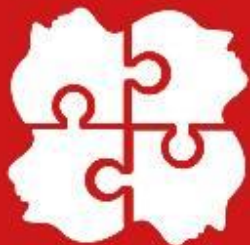


CENTRO DE ESTUDIOS
CONVIVENCIA



...pensando Cuba

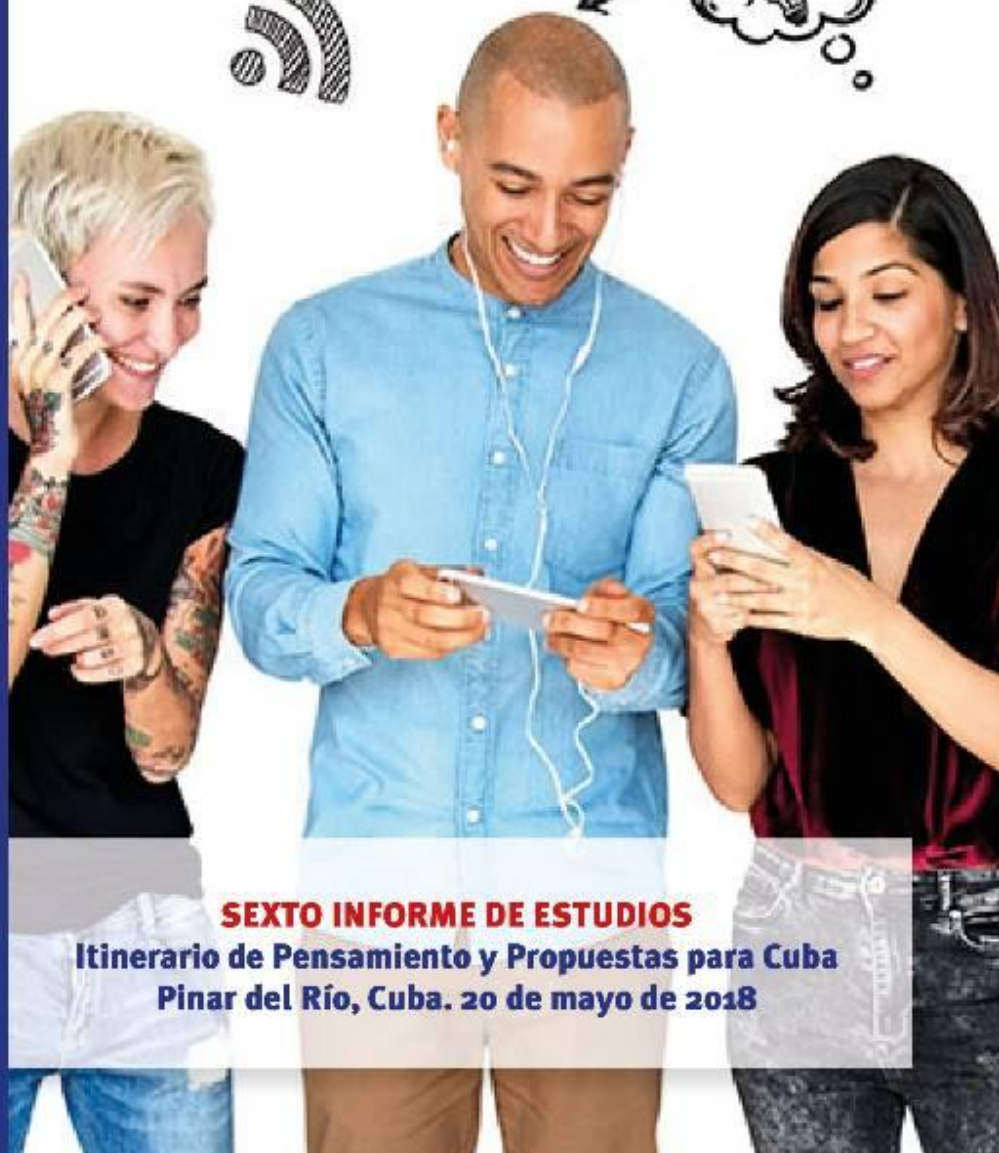
www.centroconvivencia.org

ISBN: 978-628-95212-1-4

RESULTADOS DE ESTUDIOS

**LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
SOCIAL Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS
DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES
(MCS-TICS) EN EL FUTURO DE CUBA**

VISIÓN Y PROPUESTAS



SEXTO INFORME DE ESTUDIOS

**Itinerario de Pensamiento y Propuestas para Cuba
Pinar del Río, Cuba. 20 de mayo de 2018**

ISBN: 978-628-95212-1-4

©Centro de Estudios Convivencia (CEC), 2018

Pinar del Río, Cuba

www.centroconvivencia.org

@CEConvivencia

Se permite la reproducción parcial o total siempre que se indique la fuente.

CENTRO DE ESTUDIOS CONVIVENCIA

El *Centro de Estudios Convivencia* (CEC) es un espacio plural e incluyente, independiente y no lucrativo, de la sociedad civil cubana, que trata de inspirar, crear y difundir ideas a través de sus estudios e iniciativas de formación ética y cívica. Es un centro de pensamiento y propuestas, conformado por ciudadanos de muy diversas opciones filosóficas, políticas y religiosas, que están interesados en debatir ideas, hacer estudios y proponer soluciones sobre aspectos de la vida de nuestro país, con el fin de contribuir a que, cada vez más, los cubanos y cubanas se informen, comprometan y contribuyan al mejoramiento de la nación y de su futuro. El CEC intenta contribuir a la unidad de la nación cubana tendiendo puentes de estudio y convivencia entre la Isla y su Diáspora. El CEC difunde sus ideas y propuestas constructivas por medio de su revista digital *Convivencia*, talleres, encuentros de estudio sistemáticos, en las redes sociales y, especialmente, publicando los resultados de sus estudios en su sitio web: www.centroconvivencia.org

SEXTO INFORME DE ESTUDIOS:

“LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL (MCS) Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES (TICs) EN EL FUTURO DE CUBA: VISIÓN Y PROPUESTAS”

RESUMEN EJECUTIVO

El *Centro de Estudios Convivencia* realizó el IV Encuentro del Itinerario de Pensamiento y Propuestas para Cuba entre septiembre y diciembre de 2017 en la Isla y los días 17-18 de febrero de 2018 en la Diáspora, en la Universidad Internacional de la Florida (FIU), Miami, EE.UU. Los temas escogidos para su estudio fueron: “La Agricultura en el futuro de Cuba” y “Los Medios de Comunicación Social-TICs en el futuro de Cuba”. A continuación presentamos un breve resumen ejecutivo, o *abstract*, que puede ser ampliado consultando el Sexto Informe de Resultados sobre agricultura que publicamos íntegramente en nuestro sitio web: www.centroconvivencia.org en la ventana [Propuestas](#).

VISIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y LAS TICs EN EL FUTURO DE CUBA:

Cuba avanza hacia el desarrollo de los Medios de Comunicación Social (MCS) y las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs) se desarrollan teniendo como prioridad fundamental el respeto por la dignidad de toda persona humana, su integridad espiritual y moral, sus derechos y deberes cívicos y políticos. El uso de los MCS y las TICs se basa en los principios de libertad y responsabilidad personal. El libre acceso a todos los medios será universal. Los Medios y las TICs se usan de forma ética y responsable de manera que contribuyan a la difusión de la cultura, la siembra de valores y virtudes, la educación, la información, la formación de la opinión pública y el Desarrollo Humano Integral. Los Medios y las TICs no son usados para difundir cualquier forma de terrorismo, violencia, fanatismo, discriminación, fobia, difamación o descalificación de toda persona, sin distinción y cualquier ataque contra personas, grupos, el orden y la convivencia ciudadana y la moral pública. Estas son las únicas limitaciones a la libertad de expresión, información, comunicación y al debate público. Se rescata la tradición liberal de los medios de comunicación cubanos, los valores del periodismo, inspirados por ejemplos como el Padre Félix Varela, especialmente en “El Habanero” y sus “Cartas a Elpidio”, entre otros; y en José Martí, especialmente con “Patria” y el “Manifiesto de Montecristi”, entre otros, como ejemplos del periodismo ético, cultural y político.

