**Maestría en Periodismo– Ciclo lectivo 2020**

**Dilemas Éticos del Periodismo**

**Docente**

**Mariano Ure**

Licenciado en Filosofía UNSTA (2000), Magíster en Relaciones Internacionales Unibo (Italia, 2002), Doctor en Disciplinas Filosóficas Unipi (Italia, 2006), Posdoctorado en Ciencias Sociales UBA (2019).

**Fundamentación**

El curso busca profundizar en la función social del periodismo en la sociedad del conocimiento y analizar las prácticas de producción de información y sus efectos en términos de calidad y servicio a la ciudadanía. El periodismo ocupa un rol central en las sociedades contemporáneas, siendo capaz de generar opinión pública y de influir en las decisiones y estrategias de distintos actores sociales. Sin embargo, a pesar de ser una profesión consolidada, los nuevos procesos políticos y sociales, así como la aparición de las nuevas tecnologías de la información, introducen cambios significativos de paradigma. La pregunta por qué significa ser periodista y por su función tiene, en la actualidad, respuestas múltiples. Cada una de ellas reclama una profundización y revisión de los estándares con los cuales se determina la calidad de la información. Ante esto, resulta clave indagar en las formas en las que el periodismo, en sus diferentes formatos, es capaz de construir ciudadanía, transferir conocimiento, alfabetizar mediáticamente y promover las culturas y la convivencia.

**Objetivos**

* Articular el planteo ético en el contexto multicultural actual, logrando descifrar los presupuestos, los valores y los puntos de vista de los discursos acerca del sentido y función del periodismo.
* Profundizar en las disposiciones deontológicas tradicionales y en su evolución durante las dos últimas décadas.
* Reconocer la observancia y el incumplimiento de los estándares para un periodismo de calidad en diferentes tipos de coberturas.
* Identificar los dilemas éticos emergentes en la comunicación digital y los modelos deontológicos establecidos por los medios de comunicación para la participación de sus periodistas en plataformas interactivas.
* Analizar el alcance y la oportunidad de la autorregulación en el periodismo, en el contexto de aplicación de reformas al sistema de medios en distintos países de América Latina.
* Ensayar proyecciones normativas sobre un periodismo ideal, aplicables tanto a la instancia de producción y distribución como a la de recepción de información por parte de los ciudadanos.
* Delinear la corresponsabilidad del periodista en la denominada ‘alfabetización mediática’.

**Unidades**

**Unidad 1. Actualidad de la cuestión ética**

La “pregunta ética” y la legitimidad del debate ético. Ética normativa y ética descriptiva. Tipos de fundamentación: objetiva, subjetiva e intersubjetiva. Coincidencias y oposiciones. La ética de la alteridad: M. Buber y E. Lévinas. Ética posmoderna: G. Vattimo y Z. Bauman. Ética del discurso: K.-O. Apel y J. Habermas. Ética mínima. Desafíos éticos en las sociedades plurales y democráticas.

**Unidad 2. Identidades del periodismo**

La ética como límite externo o como identidad colectiva. Las identidades del periodismo a raíz de las transformaciones sociales y tecnológicas. Ética para medios públicos, con y sin fines de lucro. Análisis ético-político del periodismo: contribución a la cultura democrática. El periodista ante el poder y los medios. El periodismo argentino en el marco de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

**Unidad 3. Códigos deontológicos, Manuales de estilo y Guías de prácticas responsables**

Aproximación histórica a la deontología profesional. La ética y la regulación. El derecho a la información y la libertad de expresión (Convención Americana sobre Derechos Humanos). El estatuto del periodista. Los códigos heterónomos y los códigos autoimpuestos. Características distintivas de los códigos, manuales de estilo y guías de prácticas. El panorama internacional y sistemas comparados. La matriz deontológica para el periodismo según su autor: organismos internacionales, medios privados y organizaciones de periodistas.

**Unidad 4. Ética y calidad informativa**

Los códigos y sus deficiencias. Distinción entre los planos de lo moral y lo conveniente. La ética como calidad profesional. ¿Qué criterios de calidad? El horizonte de máxima: la honestidad. La cuestión de la verdad. Transparencia, precisión y pluralidad sobre lo provisorio. El mito de la objetividad y la imparcialidad. Concepto de equilibrio. Independencia y libertad periodística. Corresponsabilidad social del periodista. El criterio de la utilidad y la intervención social.

**Unidad 5. Ética de la recepción**

Corresponsabilidad social del ciudadano. Las “5W de la recepción”. El modelo de sujeto: crítico o acrítico, activo o pasivo, social o individualista, creativo o mecanizado, moral o inmoral. Del conocimiento a la potenciación. Comunicación periodística para el cambio social: periodismo comprometido. Desafíos éticos: servicio público, construcción de ciudadanía, amistad cívica, derechos humanos.

