

Código de Ética



I. Presentación

El primer deber de los periodistas es con la verdad.

Esa afirmación no parte de ningún libro de ética, sino de los principios esenciales del periodismo.

Desde las primeras pugnas públicas en torno al trabajo de los periodistas, quedó asentado que la primera obligación de los periodistas es con la verdad. Y su primera lealtad, con los ciudadanos (Kovach, 2007).

La aparición y existencia de códigos éticos y una deontología del periodismo reforzaron la idea de que el periodista tenía además un compromiso con la formación de comunidad, con la construcción de democracia y la observación de los valores universales.

Verdad, libertad, justicia, respeto, tolerancia, responsabilidad, amor, bondad, honradez, confianza, valentía, paz, amistad, fraternidad y honor, presentes como bases en la actuación del periodista.

Pero contar la verdad puede llegar a ser complicado en el entorno en el que se desarrollan el periodismo y los medios de comunicación, sujetos a presiones de variada naturaleza y orígenes, además de las distintas formas de entender la realidad.

No obstante, el periodismo ético es capaz de distinguir la realidad y extraer de ella la verdad de la información, para presentarla como un contenido noticioso.

De ahí la importancia de la existencia, divulgación, conocimiento y comprensión de las normas éticas, pese a que en México son de uso limitado al interior de algunas redacciones y medios de comunicación.

Son el conocimiento y comprensión de las reglas de conducta que proceden de esos códigos o de los manuales de estilo, además de su observancia entre los periodistas más avezados, lo que pueden crear condiciones para que el periodismo ético se apegue constantemente a la verdad, como es una condición indispensable e ineludible para el oficio periodístico.

La verdad es una norma que está dictada por la experiencia y por el conocimiento de la naturaleza de la profesión.

Al fin y al cabo el mayor capital del periodista y de un medio de comunicación es su confiabilidad o credibilidad. Incluso en esta época en la que lo que predomina es la velocidad para presentar la información.

III. Objetivo del Código de Ética

El presente Código Deontológico contiene normas cuya finalidad es establecer un marco de actuación y de consulta para alcanzar una práctica ética, decorosa, responsable y confiable del periodismo.

Así como sucede en el campo científico, en el periodístico es una norma que el camino a la verdad tiene que estar libre de dependencias. Además, esa independencia es condición necesaria para que las informaciones del periodista puedan ser creídas. Para ser ético no se requiere permiso de nadie. Para informar con la verdad se requiere ser ético (Videla, 2004).

De ahí que informar con la verdad requiere de varias condiciones.

La primera es la independencia. El periodista libre e independiente comprende y acepta que su principal compromiso es con la verdad y en segundo lugar con su audiencia.

La segunda es la del conocimiento profundo de su profesión, de sus requerimientos técnicos y tecnológicos, de sus fuentes de información y de los temas acerca de los que le corresponde informar.

La tercera es la honestidad. Porque ésta permite hacer la inmediata rectificación, para poner a la audiencia en poder de la información completa y apegada a la verdad.

La cuarta condición es el lenguaje, mediante el cual se elabora el mensaje.

La quinta condición es reconocer que la verdad no puede ser sustituida por otros conceptos sugeridos por algunos periodistas: la verdad no es justicia ni rectitud. Tampoco es imparcialidad o equilibrio.

La periodística es una profesión pública, expuesta al escrutinio social. Por lo tanto, para mantener su relevancia y conservar la confianza de la audiencia, los profesionales del periodismo debemos proceder mediante reglas éticas y de acuerdo con objetivos que

pongan como dogmas fundamentales el servicio a la sociedad y la búsqueda de la verdad.

El principio del periodismo es construir comunidad, crear ciudadanía y aportar a la democracia, además de crear soberanía. Es decir, pugnar por la mejora de la sociedad a la que sirve. En este sentido, los periodistas debemos aportar a la creación de un conocimiento común, en el lenguaje de la gente, que conduzca a la comprensión y la utilidad pública de la información.

Para ello, los periodistas jugamos un rol independiente, que responde a las expectativas sociales mediante la entrega de información cuyo objetivo es generar mejores condiciones a la vez que servimos como un monitor del poder económico y político. En consecuencia, los periodistas debemos mantener una preparación continua para afrontar los desafíos que supone el dinamismo de las fuentes de información y sus intereses. Esta preparación permite mantener un blindaje frente a las tentaciones internas y externas en el ejercicio de la profesión.

Esa coraza tiene como sustento la ética, como herramienta que guía el trabajo cotidiano y que aclara las dudas. La ética permite tomar decisiones correctas, fundadas en los valores universales. Para ello, el periodista apela a su conciencia, a los valores adquiridos a lo largo de su formación familiar, personal y profesional, a la cultura occidental-judeocristiana que distingue entre el bien y el mal —en sintonía con la formación en valores—, pero sobre todo para que la disyuntiva sea entre lo que está bien hecho y lo que puede ser mejor.

IV. Código Ético

1. El objetivo fundamental del periodista es la búsqueda de la verdad posible, como un bien necesario para el crecimiento, desarrollo y mejoría de la sociedad.
2. El periodista es autónomo, es un legislador de sí mismo que se impone altos parámetros para ofrecer información de excelencia, calidad, trascendencia, interés e importancia.
3. El periodista revisa siempre su trabajo, en busca de una mejora continua personal y profesional, mediante la capacitación y el aprendizaje, porque un periodismo ético se debate entre lo bueno y lo mejor.
4. La lealtad del periodista debe estar con su audiencia: lector, televidente, radioescucha, usuario, ya que al estar al servicio de la audiencia, se pone al servicio de la sociedad.
5. El periodista se expresa, y por lo tanto, comunica, en un lenguaje accesible a su audiencia, de modo que resulta comprensible y útil.
6. El periodista rechazará la presión de cualquier persona, grupo o poder que trate de poner la información al servicio de sus intereses. La independencia del periodista garantiza su libertad de informar.
7. El deber profesional del periodista está por encima de sus propios temores, apetitos e intereses.
8. El periodista reconoce límites en su búsqueda de la verdad. Entre ellos se encuentran en respeto a la privacidad, el equilibrio de la información, la verificación, el respeto a los principios personales, y el derecho de réplica.
9. El periodista se rige por valores humanos como responsabilidad, respeto, honradez, veracidad, tolerancia, justicia y confianza.

10. El periodista hace de la ética una norma permanente de conducta y la convierte en una costumbre que se manifiesta en su trabajo cotidiano.

La ética mantiene a la profesión periodística como una actividad de relevancia frente a la sociedad y preserva la importancia del periodismo en una era en la que las comunicaciones y herramientas tecnológicas hacen posible que los ciudadanos difundan información en forma similar a la periodística. Pero el periodista conoce el contexto y ofrece contenidos comprobados, sin inclinaciones y dentro de los límites morales. La ética dignifica y acredita al periodista ante la sociedad a la que sirve.

Bibliografía

Kovach, B. R., Tom. (2007). The Elements of Journalism (Second ed.). Estados Unidos: Three Rivers Press.

Videla, J. J. (2004). La ética como fundamento de la actividad periodística (Primera ed.). Madrid, España: Editorial Fragua.