Es necesario consensuar un Código de Ética de los MCS y las TICs en cada Medio y en el País, según los reconocidos estándares internacionales que se mencionan en este informe y otros.

Esta visión exige la renovación de la formación de profesionales de las ciencias de las comunicaciones sociales, la informática y las telecomunicaciones, y de otras especialidades, para que gestionen la modernización de los MCS y las TICs cultivando un sano equilibrio entre la libertad de expresión, la búsqueda y defensa de la verdad y una ética de la informática y las comunicaciones.

Es necesario redactar, discutir y aprobar una “Ley para la Libertad de Expresión, la Prensa y el Desarrollo de la Sociedad de la Información y las Comunicaciones”, que garantice a implemente en la práctica esta renovadora visión dentro de un marco jurídico integrador, coherente y lo más simple posible que ofrezca seguridad, orden, derechos y deberes a personas, asociaciones e instituciones, relacionados con este sector y contribuya a que la Nación cubana avance hacia una sociedad de la información y las comunicaciones.

**IV ENCUENTRO DE PENSAMIENTO Y PROPUESTAS PARA CUBA
PINAR DEL RÍO, SEPTIEMBRE-DICIEMBRE DE 2018
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA FLORIDA, 17 y 18 DE FEBRERO DE 2018**

SEXTO INFORME DE ESTUDIOS:

**“LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL (MCS)
Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES (TICs)
EN EL FUTURO DE CUBA: VISIÓN Y PROPUESTAS”**

El *Centro de Estudios Convivencia* (CEC) ha venido haciendo un Itinerario de creación de pensamiento y propuestas para el futuro de Cuba, habida cuenta de que no solo es necesario trabajar por cambios en Cuba sino prever y consensuar, de forma plural e incluyente, hacia dónde queremos que nos conduzcan esos cambios. Sin saber hacia dónde queremos ir difícilmente podremos encontrar una salida adecuada.

Estas han sido las etapas del Itinerario de Pensamiento realizadas hasta la fecha:

- I Encuentro de Pensamiento y Propuestas para Cuba: **“La economía cubana a corto, mediano y largo plazo”**. En la Isla, 12 y 13 de septiembre de 2015, con la participación de 22 personas. En Miami, St. Thomas University y Florida International University (FIU), 10 y 11 de octubre de 2015. Participaron 40 personas: 29 personas de la Diáspora y 11 personas de la Isla.
- II Encuentro de Pensamiento y Propuestas para Cuba: **“Marco Jurídico y Tránsito Constitucional para Cuba”**. En la Isla, 23 y 24 de abril de 2016, con la participación de 25 personas. En Miami, en Florida International University (FIU), 23 y 24 de julio de 2016, con la participación de 31 personas, de ellas 10 de la Isla.
- III Encuentro de Pensamiento y Propuestas para Cuba: **“Cultura y Educación en el futuro de Cuba: Visión y Propuestas”**. En la Isla, de septiembre a diciembre de 2016 en pequeños equipos y por vía digital. En Miami, en Florida International University (FIU), 28 y 29 de enero de 2017, con la participación de 35 personas, de ellas 9 de la Isla.
- IV Encuentro de Pensamiento y Propuestas para Cuba: **“La Agricultura y los Medios de Comunicación-TICs en el futuro de Cuba: Visión y Propuestas”**. En la Isla, de septiembre a diciembre de 2017 en pequeños equipos y por vía digital. En Miami, en Florida International University (FIU), 17 y 18 de febrero de 2018, con la participación de 37 personas, de ellas 6 de la Isla.

A continuación publicamos un compendio de los aportes emanados en ambos pulmones del Centro: Isla y Diáspora.

I. CONCEPTOS

1. **Sector terciario de la economía:** es el sector económico que engloba las actividades relacionadas con los servicios no productores de bienes. Componen este sector, servicios tales como los medios de comunicación, especialmente los medios de comunicación de masas o sociales (periodismo escrito -prensa-, radio y televisión); las telecomunicaciones, especialmente los medios personales (telefonía); otras aplicaciones de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), especialmente la informática e Internet; el comercio (mayorista, minorista, franquicias); actividades financieras (banca, seguros, bolsa y otros mercados de valores); servicios personales, los más importantes de los cuales son los que se identifican con el estado de bienestar (especialmente educación, sanidad y atención a la dependencia -servicios públicos, se presten por el Estado o por la iniciativa privada), pero también otros (como las peluquerías); servicios a empresas de

cualquier sector, como la gestión y administración de empresas (incluyendo el nivel ejecutivo); la publicidad y las consultorías y asesoramientos económico, jurídico, tecnológico, de inversiones; función pública, administración pública, actividades de representación política y de servicios a la comunidad, como las actividades en torno a la seguridad y defensa (ejército, policía, protección civil, bomberos, etc.); las actividades en torno a la justicia (jueces, abogados, notarios, etc.); hotelería y las actividades en torno al turismo; actividades en torno al ocio, la cultura, el deporte y los espectáculos, que incluyen las llamadas industrias audiovisuales o de imagen y sonido (industria musical, industria cinematográfica y similares, como los videojuegos), transporte y comunicación (según se trasladen mercancías o información).