**Unidad 6. Los principios éticos frente a situaciones críticas**

El problema de la violencia en los medios. La espectacularización de la noticia y la morbosidad. La relación con las fuentes: transparencia y off the record. Beneficios y privilegios específicos: invitaciones, regalos y sobornos. Conflicto de interés. Prácticas extorsivas. El plagio. La invasión de la privacidad y la intimidad. Cámara oculta. El error, el ocultamiento y la rectificación. El rumor, el chequeo y la investigación. El secreto profesional y la cláusula de conciencia. La gestión de publicidad en emprendimientos propios. La cobertura de violencia de género y la Ley de protección integral a las mujeres (26485). La violencia mediática de la discriminación (Ley CABA 5261). Análisis de casos.

**Unidad 7. Dilemas éticos en el periodismo digital**

Ámbitos de emergencia de los dilemas éticos. Elementos de continuidad y ruptura con la ética tradicional. Las rutinas de producción digital y los valores de la cultura de la Web. La utopía de la comunicación trasladada a los formatos periodísticos. El problema de la inmediatez. La intervención digital de fotografías. Publicación de videos insólitos y virales sin contextualización. Algoritmos de recomendación y seguimiento de intereses. Comentarios y contribuciones de los usuarios. Valor de la información en el periodismo de datos. Ley de protección de datos personales. La edición y borrado de noticias. Repetición de noticias. Formatos de las publinotas. Análisis de casos.

**Unidad 8. El periodista en las redes sociales**

Nuevas tensiones con fuentes, empleadores y públicos. Políticas y guías de buenas prácticas para el periodista usuario de medios sociales. Modelos deontológicos de autonomía y de expresión limitada. El imperativo ético de la conversación. El periodismo como conversación. Cuestiones puntuales: chequeo de fuentes, fakes, gestión de errores, inclusión de hipervínculos, trolls, publimensajes. Análisis de casos.

**Bibliografía**

**General**

AA.VV. (2007). *Periodismo de calidad: debates y desafíos*. La Crujía, Buenos Aires.

AGEJAS, J.A. y SERRANO OCEJA, F.J. (2002) *Ética de la comunicación y de la información.* Barcelona, Ariel.

ALMIRON ROIG, N. (2006). Los valores del periodismo en la convergencia digital: ‘civic journalism’ y quinto poder. *Revista Latina de Comunicación Social*, 61. Recuperado de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200609Almiron.htm>.

ASNE (American Society of News Editors) (2011). *Las 10 mejores prácticas para medios sociales.* Recuperado de: <https://knightcenter.utexas.edu/mejores_practicas_SPANISH_2011.pdf>.

AZNAR, H. (2005). *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*. Barcelona, Paidós.

BAUMAN, Z. (2004). *Ética posmoderna*. Buenos Aires, Siglo XXI.

Bettetini, G. y Fumagalli, A. (2001). *Lo que queda de los medios: ideas para una ética de la comunicación*. La Crujía, Buenos Aires.

BONETE PERALES, E. (1995). *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Madrid, Tecnos.

BUBER, M. (1998). *Yo y Tú*. Madrid, Caparrós.

CENTER FOR MEDIA LITERACY (2004). *Conjunto de herramientas para alfabetismo en medios*. Recuperado de: <http://www.medialit.org/sites/default/files/03_MLKorient_spanish.pdf>.

Conill, J. y Gozálvez, V. (eds.) (2004). *Ética de los medios: una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Barcelona, Gedisa.

Fabris, A. (coord.) (2004). *Guida alle etiche della comunicazione*, ETS, Pisa.

Fernández Villanueva, C., Domínguez Bilbao, R., Revulá Castro, J.C. y Anagnostouf, A. (2004). Formas de legitimación de la violencia en TV. *Política y Sociedad*, 1, 183-199.

HABERMAS, J. (1991). *Conciencia moral y acción comunicativa*. Barcelona, Península.

Jareño Alarcón, J. (2009). *Ética y periodismo*. Bilbao, Desclée De Brouwer (edición ebook).

Johannesen, R.L. (2002). *Ethics in Human Communication*. Long Grove (Illinois), Waveland Press.

Nussbaum, M.C. (2010). *Sin fines de lucro*. Buenos Aires, Katz.

OSCE (2013). *The Online Media Self-Regulation Guidebook*. Recuperado de: <http://www.osce.org/fom/99560?download=true>.

POYNTER INSTITUTE (2011). *Conjunto de guías éticas para hacer periodismo en la Web.* Recuperado de: <https://knightcenter.utexas.edu/guias_eticas_SPANISH_2011.pdf>.

RAMONET, I. (2010). *La explosión del periodismo*. Buenos Aires, Capital Intelectual.

RESTREPO, J.D. (2004). *El zumbido y el moscardón*. Fondo de Cultura Económica, México.

