embargo, se sentó posición en contra de una normatividad. Incluso se criticó la actitud de algunos gobernantes de intentar regular coercitivamente los comportamientos de los ciudadanos en la Red.

La contrapropuesta fue que los usuarios de Internet, en el ejercicio de su libertad, se autorregulen en el marco de la ética.

Por su parte, la organización Reporteros Sin Fronteras y la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa advierten sobre los riesgos de la regulación en Internet por parte de los estados y presentan seis recomendaciones para garantizar la libertad de expresión en Internet. http://www.rsf.org/article.php3?id_article=14150

Su preocupación se basa en algunos intentos por afectar, clasificar, filtrar la información en Internet, por considerar que ésto afecta el derecho universal a la libertad de expresión y de libre acceso a la información. El pronunciamiento argumenta que los filtros los debe poner libremente cada internauta. Estas organizaciones plantean los siguientes interrogantes: ¿Se debe filtrar la Web? ¿Se puede obligar a las publicaciones digitales a registrarse ante las autoridades? ¿Qué responsabilidad debe pesar sobre los prestatarios técnicos de Internet? ¿Cuál es la competencia de las jurisdicciones nacionales?

En este sentido Josep María Casasús, explica que la ética del acceso a la Red impone evitar las tentaciones intervencionistas de los poderes públicos, económicos y corporativos (en este caso, los de la clase periodística) que tratan de limitar la libertad de expresión y de difusión en un sistema que, además, por su propia naturaleza, convierte por ahora en fracaso cualquier intento de poner puertas al campo.

Para Issa Luna Pla, en un tema tan delicado como el cuidado de los menores de edad en Internet, más que las leyes coercitivas, son los usuarios los llamados a

controlar los contenidos que desean recibir, a través de filtros de contenidos y algunas restricciones técnicas. Esto evoca lo que decía Casasús al comienzo de este ensayo sobre 'ética de los emisores'.

"Esto no debe entenderse como que la tecnología deba sustituir a la legislación del Estado, sino que se debe complementar con la responsabilidad del usuario. Lo esencial para sobrellevar los problemas que se presentan en contenidos, es la responsabilidad que está en las éticas de las partes involucradas en Internet, esta responsabilidad se basa en el respeto al otro y en participar activamente para influir en los cambios que se sucedan", finaliza Luna Pla.

Referencias y vínculos externos

- (1) Josep María Casasús, catedrático de Periodismo de la Universidad Pompeu Fabra, de Barcelona, y defensor del Lector de La Vanguardia. Texto 'Perspectiva ética del periodismo electrónico', http://www.ucm.es/info/periodo/Periodo_I/EMP/Numer_07/7-3-Pone/7-3-03.htm#articulo#articulo.
- (2) **Rubén Darío Buitrón**, editor general del diario *El Universo* en Guayaquil (Ecuador), en su ponencia 'Seis reflexiones sobre periodismo impreso y periodismo digital', presentada en el Seminario Internacional sobre Periodismo Digital, organizado por CIESPAL en el 2003. <http://www.saladeprensa.org/art606.htm>
- (3) **Quim Gil**, periodista español y consultor del posgrado de Periodismo Digital en la Universitat Oberta de Catalunya, texto 'Ética y deontología periodística en la sociedad de la información'. <http://www.saladeprensa.org/art90.htm>, **Quim Gil, 'Diseñando al periodista digital'**, <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>
- (4) **Roberto Nicolás Silva Rodríguez, periodista** colaborador desde 1995 en *Radioprogramas del Perú*. Texto 'Competitividad y ética' <http://www.saladeprensa.org/art57.htm>
- (5) Guy Riboreau, director del servicio de capacitación de Radio Francia Internacional. Trabajo 'La deontología periodística frente a los cambios técnicos y la globalización'. <http://www.saladeprensa.org/art409.htm>,
- (6) Lizy Navarro Zamora, doctora en periodismo electrónico de la Universidad Complutense de Madrid (España) y docente de la Universidad San Luis de Potosí. Texto 'Los periódicos on line: sus características, sus periodistas y sus lectores' <http://www.saladeprensa.org/art253.htm>
- (7) Issa Luna Pla, investigadora mexicana. Trabajo 'Ética en Internet', publicado por la revista Chasqui <http://www.comunica.org/chasqui/luna72.htm>.
- (8) **Gerardo Albarrán de Alba ***, director de la revista electrónica **Saladeprensa.org**, <http://www.saladeprensa.org/art405.htm>

Propuesta para un código de ética

Tomaremos como base de trabajo el documento del profesor Juan José García Posada, 'Siete columnas de la ética del periodismo electrónico', (copiado al final de este documento).

Aparte de los puntos propuestos por el profesor García, agregaría los siguientes elementos:

La página <http://www.ijnet.org> ofrece una recopilación de alrededor de 214 códigos de ética y autorregulación de medios de información y gremios periodísticos de distintas partes del mundo. La mayoría de ellos coincide en la alusión a los 30 artículos de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y a las exigencias periodísticas reconocidas internacionalmente.