2. **Sector cuaternario de la economía:** algunos autores separan del sector terciario una parte de la economía que está basada en el conocimiento e incluye servicios tales como la generación e intercambio de información, los medios de comunicación, especialmente los medios de comunicación de masas o sociales (periodismo escrito -prensa-, radio y televisión), las telecomunicaciones, especialmente los medios personales (telefonía), otras aplicaciones de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), especialmente la informática e Internet. Incluyen también en este cuarto sector las consultorías, investigación y desarrollo, planificación financiera y otros servicios. Como no existe acuerdo entre los economistas sobre la división de estos sectores, su uso, sus definiciones y contenidos varían según el autor y de hecho, algunos incluyen al ocio y entretenimiento.
3. **Medios de Comunicación de Masas (MCM) (*Mass Media*):** son los instrumentos, o forma de contenido por la cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Se diferencia de los medios de comunicación social (MCS) por los contenidos y el destinatario que en estos son despersonalizados y muchas veces manipuladores y acríticos. Se consideran “Medios masivos de comunicación o de masas” a aquellos medios de comunicación recibidos simultáneamente por una gran audiencia, equivalente al concepto sociológico de masas o al concepto comunicativo de público. En este sentido del término “masa”, se considera un receptor despersonalizado, con poca o ninguna conciencia crítica, con pocos recursos para evaluar y escoger. La finalidad de estos medios de comunicación podría ser, según la fórmula acuñada específicamente para la televisión, formar, informar y entretener al público que tiene acceso a ellos. Atendiendo a los intereses que defienden, buscan el beneficio económico del empresario o grupo empresarial que los dirige, habitualmente concentrado en grandes grupos de comunicación multimedia, e influir en su público ideológicamente y mediante la publicidad. Se dirigen a un grupo numeroso de personas que cumpla simultáneamente con tres condiciones: ser grande, ser heterogéneo y ser anónimo. Su constante evolución y desarrollo va desde la primera forma de comunicarse entre humanos que fue la de los signos y señales empleados en la prehistoria, cuyo reflejo en la cultura material son las distintas manifestaciones del arte prehistórico. La aparición de la escritura se toma como hito de inicio de la historia. Desde los vinculados a la escritura y su mecanización (impresión –siglo XV–) hasta los medios audiovisuales ligados a la era de la electricidad (primera mitad del siglo XX) y a la revolución de la informática y las telecomunicaciones (revolución científico-técnica o tercera revolución industrial –desde la segunda mitad del siglo XX–), cada uno de ellos esenciales para las distintas fases del denominado proceso de globalización. Los medios de comunicación de masas son solo instrumentos de la comunicación de masas y no el acto comunicativo en sí. Se basa en un tipo de influencia sobre grupos anónimos. La idea de influencia implica la utilización, por parte del influenciador, de recursos suficientes para imponer su criterio y voluntad propia sobre el destinatario o influenciado. Se trata de un mecanismo, bien de refuerzo de actitudes, o bien de posibilidad de cambio de actitudes y comportamientos, lo que incluso puede afectar a los valores y creencias colectivas, de grupos reducidos o amplios (naciones). Aunque los procesos de influencia social y cultural tienen estrechas relaciones con el ejercicio efectivo del poder, se caracterizan por la ausencia de coacción e incluso de amenaza. El poder siempre se caracterizó por su capacidad y recursos para influir socialmente; que en la sociedad de masas se intensifican.
4. **Medios de Comunicación Social (MCS) (*Social Media*):** para algunos autores, los MCS son aquellos mismos instrumentos, o formas de contenido por los cuales se realiza el proceso comunicacional o la comunicación entre personas y comunidades, pero que se diferencian de los MCM en la creciente

conciencia crítica y personalización que esos Medios han alcanzado y pueden alcanzar tanto en la calidad de sus contenidos como en la educación de sus receptores y la personalización de los mensajes, la voluntad creciente de disminuir la manipulación, la independencia y pluralidad de opciones, y sobre todo, la no consideración de los receptores como una “masa” anónima sino como una comunidad cada vez más consciente, intercomunicada con esos Medios y entre sí. Desde esta concepción una posible visión futura podría ser la transición desde unos Medios de Comunicación Masivos (MCM) hacia unos Medios de Comunicación Social (MCS) trabajando por una transformación profunda de los emisores hacia un mayor respeto y personalización del mensaje y una mayor calidad de sus servicios informativos, la objetividad, la transparencia, la inmediatez, la intercomunicación en vivo con los receptores, la no manipulación ni del mensaje, ni de los receptores, y la adopción voluntaria, efectiva y consciente de un código de ética. También debe tener lugar una transición de los receptores desde una condición de masa a una condición de comunidad de personas libres, conscientes, críticas, intercomunicadas y educadas que no se dejen manipular. Debería existir un código de ética personal que les permita elegir y discriminar a los medios por su ética, calidad y objetividad.

5. **Mensaje:** es el contenido de la comunicación. Formas simbólicas que se han creado generalmente para representar intenciones particulares del emisor, pero que están abiertas a muchas interpretaciones posibles.
6. **Polisemia o multisemia:** es la idea de que todas las formas simbólicas no solo tienen varios sentidos posibles para muchas personas diferentes, sino que además tienen múltiples sentidos para un mismo individuo. Concepto procedente de la semiótica que afirma que los signos (los símbolos, las imágenes) tienen muchos sentidos posibles y por lo tanto están sujetos a muchas interpretaciones.
7. **Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs):** se entiende en esta propuesta como los *hardware* y *software*, o medios relacionados con la computación, la informática, la Internet, las redes sociales y los teléfonos móviles, *tablets*, etc. Como en los MCS, las TICs conforman un sistema instrumental que contribuye a la generación, transmisión e intercambio de información, de valores, de formación de estados de opinión, de publicidad, de debate público y de entretenimiento a grandes sectores de la sociedad y a nivel global. En algunas investigaciones contemporáneas los MCS incluyen a las TICs y viceversa.
8. **Redes sociales:** son aquellas intercomunicaciones múltiples y libres entre personas y grupos fruto de la globalización de la Red de redes o Internet y de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones como los ordenadores y los teléfonos inteligentes. Gracias a estas redes, que se van tejiendo espontáneamente según los intereses de sus miembros y del resto de los internautas, las personas, organizaciones, movimientos sociales, e incluso instituciones gubernamentales, y hasta presidentes y el Papa han podido entrar en comunicación directa e inmediata con sus seguidores y con los medios de comunicación social sin necesidad de presencia física o lugar determinado de la geografía y del tiempo. El fenómeno de las redes sociales es uno de los factores que han ayudado a la creación de la llamada “aldea global”. Su uso es libre, pero se comprueba cada vez con más urgencia la necesidad de la responsabilidad ciudadana para su uso. En algunos países y grupos se están exigiendo leyes que sancionen el mal uso de las redes sociales, su utilización criminal, violenta, pornográfica, racista, discriminatoria, etc. Algunas de estas redes más populares son: **Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube, Twitter, etc.**
9. **Informatización de la sociedad:** es el proceso ordenado y creciente que conduce a todos los sectores de la sociedad a utilizar la información, la informática, los Medios y las tecnologías de las comunicaciones como

un recurso económico que contribuya al avance de la sociedad y las naciones hacia la eficacia, la competitividad, la estimulación de la innovación y la mejora de la producción, la distribución, la comercialización y la calidad de bienes y servicios, con el fin último de hacerle la vida cotidiana más fácil a los ciudadanos y mejorar el nivel y la calidad de vida de las personas, las naciones y la entera comunidad internacional.

10. Sociedad de la Información y las Comunicaciones: “es una sociedad en la que la información se utiliza intensivamente como elemento de la vida económica, social, cultural y política.” (Informe Mundial sobre la Información UNESCO/CINDOC. 1997-98. p. 290). Además, para que una nación pueda considerarse como “Sociedad de la Información” debe tener estos tres sectores desarrollados o, por lo menos, en vías de desarrollo:

- **Sector de la industria de los contenidos de la información:** bienes de propiedad intelectual: escritores, compositores, artistas plásticos y fotógrafos, editores, cineastas, productores de televisión, etc. Otra zona de este sector es la compilación de información: obras de referencia, bases de datos, estadísticas, servicios informáticos en tiempo real; y otro dentro de este es el de la gestión y comercialización de los derechos de propiedad intelectual. Este es el de mayor expansión en términos de valor e importancia económica.

- **Sector de la industria de la difusión de la información:** creación y gestión de redes de comunicación, Internet, y de difusión para transmitir información: redes de TV digital por cable, transmisión por satélite, telecomunicación celular, librerías y bibliotecas virtuales.

- **Sector de la industria del tratamiento de la información:** fabricantes de material electrónico (*hardware*) y productores de programas informáticos (*software*).

11. Cuarto Poder: se llama comúnmente “Cuarto Poder” a los MCS y las TICs por su importancia e impacto en las decisiones políticas, económicas y sociales y en la generación de políticas públicas. Se le dice el “Cuarto” en relación con el Estado de Derecho y los sistemas democráticos que desde Montesquieu consideran que, para el equilibrio y el mutuo control del poder, el Estado moderno debe estar formado por tres poderes independientes y mutuamente controlados entre sí: poder legislativo, ejecutivo y judicial. Los MCS y las TICs son consideradas popularmente como el cuarto poder en las democracias por su independencia y control sobre el poder.