Taufic, C. (2005). *La autorregulación del periodismo. Manual de ética periodística comparada*. Santiago de Chile, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.

URE, M. (2010). *Filosofía de la comunicación en tiempos digitales*. Buenos Aires, Biblos.

URE, M. (2012) La hermenéutica de Luigi Pareyson y la provisoriedad de la verdad periodística. *Actas de las Segundas Jornadas Internacionales de Hermenéutica* (Buenos Aires, 6-8 de julio de 2011), 535-539. Recuperado de: <http://www.proyectohermeneutica.org/pdf/actas/Actas_IIJornadas.pdf>.

URE, M. (2013). Dilemas éticos y modelos deontológicos para el periodista usuario de medios sociales. *Cuadernos.info*, 32, 67-76. Recuperado de: <http://cuadernos.uc.cl/uc/index.php/CDI/article/view/492>.

URE, M. y SCHWARZ, CH. (2014). *Las identidades del periodismo argentino*. Buenos Aires, Fundación Konrad Adenauer. Recuperado de: <http://www.kas.de/wf/doc/16536-1442-4-30.pdf>.

VATTIMO, G. (2010). *Adiós a la verdad.* Barcelona, Gedisa.

White, R. (2007). *Comunicar comunidad: aportes para una ética de la comunicación pública*. Buenos Aires, La Crujía.

WOLTON, D. (2010). *Informar no es comunicar*. Barcelona, Gedisa (edición ebook).

**Códigos deontológicos**

Asociación de la Prensa Uruguaya (2013). *Código de Ética*. Recuperado de: <http://www.apu.org.uy/wp-content/uploads/2013/04/Código-de-ética-period%C3%ADstica-Versión-Final-9-4-13.pdf>.

BBC (2010) *Editorial Guidelines*. Recuperado de: <http://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidelines/>.

Círculo de Periodistas de Bogotá (2006). *Código de Ética*. Recuperado de: <http://circulodeperiodistasdebogota.com/wp-content/uploads/2015/10/codigo-de-etica.pdf>.

Colegio de Periodistas (Chile) (2015). *Código de Ética*. Recuperado de: <http://www.colegiodeperiodistas.cl/p/etica-periodistica.html>.

Colegio Nacional de Periodistas (Venezuela) (2013). *Código de Ética*. Recuperado de: <http://cdn1.cnpven.org/archivos/80/original_codigoeticafinal.pdf>.

Consejo de Europa (1993). *Código Europeo de deontología del periodismo*. Recuperado de: <http://www.xornalistas.com/imxd/noticias/doc/1229538997codigoeuropeo.pdf>.

Grupo El Comercio (Ecuador) (2006) *Código de Ética*. Recuperado de: <http://grupoelcomercio.com/images/stories/Descargables/codigoetica.pdf>.

Federación Internacional de Periodistas (1986). *Declaración de principios sobre la conducta de los periodistas*. Recuperado de: <http://www.ifj.org/es/la-fip/declaracion-de-principios-de-la-fip/>.

FELAP (Federación Latinoamericana de Periodistas) (1979). Código latinoamericano de ética periodística. Recuperado de: <http://chasqui.ciespal.org/index.php/chasqui/article/view/969/1003>.

Fopea (2006) *Código de Ética*. Recuperado de: <http://www.fopea.org/etica-y-calidad/codigo-de-etica-de-fopea/>.

NPPA (National Press Photographers Association) (2012). *Código de Ética*. Recuperado de: <https://nppa.org/node/5143>.

Sociedad de Periodistas Profesionales (2014). *Código de Ética*. Recuperado de: <http://www.spj.org/ethicscode.asp>.

UNESCO (1983). *Código Internacional de Ética Periodística*. Recuperado de: <http://www.academiaperiodismo.org.ar/etica/unesco1.html>.

Unión de Periodistas de Cuba (2013). *Código de Ética del periodista*. Recuperado de: <http://www.cubaperiodistas.cu/index.php/codigo-de-etica-del-periodista/>.

**Guías de prácticas responsables**

DEFENSORÍA DEL PÚBLICO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (2013). *Tratamiento de violencia de género en la radio y la televisión*. Recuperado de: <http://www.defensadelpublico.gob.ar/sites/default/files/tratamiento_de_la_violencia_de_genero_en_la_radio_y_la_television_-_preguntas_frecuentes.pdf>.

DEFENSORÍA DEL PÚBLICO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (2015). *Ideas y orientaciones para la elaboración de un código de ética*. Recuperado de: <http://www.defensadelpublico.gob.ar/sites/default/files/guia_codigo_de_etica_marzo2015_0.pdf>.

FOPEA (2014). Recomendaciones para la cobertura informativa de secuestros. Recuperado de: <http://www.fopea.org/recomendaciones-de-fopea-para-la-cobertura-informativa-de-secuestros/>.