Al analizar el Código de Ética de la Comisión de Quejas de la Prensa Británica, llama la atención lo siguiente: "Todos los miembros de la prensa tienen el deber de mantener los estándares profesionales y éticos más altos. Este código establece los puntos de referencia para alcanzar dichos estándares".

A partir de ahí propondría:

Columna número 8: certificar la preparación profesional de los periodistas y su actualización constante en el manejo de nuevas tecnologías, responsabilidad social, conocimiento del contexto histórico y en todo lo atinente a los riesgos de la profesión.

Columna número 9: asumir una actitud decidida, clara y explícita de no caer en la tentación de utilizar a Internet para evadir responsabilidades éticas y legales, para 'virtualizar' la realidad y ejercer el oficio desde el anonimato o múltiples identidades.

Columna número 10: educar a la audiencia (lectores) para que sea crítica frente a Internet y exigente al momento de seleccionar los contenidos que va a consumir. Cada información que se le ofrece a una audiencia debe contribuir a su formación para que reconozca lo verdadero de lo falso, la diferencia entre opinión e información basada en hechos, y para hacer cumplir sus derechos como consumidor del producto informativo.

Columna número 11: el medio de información digital tomará todas las medidas pertinentes que garanticen el respeto de la ética y el cumplimiento de este código, como la creación de un comité ético y el nombramiento de un defensor de la audiencia, entre otros que sean considerados necesarios.

SIETE COLUMNAS DE LA ÉTICA DEL PERIODISMO ELECTRÓNICO

Por Juan José García Posada

Esta es una nueva unidad del curso de Ética en el Periodismo Electrónico. Les propongo leerla y comentarla en el Tablero de Discusión del Curso. Así mismo, podemos hacer de este tema el centro de la conversación del próximo sábado en la sala de chat. Además, como actividad para la semana, les recomiendo que cada uno de ustedes escoja uno de los siete puntos, o todos los puntos, para escribir un breve comentario al texto. Espero que lo envíen antes del martes próximo. Gracias.

A lo largo de las conversaciones que hemos venido sosteniendo en este curso hemos convenido (y hasta el presente no he conocido opiniones discordantes en torno al asunto) en que el

periodismo en Internet no puede ser completo si no está iluminado por la conciencia ética. Queda dicho que los principios y conceptos deontológicos del periodismo en los medios de prensa, radio y televisión bien pueden hacerse extensivos al medio electrónico, guardadas, claro está, las proporciones. En busca de una ética del periodismo en Internet podemos apoyarnos no sólo en una premisa fundamental, ya expuesta, consistente en el respeto a los derechos humanos, sino también en unos presupuestos básicos de los que pueden derivarse los derechos y deberes profesionales correspondientes al uso informativo, conceptual, recreativo y educativo de la Red de redes.

En resumen, propongo que en la reflexión y las discusiones próximas tengamos estos siete puntos como referencias útiles para la elaboración del trabajo final, consistente en un proyecto de código universal de periodismo electrónico. Hablemos, entonces, de responsabilidades éticas fundamentales del periodista en Internet:

1) Contribuir desde la actividad periodística al respeto por la dignidad de la persona humana y los derechos fundamentales y a la realización de fines esenciales de verdad, bondad y belleza. El periodista en Internet es sujeto de derechos y de deberes correlativos. La Red tiene fronteras de sindéresis, éticas y morales, jurídicas y de razón natural.

2) Intervenir con criterio profesional en la selección razonada y responsable de los contenidos informativos que circulan por la Red. El uso de la libertad como facultad de hacer lo que debe hacerse es esencial para el periodista en Internet.

3) Orientar a los ciberlectores en la búsqueda de sentido y la interpretación de los conocimientos y las versiones de la realidad actual que se divulgan por medio de la Internet. Los conceptos de virtualidad y realidad virtual aplicables al ciberespacio de ningún modo implican la conversión de la realidad en ficción.

4) Asegurar la veracidad de los contenidos informativos, conceptuales y recreativos que circulan por la Internet dentro del marco de la producción de interés periodístico. La verificación de las versiones, la confirmación de los datos, la prueba de falsabilidad de los hechos son condiciones sin las cuales no puede hacerse periodismo verdadero.

5) Enseñar por medio del testimonio a defender la lengua como expresión del ser humano y sus circunstancias y garantía de su dignidad y su soberanía. El periodista, sean cuales fueren la lengua y la cultura de las cuales es portador, debe dar ejemplo de respeto por el buen decir.

6) Fomentar el desarrollo de una nueva cultura del texto periodístico y literario, mediante la exploración y aplicación de modalidades expresivas, narrativas y descriptivas que permitan la presentación y la lectura analítica del mundo real en la Internet como nuevo medio de comunicación. Para escribir en Internet el periodista debe ser ante todo un buen lector y un experimentador constante de nuevas formas de expresión que aseguren la convergencia de periodismo, historia y literatura.

7) Hacer del periodismo un instrumento eficiente para el aprendizaje constante del arte de vivir en armonía interior, con los demás seres humanos, con la ciudad y con el planeta, como condición esencial para la construcción de la convivencia.