12. Informática: la informática, es una ciencia que estudia métodos, técnicas, procesos, con el fin de almacenar, procesar y transmitir información y datos en formato digital. La informática se ha desarrollado rápidamente a partir de la segunda mitad del siglo XX, con la aparición de tecnologías tales como el circuito integrado, la Internet, y el teléfono móvil. En la informática convergen los fundamentos de las ciencias de la computación, la programación y metodologías para el desarrollo de *software*, la arquitectura de computadores, las redes de computadores, la inteligencia artificial y ciertas cuestiones relacionadas con la electrónica. Se puede entender por informática a la unión sinérgica de todo este conjunto de disciplinas. Se aplica a numerosas y variadas áreas del conocimiento o la actividad humana, como por ejemplo: gestión de negocios, almacenamiento y consulta de información, monitorización y control de procesos, industria, robótica, comunicaciones, control de transportes, investigación, desarrollo de juegos, diseño computarizado, aplicaciones/herramientas multimedia, medicina, biología, física, química, meteorología, ingeniería, arte, etc. Puede tanto facilitar la toma de decisiones a nivel gerencial (en una empresa) como permitir el control de procesos críticos. Entre las funciones principales de la informática se cuentan las siguientes: Creación de nuevas especificaciones de trabajo, desarrollo e implementación de sistemas informáticos, sistematización de procesos, optimización de los métodos y sistemas informáticos existentes, automatización de datos.

13. ASODA: es la sigla que identifica el proceso que ocurre en una Sociedad de la Información y las Comunicaciones cuando se agregan, como un valor añadido a la información, estos cinco procesos interrelacionados entre sí: **A**dquisición, **S**elección, **O**rganización, **D**ifusión y **A**lmacenamiento, sea cual sea

el formato en que se procese dicha información. Para alcanzar un verdadero desarrollo de una sociedad de la Información y las Comunicaciones (o dicho de otro modo, para lograr la informatización de la sociedad) cada uno de estos cinco valores añadidos (ASODA) deben estar presentes en todos los ámbitos de la sociedad y alcanzar niveles de eficacia, fácil acceso y sencilla utilización.

- 14. Aldea global:** término ideado por el investigador Marshall McLuhan para designar el nuevo modelo de sociedad surgido a partir del avance de las nuevas tecnologías de la comunicación.
- 15. Mediación tecnológica o informática:** intervención de la tecnología de las comunicaciones en la interacción social, particularmente la influencia que ejercen los medios masivos en la difusión de ideologías o culturas.
- 16. Estudios de la comunicación:** disciplina académica originada en los Estados Unidos que pone el acento en el estudio del discurso público, el lenguaje y el habla, así como en la interacción interpersonal, organizacional e intercultural. Es también conocida como Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social y constituyen currículos o carreras académicas.
- 17. Periodismo:** es una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a hechos del presente o el pasado. Como disciplina el periodismo se ubica en algunos países dentro de la sociología y en otros entre las Ciencias de la comunicación. El periodismo persigue crear una metodología adecuada para poder presentar cualquier tipo de información valiosa, buscar fuentes seguras y verificables. Dada la evidente influencia del periodismo en la sociedad, se ha desarrollado una deontología profesional constituida por una serie de normas y deberes éticos -ética periodística-, que guían la actividad del periodista. Dichos códigos deontológicos son emitidos generalmente por los colegios profesionales en los países en que estos existen. En general, estos códigos postulan la independencia de los medios respecto a los poderes políticos y económicos. El periodista queda sujeto a su obligación de actuar con la mayor diligencia posible en el acceso a las fuentes y en el contraste de opiniones confrontadas.
- 18. Periodismo digital:** también llamado *ciberperiodismo*, designa la modalidad del periodismo que tiene a Internet como entorno principal de desarrollo, así como a las redes y dispositivos digitales en general. Según palabras de Ramón Salaverría, «es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos». Esta modalidad del periodismo es fruto del desarrollo de las nuevas tecnologías, ocurrida muy especialmente desde finales del siglo XX. Los medios de comunicación social como la radio, la televisión, la prensa, el cine y otros, con sus diferentes géneros y modos de expresión, han ido incursionando en el nuevo medio de comunicación social del siglo XX. En la actualidad es posible sintonizar emisoras, ver canales de televisión, películas, música, leer periódicos y demás en el Internet. En consecuencia, se habla de radio digital, televisión digital y prensa digital para referirse a los medios que se transmiten utilizando la tecnología digital, más versátil y con más prestaciones que la antigua analógica o que se emiten por el llamado ciberespacio.
- 19. Periodismo ciudadano o periodismo 2.0:** es cuando cualquier ciudadano asume el servicio de comunicador social de forma independiente o asociado. También llamado periodismo participativo o periodismo público o periodismo democrático o periodismo de la calle, es un movimiento en el que son los propios ciudadanos quienes se convierten en informadores. El ejercicio de este derecho está amparado en la Declaración Universal de los Derechos Humanos aprobada por la ONU el 10 de diciembre de 1948, en su artículo --- que establece que todos los individuos tienen derecho no solo a recibir información y opinión, sino también a difundirla por cualquier medio de expresión. El término periodismo ciudadano se comenzó a popularizar gracias a Internet a finales de los 90 y principios de los 2000. En el siglo XXI, fue el norteamericano Dan Gillmor quien acuñó el nombre de Periodismo Ciudadano o Periodismo 2.0 por Internet, a través de la plataforma de Youtube. El inicio de este tipo de periodismo está ligado con el de los medios de comunicación comunitarios, que son aquellos que pertenecen a una asociación sin ánimo de lucro (no hay reparto de beneficios), que gestiona y dirige el proyecto, que no realizan proselitismo religioso ni partidista, y cuyos objetivos son profundizar en la democracia con más participación ciudadana, dar voz a

quienes no la tienen, y hablar de lo que no se habla en los medios. Cualquier ciudadano que quiera puede participar de estos medios haciéndose socio.