INADI (2018a). *Manual de comunicación inclusiva. Buenas prácticas para comunicadores y comunicadoras: Trabajo sin discriminación*. Recuperado de: <http://inadi.gob.ar/contenidos-digitales/wp-content/uploads/2018/06/TRABAJO-AC.pdf>.

INADI (2018b). *Manual de comunicación inclusiva. Buenas prácticas para comunicadores y comunicadoras: Diversidad sexual*. Recuperado de: <http://inadi.gob.ar/contenidos-digitales/wp-content/uploads/2018/06/DIVERSIDAD-SEXUAL.pdf>.

UNICEF (2013). *Por una comunicación democrática de la niñez y la adolescencia*. Recuperado de: <http://www.defensadelpublico.gob.ar/sites/default/files/por_una_comunicacion_democratica_de_la_ninez_y_la_adolescencia.pdf>.

**Normas aplicables al periodismo y a una cobertura informativa responsable**

Estatuto del Periodista (Ley N° 12908, 1944). Recuperado de: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/43608/norma.htm>.

Ley de protección de datos personales (Ley N° 25326, 2000). Recuperado de: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/60000-64999/64790/norma.htm>

Ley de protección integral a las mujeres (Ley N° 26485, 2009). Recuperado de: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/150000-154999/152155/norma.htm>.

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley N° 26522, 2009). Recuperado de: <https://www.enacom.gob.ar/multimedia/normativas/2009/Ley%2026522.pdf>.

Ley contra la Discriminación CABA (Ley N° 5261, 2015). Recuperado de: <http://www2.cedom.gov.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley5261.html>.

OEA (1969). Convención Americana sobre Derechos Humanos. Recuperado de: <https://www.oas.org/dil/esp/tratados_B-32_Convencion_Americana_sobre_Derechos_Humanos.pdf>.

**Políticas y guías de buenas prácticas para el periodista usuario de medios sociales**

AFP (2011). *Guía para la participación de periodistas de AFP en redes sociales*. Recuperado de: <http://bit.ly/HGgmUQ>.

AP (2013). *Social Media Guidelines for AP Employees*. Recuperado de: <http://bit.ly/1lFnqFD>.

BBC (2011). *News: Social Media Guidance*. Recuperado de: <http://bbc.in/nGIxiU>.

BBC NEWS GROUP (2015). *Social Media Guidance for Staff*. Recuperado de: <http://bbc.in/1BEXApR>.

EFE (2011). *Guía para empleados de EFE en redes sociales*. Recuperado de: <http://bit.ly/IKyuQr>.

ESPN (2011). *Social Networking for Talent and Reporters*. Recuperado de: <http://bit.ly/nU60fj>.

FOPEA (2013). *Guía para el uso responsable de medios sociales*. Recuperado de: <http://bit.ly/11wAHtr>.

NPR (National Public Radio) (2012). *Ethics Handbook: Social Media*. Recuperado de: <http://bit.ly/xSsdsY>.

REUTERS (2013). *Handbook of Journalism: Reporting From the Internet And Using Social Media*. Recuperado de: <http://bit.ly/1aWoeUO>.

WASHINGTON POST (2011). *Digital Publishing Guidelines: Social Media*. Recuperado de: <http://wapo.st/nnZTBk>.

**Metodología de cursada y evaluación**

El seminario tiene una estructura teórico-práctica. Los contenidos temáticos se desarrollarán a partir de exposiciones, lecturas específicas, análisis de coberturas periodísticas y análisis deontológicos comparados. Las actividades de aprendizaje de los maestrandos consisten en el estudio de antecedentes, búsqueda de casos testigo, profundización y elaboración de propuestas de autorregulación.

Las clases constan de una parte expositiva abierta al intercambio con los maestrandos sobre la base de sus conocimientos y experiencias. Para ello, se utilizan presentaciones elaboradas para cada clase, las cuales sirven como material de soporte. Las actividades prácticas de las clases consisten en:

* análisis grupal de coberturas e informes periodísticos seleccionadas por el docente;
* registro y profundización de casos propuestos por los mismos maestrandos;
* presentación y discusión de los resultados de los trabajos parciales grupales elaborados por los maestrandos;
* exposición individual de los maestrandos del avance de su trabajo final.

El seminario se evalúa a través de la realización de 4 entregas parciales: 2 informes de lectura (trabajo individual); 1 propuesta deontológica para medios públicos, privados o sin fines de lucro (trabajo grupal); 1 informe de observación sobre el uso de redes sociales con fines informativos (trabajo grupal). La calificación final para la aprobación del curso corresponde al desarrollo de un trabajo final individual, que consiste en la búsqueda, selección y análisis personal de un caso de ética, con anclaje en la base teórica trabajada en el curso, la normativa y los códigos deontológicos para el periodismo y los profesionales de la comunicación.