



# Un enfoque práctico para la ética del periodismo

Por Kelly McBride



Plataformas digitales como Twitter o Facebook están cambiando la manera en que las personas crean y consumen los contenidos periodísticos.

© AP Images

La era digital ha transformado la manera en que se crean y se distribuyen los contenidos periodísticos. Con la presencia constante de teléfonos celulares y otros dispositivos móviles que se conectan a Internet, la línea divisoria entre consumidor y creador de contenidos se ha vuelto borrosa, y a veces hasta desaparece. A medida que aumentan el número y la diversidad de fuentes de contenido, aumenta también la posibilidad de que el ciudadano reciba informaciones tergiversadas o falsas y actúe en función de estas.

En semejante entorno, el ciudadano necesita un periodismo fiable y acertado para entender su comunidad y el mundo en general, así como para tomar decisiones informadas como ciudadano. Los periodistas adoptan y respetan las normas éticas que contribuyen a garantizar que su trabajo sirva los valores de la verdad, la transparencia y la comunidad. Al hacerlo, los periodistas y las organizaciones que publican su trabajo se ganan la confianza del público en función de su competencia e integridad. Pero, ¿de qué manera puede un

periodista adherirse a las más altas normas éticas?

Dondequiera que estén, los periodistas respetan normas éticas que articulan claramente los principios que encarnan los valores fundamentales de su oficio, entre los que se suelen incluir los siguientes:

- Buscar la verdad y comunicarla de la manera más completa posible.
- Exigir que los poderosos rindan cuentas.

## Un enfoque práctico para la ética del periodismo

- Dar voz a aquellos que no la tienen.
- Adoptar la transparencia en sus prácticas periodísticas.
- Ser imparcial y exhaustivo en sus crónicas.
- Evitar los conflictos de interés en la medida de lo posible y divulgar los intereses personales conflictivos.
- Reducir al mínimo los daños, en particular a los más vulnerables.
- Conservar la independencia ante aquellos que utilizarían su influencia para tergiversar la verdad con el fin de avanzar su propia causa.
- Colocar la lealtad con el ciudadano al que uno sirve por encima de todos los demás intereses.

- Verificar las informaciones con atención y disciplina.
- Crear un espacio público de debate y crítica.

Esta lista pretende ser un ejemplo de principios fundamentales, pero no es una lista completa. Cada sala de prensa y cada asociación de periodistas deben elaborar su propia lista de principios que guíen la misión y la práctica del periodismo. Una vez que el periodista explique claramente los principios fundamentales, la toma de buenas decisiones éticas exige liderazgo, pensamiento crítico, planteamiento de preguntas, búsqueda de numerosas alternativas para la situación dada y, en última instancia, la selección de la alternativa que mejor sirva al propósito periodístico.

Por ejemplo, muchos periodistas dependen de fuentes anónimas para conocer lo que realmente está sucediendo en el gobierno. Digamos que una fuente le contacta

---

Un principio fundamental del periodismo ético es la lealtad al público, por encima de todos los demás intereses.

© AP Images





Para reforzar su credibilidad como periodista, incentive a sus fuentes a realizar declaraciones públicas.

© AP Images

e informa de que un político electo está aceptando sobornos de una empresa local, a cambio del envío de contratos lucrativos del gobierno a esa empresa. Para comenzar, el periodista y sus colegas plantearían preguntas como las siguientes:

- ¿Cuál es nuestro propósito periodístico para la consecución de esta información? ¿Cómo sirve al ciudadano?
- ¿Qué motivo tiene esta fuente para revelar esta corrupción?
- ¿Hay documentos disponibles públicamente que puedan corroborar esta alegación?
- ¿Puede esta fuente obtener acceso a los documentos u otras pruebas?
- ¿Cómo debemos describir la naturaleza de esta fuente, su conocimiento y las razones por las que estamos protegiendo su anonimato ante nuestro público?
- ¿Dónde podemos encontrar otras fuentes que corroboren esta información? ¿Las nombraremos?

- ¿Qué otras informaciones debemos divulgar para asegurarnos de tener la historia completa?
- ¿Qué otras informaciones debemos divulgar para asegurarnos de tener la historia completa?

Estas preguntas no excluyen la creación de prácticas óptimas en torno a la cuestión de fuentes anónimas. Algunas salas de prensa establecen directrices que fomentan la ética periodística, tales como las siguientes:

- Se debe generalmente identificar a las fuentes por su nombre.
- El anonimato supone un desafío a nuestra credibilidad y debe concederse en raras ocasiones, y únicamente para historias muy importantes.
- Si publicamos informaciones de una fuente anónima, debemos encontrar otras dos fuentes que la corroboren.

Directrices de este tipo pueden ser muy útiles. Pero como no pueden prever todas las situaciones posibles, no pueden sustituir el pensamiento crítico

necesario para una toma de decisiones ética.

Otra situación a la que a menudo se enfrenta el periodista de la era moderna es qué hacer con informaciones que se han introducido en el mercado de las ideas tal vez a través de las redes sociales, pero sin haber sido verificadas. Esto podría ser un video o una foto tomados con un teléfono celular y de naturaleza polémica, o un documento que alude a una corrupción, o una narrativa que se ha asentado. Cuando los ciudadanos de una comunidad debaten extensamente informaciones que no han sido confirmadas ni corroboradas, el periodista

debe actuar para aclarar la situación. Se podría plantear las siguientes cuestiones:

- ¿Qué se puede hacer para verificar o desacreditar esta información?
- ¿Cómo se pueden descubrir más datos o contexto que ayuden al público a entender mejor la situación?
- ¿Qué obligación tenemos de corregir las informaciones erróneas introducidas por los demás?
- Al reconocer esta información, ¿cómo podemos dejar claro nuestra confianza o falta de ella?

Para un periodista, la confianza y la competencia no emanan de saber todas las respuestas, sino de tener una clara comprensión de los valores y la ética periodística, junto con las facultades intelectuales para plantear buenas preguntas que revelen diversas soluciones posibles y nuevas vías para acceder a la verdad.

---

Kelly McBride es profesora titular de Ética en el Instituto Poynter, una escuela de periodismo y centro de estrategia de medios dedicado a la enseñanza de periodistas y líderes inspiradores. El instituto ofrece formación en línea a través del sitio web [www.newsu.org](http://www.newsu.org) y noticias sobre los medios de comunicación en su sitio web [www.poynter.org](http://www.poynter.org).

---

Cuando se introduce nueva información en la conversación, como por ejemplo una imagen polémica compartida en las redes sociales, el periodista ha de pensar en lo que puede hacer para corroborar o desacreditar la veracidad de dicha información. © AP Images