- 20. Periodismo de propuesta:** surge en el año 2000, como un tipo de periodismo, por medio de un proyecto creado por Guillermo Molina Villarroel, con el fin de corregir y cambiar las intenciones a la hora de comunicar, debido a las propuestas rutinarias de los años ochenta y noventa del periodismo cívico y de servicio. El “periodismo de propuesta” parte del hecho de informar, resaltando que desde el periodismo sí sería posible dar soluciones si se mirara más allá de lo que se quiere informar y de los intereses mediáticos, y para esto el periodista debe hacerse valer y exigir que su información no se vea afectada por lo comercial, señalando que si su información no lo lleva a la búsqueda de soluciones no sirve de nada. Además de que el periodista debe entender que su servicio no es solo el de informar sino que su ética debe impulsarlo a buscar, cambiar, y dar su libre opinión así sea de inconformidad; partiendo de este hecho y de que todos entiendan que la información que se debe emitir como periodista debe ser para un aporte positivo. La sociedad de masas tiene derecho a estar informada con la verdad y con algo que le aporte. De esta manera, la violencia simbólica acabará y dejará de ser un inconveniente más en la realidad a la que nos vemos enfrentados (Cf. basado en el texto de Javier Darío Restrepo “Periodismo más necesario que el pan”). Tomás Eloy Martínez, escritor y periodista argentino, afirma en “El lenguaje del periodismo futuro”: “El periodista no es un agente pasivo que observa la verdad”, explicando que en el gran periodismo se deben descubrir los modelos de realidad que se avecinan.
- 21. El secreto profesional periodístico:** una garantía que da a la fuente el derecho a no ser revelada su identidad. Sin embargo, hay que considerar que según varios Códigos Deontológicos, si la información que ha revelado dicha fuente pone en peligro la vida de las personas o se demuestra que esta ha falseado su contenido de forma consciente, el periodista está en la obligación de no reservar la confidencialidad de la fuente.
- 22. El plagio o “refrito”:** Mario Alfredo Cantarero define el plagio como el acto de copiar en lo sustancial obras ajenas, dándolas como propias. Para la Federación Internacional de Periodistas (FIP), en su declaración de principios, adoptada en el Congreso de Helsingor (Dinamarca), en junio de 1986, “el plagio comparte rango de gravedad con otros comportamientos reprobables: la distorsión malintencionada; la calumnia, la maledicencia, la difamación, las acusaciones sin fundamento, la aceptación de alguna gratificación como consecuencia de la publicación de una información o su supresión”.
- 23. Diferencia entre la libertad de expresión y la libertad de información:** en ocasiones se hace complicado distinguir ambas libertades, puesto que el objeto es el mismo: comunicar “algo”; y es precisamente ese “algo” lo que las distingue. El derecho a expresarse libremente es uno de los más fundamentales, ya que es esencial para luchar por el respeto y promoción de todos los demás derechos humanos. Por tanto, la libertad de expresión se refiere a materias opinables, mientras que la libertad de información son hechos noticiables. El mayor contenido institucional que tendría el derecho a la información también es una característica que las distingue, si bien es cierto que las dos son indispensables para la formación de una opinión pública libre. La libertad de información es, por tanto, el derecho a recibir información y la potestad que tiene todo el mundo para poder difundir información. Y la libertad de expresión, por su parte, es el derecho a manifestar opiniones.
- 24. El Derecho al honor, la intimidad y la propia imagen:** el derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen se reconocen como Derechos Fundamentales y como fundamento del orden y de la paz social. Se

trata de derechos inalienables, irrenunciables e imprescriptibles, por lo que en caso de colisión con el derecho a la libertad de expresión y de información, prevalecerán los primeros por tratarse de Derechos Fundamentales. Una mención aparte merece la protección de la juventud y la infancia en su relación con los medios de comunicación.

- 25. Derecho al Honor:** es “aquel derecho que tiene toda persona a su buena imagen, nombre y reputación, de tal forma que todos tengan derecho a que se les respete, dentro de una esfera personal cualquiera que sea su trayectoria vital, siendo un derecho único e irrenunciable propio de todo ser humano”. Dimensiones que nos aproximan al honor: **Dimensión subjetiva:** sería el sometimiento de estimación que una persona tiene de sí misma en relación con la conciencia de su propia dignidad moral. Desde este punto de vista, toda persona tiene honor por el solo hecho de ser persona, y este honor es igual para todos. Se atenta contra dicho honor cuando de alguna manera se le niega su dignidad de persona. Una de las formas más extendidas de atentar contra el honor universal es la discriminación. **Dimensión objetiva:** la reputación, el buen nombre o la fama que goza una persona ante los demás. La sociedad que rodea al individuo realiza una valoración de las conductas personales. La adecuada valoración social de los méritos de una persona es lo que normalmente se denomina “honra”. Por su carácter de adecuada, solo puede ser una, y a ella tiene derecho todo hombre. Por otro lado, la opinión que la gente se forma de una persona es lo que se conoce como “fama o reputación”.
- 26. Derecho a la intimidad personal y familiar:** Por “intimidad personal” se entiende el derecho de cualquier persona para reservarse una esfera de la vida propia como secreta e intangible frente a los demás. Además comprendería la capacidad para evitar la manipulación e instrumentalización: derecho a no ser molestado, derecho a participar y controlar las manifestaciones que afecten a esa dimensión propia. **Intromisiones ilegítimas en la intimidad:** Queda prohibido el uso de cualquier aparato de grabación con la intención de invadir la vida íntima de las personas. Así, queda prohibido publicar fotografías tomadas a hurtadillas en la casa de alguien sin su consentimiento. Igualmente ilegal es publicar correspondencia, las cartas privadas son inviolables. La divulgación de hechos de la vida privada de una persona o su familia así como la difusión de contenidos de cartas, memorias y otros textos de carácter íntimo, también son consideradas intromisiones ilegítimas. No se pueden revelar datos privados de una persona o familiar conocidos a través de la actividad profesional (esto es, mi compañero de redacción no puede revelar a los medios lo que yo ganó al mes porque pertenece a mi vida privada). Tampoco pueden revelarse datos sobre la información de una persona, ni siquiera los médicos, salvo que cuenten con una autorización de la persona afectada. La utilización del nombre, la voz o la imagen de una persona con fines publicitarios o comerciales tampoco está autorizada sin su permiso considerándose una intromisión ilegítima. Por último, se considera también intromisión ilegítima, la imputación de hechos o la manifestación de juicios de valor a través de acciones o expresiones que de cualquier modo lesionen la dignidad de otra persona, menoscabando su fama o atentando contra su propia estimación. La divulgación de hechos relativos a la vida privada de una persona que afecte a su reputación, así como la revelación del contenido de cartas, memorias, etc. La revelación de datos privados de una persona conocidos a través de la actividad profesional (médico, abogado...) de quien los revela. Esto supone además una traición de la confianza.
- 27. Derecho a la propia imagen:** Alude a la reproducción de la imagen que, afectando a la esfera personal del titular, no lesionan ni el buen nombre ni la difusión de la vida íntima. Lo fundamental es que en la reproducción de la imagen la persona titular del derecho sea reconocible. Se establecen tres excepciones en las que el derecho a la propia imagen no se protege: **a.** Su captación, reproducción o publicación cuando se trate de personas que ejerzan un cargo público o una profesión de notoriedad y la imagen se capte durante

un acto público o en lugares abiertos a la gente (esto atañe a la gente famosa, a los VIP...). **b.** La utilización de la caricatura de dichas personas, de acuerdo con el uso social. **c.** La información gráfica de un suceso o acontecimiento público cuando la imagen de una persona determinada aparezca como meramente accesoria (esto es, que esa persona no sea la protagonista del hecho noticioso). Por ejemplo, últimamente en las fotos en las que aparecen coches que se ve perfectamente la matrícula y no tienen nada que ver con la noticia se suele difuminar esta. En las personas deben taparse las caras de la gente que aparece por casualidad en la foto o en la grabación para proteger su intimidad. Los casos propuestos en los apartados a y b no serán de aplicación respecto a autoridades o personas que desempeñan funciones que por su naturaleza necesiten el anonimato de la persona que las ejerza, como por ejemplo, un guarda espaldas.

28. La protección de la infancia y la juventud: La protección de los menores constituye un derecho fundamental. Frente a la libertad de información se pueden dar dos situaciones: cuando el niño en concreto es objeto de información, que puede aparecer un conflicto de derechos, o cuando la información es dirigida al niño, donde puede aparecer un conflicto entre el derecho fundamental y un interés común. Cuando el menor concreto es objeto de información. Puede surgir un conflicto entre el libre desarrollo de la persona y el derecho a la información. Se exige, como mínimo, que el menor no sea identificado. En este caso suele prevalecer la protección a la infancia sobre la libertad de expresión. Cuando el menor es destinatario de las informaciones, desde publicaciones generales hasta anuncios de tabaco o alcohol. Se considera que se vulneran los derechos del menor cuando se hace un uso “de su imagen o su nombre en los medios de comunicación que pueda implicar menoscabo de su honra o reputación”. Asimismo, se velará “porque los medios de comunicación en sus mensajes dirigidos a menores promuevan los valores de igualdad, solidaridad y respeto a los demás, eviten imágenes de violencia, explotación en las relaciones interpersonales o que reflejen un trato degradante o sexista”. (Citas de la Constitución española).

