

Acta de la Comisión de Ética del Círculo de Periodistas de Bogotá (CPB)

En la oficina del CPB, situadas en la carrera 7 No. 74-21 piso 5 , se reunieron el día jueves 8 de agosto de 2019 a las 10 am Ana María Álzate, Teodoro Gómez, Sylvia Jaramillo, Javier Baena, Luis López y Carlos Piñeros, integrantes del Comité de Ética del CPB para revisar y actualizar el Código de Ética del CPB promulgado el 31 de agosto de 2006 . Esta tarea se ha desarrollado durante los últimos seis meses, especialmente para regular el trabajo en los medios digitales. El Comité decidió por unanimidad aprobar las normas que amplían y enriquecen las reglas del buen periodismo que deben observar quienes ejercen esta noble profesión en todos los medios de comunicación.

El código se ha reforzado conceptualmente para dejar clara la misión del periodista: Informar de hechos ciertos, sin contaminarlos con sus opiniones personales. Distinguir lo que es periodismo informativo y periodismo de opinión que hoy se confunden en varios formatos, especialmente los medios de comunicación audiovisuales y digitales.

Defender el derecho del receptor de las noticias a conocer su fuente, salvo cuando excepcionalmente la fuente exija permanecer anónima. La información tomada de las redes sociales debe ser citada con el enlace respectivo para que el lector pueda constatar su autenticidad y comprobar que no tiene restricciones de privacidad o reproducción.

Dar orientaciones para identificar en redes sociales las noticias falsas e impedir su reproducción. Esta tarea es fundamental para combatir la penetración en redes sociales de las noticias falsas o tendenciosas. De igual manera se recomienda no usar las herramientas de edición digital para alterar los hechos que ilustran las gráficas, videos o grabaciones de voz. Esas herramientas solo pueden usarse para mejorar la calidad de la imagen o del sonido, pero sin alterar el hecho que se quiere mostrar.

El Código recomienda moderación en el activismo cibernético. El periodista no debe entablar controversias en las que salen a relucir insultos y acusaciones falsas desde su sitio web del medio para el cual trabaja. En su cuenta personal puede actuar con mayor independencia pero sin olvidar que sea cual fuere el medio que utilice, sus opiniones públicas comprometen su reputación profesional.

Igualmente el Código hace referencia a la ética del caricaturista que no debe utilizar los defectos físicos de sus personajes para ridiculizarlos ni agraviar símbolos religiosos o culturales que ofenden a la comunidad.

Este código actualizado permanecerá en la página web del CPB para conocimiento y consulta de los periodistas, las instituciones y el público en general.

Bogotá, 8 de agosto de 2019.

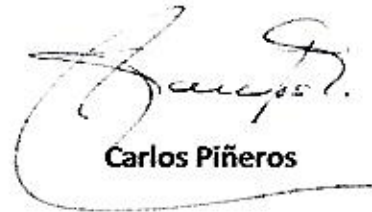

Ana María Alzate


Sylvia Jaramillo


Teodoro Gómez


Javier Baena

Luis López


Carlos Piñeros