29. Opinión pública o estados de opinión: «Por opinión pública se entiende la valoración realizada o expresada –un pronunciamiento sobre un posicionamiento- por determinada comunidad social, acerca de un evento, oportunidad, problema, reto o expectativa que llega a su conocimiento». El estatus social y, por lo tanto, el contexto social en el que se desenvuelve la persona, realizan una influencia explícita en la tendencia o rumbo de dicha opinión compartida por un grupo. La Opinión Pública, se considera dividida o diversificada cuando existan distintas posiciones confrontadas ante determinada cuestión, por razones distintas o al margen de las divisiones de opinión que se puedan esperar por causas de estratificación socio-política. El origen del término viene desde la antigüedad pero ha ido desarrollándose y modificándose: Desde la *doxa* griega, la *vox populi* medieval, la “reputación” o la “apariencia” de Maquiavelo o de Baltasar Gracián, las “murmuraciones varias del pueblo” de Diego Saavedra Fajardo hay toda una serie de precedentes que muestran cómo los gobernantes han tenido, desde siempre, interés por conocer qué piensan de ellos sus súbditos o ciudadanos. Sin embargo, el término “opinión pública” aparece por vez primera en 1750 en la obra de Jean Jacques Rousseau “Discurso sobre las artes y las ciencias”. Walter Lippman, en su libro Opinión Pública (1922) cuestiona que sea posible una auténtica democracia en la sociedad moderna. Esta crítica se fundamenta en su noción de estereotipo, de la cual es inventor: los esquemas de pensamiento que sirven de base a los juicios individuales convierten en ilusoria la democracia directa. El filósofo alemán Jürgen Habermas desarrolló una teoría de gran influencia sobre el surgimiento de la opinión pública. Habermas concibe esta como un debate público en el que se delibera sobre las críticas y propuestas de diferentes personas, grupos y clases sociales. Para Habermas, después de su desarrollo en el siglo XVIII, el espacio público donde es posible la opinión pública y que es “controlado por la razón” entra en declive, puesto que la publicidad crítica dará poco a poco lugar a una publicidad “de demostración y manipulación”, al servicio de intereses privados. Las tesis de Habermas han sido contrastadas críticamente, en lo que se

refiere a la evolución de la opinión pública, por la historiadora francesa Arlette Farge en el libro *Dire et mal dire* (editorial Seuil, París, 1992) donde la autora pone de manifiesto que la opinión pública no emerge solamente de la burguesía o de las élites sociales cultivadas, sino también de la gran masa de la población. Esta, que Farge estudia a partir de los informadores colocados en todo París por el Inspector General de Policía, fragua por sí misma los conceptos de “libertad de opinión” y “soberanía popular”. El sociólogo francés Pierre Bourdieu ha afirmado, de manera célebre, que “la opinión pública no existe”, tomando en cuenta que la estadística no es garantía de imparcialidad, pues al ser un análisis social no hay neutralidad valorativa en la formulación de los protocolos y cuestionarios. Los medios de comunicación, además de tomar postura, difunden las opiniones que desean. Otras críticas residen en temas técnicos tal como el grado de error muestral, tamaño de la muestra, representatividad de la población, etc. Sin embargo, existe en la opinión pública contemporánea un grado alto de confianza a los sondeos debido en gran parte a la influencia de los medios de comunicación. Noelle Neumann desarrolla con notable repercusión su teoría sobre “La Espiral del Silencio” (1995). Según esta autora, el individuo, para no encontrarse aislado, puede renunciar a su propio juicio o evitar exponerlo públicamente si considera que no responde a la opinión dominante o a los criterios que socialmente están considerados como “normales”. Ese temor al aislamiento formaría parte de todos los procesos de conformación de la opinión pública, concepto que mantendría vínculos estrechos con los de sanción y castigo. El Padre Félix Varela, fundador de nuestra nacionalidad, otorgaba gran importancia al “estado de opinión”, pues cuando le preguntaban cómo alcanzar la independencia de Cuba expresaba: “Me preguntan que quién le pone el cascabel al gato. Yo le respondo: Créese el estado de opinión y gato escaldado del agua fría huye.”

II. VISIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES EN EL FUTURO DE CUBA

Proponemos esta visión para el futuro de los MCS y las TICs en Cuba:

Cuba avanza hacia el desarrollo de los Medios de Comunicación Social (MCS) y las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs) se desarrollan teniendo como prioridad fundamental el respeto por la dignidad de toda persona humana, su integridad espiritual y moral, sus derechos y deberes cívicos y políticos. El uso de los MCS y las TICs se basa en los principios de libertad y responsabilidad personal. El libre acceso a todos los medios será universal. Los Medios y las TICs se usan de forma ética y responsable de manera que contribuyan a la difusión de la cultura, la siembra de valores y virtudes, la educación, la información, la formación de la opinión pública y el Desarrollo Humano Integral. Los Medios y las TICs no son usados para difundir cualquier forma de terrorismo, violencia, fanatismo, discriminación, fobia, difamación o descalificación de toda persona, sin distinción y cualquier ataque contra personas, grupos, el orden y la convivencia ciudadana y la moral pública. Estas son las únicas limitaciones a la libertad de expresión, información, comunicación y al debate público. Se rescata la tradición liberal de los medios de comunicación cubanos, los valores del periodismo, inspirados en el Padre Félix Varela, especialmente en “El Habanero” y sus “Cartas a Elpidio”, entre otros; y en José Martí, especialmente con “Patria” y el “Manifiesto de Montecristi”, entre otros, como ejemplos del periodismo ético, cultural y político.

Es necesario consensuar un Código de Ética de los MCS y las TICs según los reconocidos estándares internacionales que se mencionan en este informe y otros.

Esta visión exige la renovación de la formación de profesionales de las ciencias de las comunicaciones sociales, la informática y las telecomunicaciones, y de otras especialidades, para que gestionen la modernización de los MCS y las TICs cultivando un sano equilibrio entre la libertad de expresión, la búsqueda y defensa de la verdad y una ética de la informática y las comunicaciones.

Es necesario redactar, discutir y aprobar una “Ley para la Libertad de Expresión, la Prensa y el Desarrollo de la Sociedad de la Información y las Comunicaciones”, que garantice e implemente en la práctica esta renovadora visión dentro de un marco jurídico integrador, coherente y lo más simple posible que ofrezca seguridad, orden, derechos y deberes a personas, asociaciones e instituciones, relacionados con este sector y contribuya a que la Nación cubana avance hacia una sociedad de la información y las comunicaciones.

III. OBJETIVOS PARA ALCANZAR ESTA VISIÓN

Para alcanzar esta nueva visión sobre el desarrollo de los MCS y las TICs en el futuro de Cuba, proponemos los siguientes objetivos:

- 1. Educar y legislar para que la dignidad plena y todos los Derechos de la persona humana sean el centro, la norma y el fin del desarrollo de una Sociedad de la Información y las Comunicaciones en Cuba,** así como del uso de los MCS y las TICs. Que el acceso a internet sea considerado un derecho humano, y su uso sea libre y universal, siempre y cuando sea utilizado conforme a la ética pública.
- 2. Contribuir con el uso libre y responsable de los Medios y las TICs a sanar el daño antropológico del pueblo cubano** y a motivar en los ciudadanos el conocimiento del uso los Medios y de las TICs en todas sus aplicaciones, promoviendo el uso ético de estos recursos. Mantener una permanente actualización de los recursos tecnológicos.
- 3. Garantizar el derecho de propiedad privada, cooperativa o comunitaria, pública o estatal.** Establecer también las regulaciones legales para los Medios extranjeros que tengan sus corresponsalías en Cuba. En ese marco jurídico debe establecerse las normas de compra-venta de la propiedad, el uso y disfrute de locales, equipamientos e insumos, necesarios para el ejercicio eficiente de la profesión.
- 4. Desarrollar los MCS y las TICs sobre dos principios básicos e igualmente necesarios: libertad y responsabilidad.**
- 5. Garantizar por Ley el libre y universal acceso de todos los ciudadanos a la mayor información posible,** así como a la diversidad y pluralidad de los MCS y las TICs.
- 6. Proponer que los MCS y las TICs, sean usados de forma ética y responsable** de manera que contribuyan a la difusión de la cultura local y universal, a la educación multifacética de los ciudadanos, a la información veraz, a la formación de una opinión pública lo más objetiva posible, al Desarrollo Humano Integral y trabajen en la siembra de valores y virtudes.
- 7. Propiciar espacios para el debate público y el diálogo nacional** a través de los Medios de Comunicación Social y utilizando la potencia modernizadora de las TICs, entendiendo la naturaleza interpretativa del ser humano en cuanto al diálogo y la palabra y resaltando las potencialidades de los Medios, el debate público y el diálogo nacional en la misma democratización de los medios, el desarrollo de la sociedad civil y el desarrollo integral democrático de la Nación.
- 8. Prohibir y penar la difusión por cualquier medio, de cualquier forma de terrorismo, violencia, fanatismo, discriminación, fobia, difamación o descalificación** de toda persona sin distinción, y cualquier forma de ataque personal o a la moral pública.
- 9. Fomentar la formación integral de los comunicadores sociales profesionales,** renovando los programas de las carreras universitarias afines a los Medios, para que sean apegados a la verdad,

competentes, libres, objetivos y respetuosos de los derechos ajenos, no partidarios, con capacidad crítica y responsabilidad ciudadana. Garantizar los derechos de los estudiantes de periodismo en la Universidad, y luego en el ejercicio de su profesión.

10. **Promover y educar para el ejercicio libre y responsable del periodismo ciudadano** teniendo en cuenta que este tipo de servicio cívico es uno de los resultados y logros de la democratización de la información y del papel protagónico que debe desarrollar el ciudadano en la sociedad:
11. **Buscar la mejor relación, mutuamente beneficiosa, entre Información y la soberanía ciudadana**, con el fin de que el acceso a la mayor y más veraz información posible y el uso libre y responsable de los MCS y las TICs, eduque, empodere e interrelacione a los ciudadanos y cultive una amistad cívica que edifique una convivencia pacífica y fraterna.
12. **Buscar la mejor relación, mutuamente beneficiosa, entre Información y Política**, basados en la consecución del bien común y la transparencia en las estructuras y en la administración de los servidores públicos.
13. **Buscar la mejor relación, mutuamente beneficiosa, entre Información y Economía** basado en el principio fundamental de que los intereses económicos no deben manipular, condicionar, ni ocultar la noticia objetiva, la opinión crítica, la denuncia justa ni la propuesta constructiva.
14. **Buscar la mejor relación, mutuamente beneficiosa, entre Información y Cultura**, de modo que los MCS y las TICs contribuyan a promover las raíces culturales, la identidad de la nación cubana, al mismo tiempo que ayuden a la apertura de Cuba a otras culturas y al tejido global.
15. Proponer una **“Ley para la Libertad de Expresión, la Prensa y el Desarrollo de la Sociedad de la Información y las Comunicaciones”** que provea de un marco legal y ayude a poner en la práctica la visión recomendada hacia la informatización de la sociedad y una adecuada ética de las comunicaciones.

IV. **ESTRATEGIAS PARA ALCANZAR ESTOS OBJETIVOS EN EL DESARROLLO DE LOS MCS Y LAS TICs**

1. Favorecer **la difusión y aceptación libre y consciente de los criterios éticos sobre la información y las comunicaciones** mediante estrategias familiares, educativas, jurídicas, administrativas y laborales (especialmente en el ámbito de los mismos Medios y TICs). Para que en una sociedad en que se garantice el derecho a la información por la ley, también se eduque y garantice la posibilidad real de ejercer este derecho manteniendo continuamente un sano dinamismo dialógico entre estos cuatro pares dialécticos:
 - a. **libertad-responsabilidad;**
 - b. **transparencia-seguridad;**
 - c. **veracidad-respeto a la dignidad de las personas;**
 - d. **denuncia-propuesta.**
2. **Educación para que las líneas de trabajo técnico-organizativas estén regidas por criterios éticos** y en el caso particular de Cuba considerar no solo nuestros problemas de “bloqueo informativo”, sino aprendamos también, con honestidad y espíritu crítico, de los serios problemas que se presentan en ese

tipo de sociedades de “desenfreno informativo” en que la falta de escrúpulos en la utilización de la información produce serias violaciones a la intimidad, la dignidad y los derechos de otras personas. Uno de los grandes desafíos de los países que ya están en una fase avanzada del proceso de información-comunicación-conocimiento-desarrollo es la eticidad con que se usa la información, tanto en sus contenidos, como en su difusión y tratamiento. Por eso, desde ahora, en que nuestra situación es, pudiéramos decir, primitiva con relación a esas sociedades de la información y sin una ética de mínimos para su uso, es de suma importancia que utilicemos parte de nuestro tiempo de pensamiento y creación para reflexionar en lo que son considerados y aceptados universalmente como criterios éticos para la búsqueda, el uso y la divulgación de la información.

3. **Asumir y legislar como límites válidos de la Sociedad de la Información y la Comunicaciones aquellos “contenes” que tiene toda libertad cuando se encuentra con la libertad y los derechos de los demás.** La vida en sociedad exige el conocimiento y el buen uso de esos límites que no deben ser nunca para manipular sino para respetar la soberanía ajena. Por ello, surgen conflictos naturales entre el derecho de información, la libertad de expresión y los otros derechos humanos y deberes cívicos. Para la inmensa mayoría de las naciones y organismos relacionados con los medios, estos límites válidos son:
 - a. **Derecho a la intimidad, a la fama y a la imagen;**
 - b. **Secretos de Estado;**
 - c. **Solicitud de información;**
 - d. **Derechos de la bioética, ética médica, privacidad del paciente, consentimiento informado.**
 - e. **Derechos de autor;**
 - f. **Derecho de rectificación;**
 - g. **Derecho a la crítica y censura previa cuando se violen estos límites u otros criterios éticos;**
 - h. **Derecho de los presos y migrantes a la información;**
 - i. **Derecho de fama e imagen en los debates electorales y derecho de igual acceso a la información;**
 - j. **Derecho de libertad de educación y libertad de información;**
 - k. **Requisitos para publicar anuncios;**
 - l. **Requisitos para los medios de comunicación social.**
4. **Buscar la mejor relación mutuamente beneficiosa entre la libertad, acceso a la información y el ejercicio de la soberanía ciudadana** en todo proceso que se considere democrático y democratizador.
5. **Evaluar la mutua relación entre información y ciudadanía** aplicando a Cuba, entre otras fuentes y declaraciones universales de la ONU, el estudio “El derecho de acceso de los ciudadanos a la información pública”, de Alejandro Fuenmayor Espina, Consejero de Comunicación de la UNESCO para América Latina, publicado en 2004. En dicha obra el autor nos presenta algunos criterios de juicio para:
 - Garantizar tres condiciones necesarias para el funcionamiento óptimo de una sociedad democrática: **la eliminación gradual de diferencias económicas marcadas; el sentido de comunidad y un sistema efectivo de comunicación capaz de involucrar y atraer a los ciudadanos hacia la participación pública** (Cf. p. 97).
 - Cultivar este principio: **“Una sociedad funciona mejor si todos los ciudadanos están bien informados”** (p. 298).
 - Aún más, **no somos plenamente ciudadanos si no tenemos libre y plural acceso a la información** necesaria para ejercer la ciudadanía, para ejercer la soberanía desde abajo.

6. **Educación integralmente a los ciudadanos y a los comunicadores en los derechos y responsabilidades** que deben ejercer en una Sociedad de la Información y las Comunicaciones, teniendo como ejes educativos: la primacía de la dignidad y los derechos de la persona humana, el servicio a la verdad y el aporte constructivo de los comunicadores y el periodismo ciudadano en la búsqueda del bien común y la convivencia fraterna y pacífica.
7. **Instaurar en nuestras legislaciones el Derecho de *Habeas data***, lo que hace referencia al viejo recurso del *Habeas corpus*. Es decir, la obligación de las autoridades y de toda institución de presentar y facilitar la información necesaria y que pudiera afectar o beneficiar a cualquier ciudadano, con el debido respeto a los demás derechos, pero con diligencia y transparencia (Cf. p. 35 y 40).
8. **Reconocer y legislar muy bien para Cuba el derecho llamado “*Accountability social*”, es decir, el “Deber de rendir cuentas”,** que surge de la “responsabilidad” de “responder” ante el resto de la sociedad por los “cargos y encargos públicos” recibidos. La transparencia de los Estados y la sociedad civil sobre la información de su gestión y su deber de “rendir cuentas” ante los que le han otorgado parte de su soberanía personal y social. (cf. p. 22).
9. **Buscar, utilizar y brindar la información necesaria para conocer y ejercitar los derechos humanos y deberes o responsabilidades cívicas.**
10. **Elaborar, difundir y educar acerca de una definición particular del concepto de periodismo ciudadano y del delito de intrusismo profesional,** para no coartar el aporte cívico de los ciudadanos que ejercen el servicio de comunicadores, pues la democratización de la información ha generado la participación de muchos no profesionales que desempeñan una función útil a la sociedad. El control del periodismo ciudadano debe observarse esencialmente desde la ética y la responsabilidad, en lo cual las asociaciones de profesionales o no profesionales deben desempeñar un papel rector.
11. **Fomentar la formación de una “sociedad civil virtual” universal, efectiva y dinámica.** Para ello fortalecer el entramado social con la creación de espacios sociales virtuales para el intercambio libre de información. El proceso hacia una nueva dimensión de la democracia directa: la democracia digital o el areópago virtual.
12. **Valorar y promover “Consultorías de Información y Comunicaciones”** que faciliten y eduquen una de las dimensiones más importantes del proceso del empoderamiento de los ciudadanos: Los ciudadanos mal informados ven frecuentemente denegados sus derechos, por falta de medios necesarios para hacerlos valer, razón por la cual algunos autores estiman que se puede distinguir otro tipo de derecho: el derecho a la información y el asesoramiento. Disfrutar de este derecho es estar “armado” para hacer valer todos los demás derechos. (p. 297).
13. **Ofrecer a todos los cubanos y cubanas una formación ética y cívica sistemática,** participativa y permanente, en la familia, y como una asignatura en el sistema nacional y privado de educación, en las iglesias y otras organizaciones de la sociedad civil, especialmente en la búsqueda, utilización y difusión de la información y los MCS-TICs, específicamente del uso de Internet, ya que es decisivo para el futuro de la Nación que hace más de medio siglo que no recibe ni experimenta este servicio de educación para la libertad y la responsabilidad.

- 14. Modernizar la infraestructura del país para un desarrollo óptimo de los MCS y de las TICs** y actualizar sistemáticamente para, junto con las reformas políticas y legales, avanzar ágilmente en el proceso de transformación de una sociedad cerrada y opaca a una sociedad abierta y transparente. En esta estrategia los medios de comunicación social (prensa escrita, radio, televisión, internet, etc.) constituyen un factor decisivo.
- 15. Promover estas diez funciones de los medios de comunicación social para contribuir a mayores grados de democratización**, según el “Informe de la UNESCO sobre la información”:
- a. **Concientización;**
 - b. **Personalización;**
 - c. **Socialización;**
 - d. **Representación;**
 - e. **Educación;**
 - f. **Integración;**
 - g. **Coordinación;**
 - h. **Protección;**
 - i. **Movilización o empoderamiento cívico.**
- 16. Buscar la mejor relación, mutuamente beneficiosa, entre Información y Política basada en estos principios:**
- **El servicio al bien común, base y fundamento de toda gestión política**, se realiza más eficazmente si se crea un marco legal y un hábitat político que favorezca la creación y el desarrollo de las sociedades de la información.
 - **Legislar la Transparencia de la gestión de los asuntos públicos:** “Regulada por la ley, la libertad de información da al ciudadano el derecho al acceso a la información sobre los asuntos públicos, a fin de que pueda hacerse una idea más precisa de aquellos que le gobiernan”, sobre todo del contenido y efecto de su gestión. (Informe UNESCO, p. 297). Esto sería un antídoto formidable contra la corrupción, el tráfico de influencias, el burocratismo y la delincuencia organizada.
- 17. Promover y educar en las relaciones existentes o que deben existir entre Información y política.**
- 18. Garantizar la libertad de conciencia, pensamiento y expresión**, en los que se inscribe indisolublemente el derecho a la información y la comunicación. No basta con el “empoderamiento” de los ciudadanos. Este empoderamiento se vería limitado si, al mismo tiempo, y gradualmente, las estructuras políticas no fueran respondiendo a las demandas y necesidades de unos ciudadanos bien informados y educados para la participación consciente y democrática.
- 19. Colocar a Cuba a la altura de las exigencias de la sociedad de la información y a los cubanos como fin prioritario de ese proceso.** Lograr que los MCS y las TICs desempeñen un papel rector en el ritmo del progreso y generen un cambio en la redistribución de la riqueza social, pues la economía global requiere del progreso global, sin lo cual no puede haber desarrollo humano integral.
- 20. Legislar sobre las restricciones legítimas a las libertades y abolir aquellas limitaciones que se contradicen con la socialización y la aprehensión de la cultura**, sin lo cual no puede lograrse el

desarrollo integral del hombre. En condiciones de precariedad económica y ausencia de libertades no se puede cultivar lo humano en el hombre ni progresar. Por tanto, es necesario propiciar el acceso a la información, la adquisición de la tecnología y de capacidades, para lo cual hay que democratizar la esfera del saber. Las libertades fundamentales y la separación de poderes son componentes esenciales de la sociedad de la información y cimientos de la participación social y de la dignidad humana.

21. **Garantizar el carácter universal de la informatización, lo que supone trabajar por alcanzar la universalización del conocimiento** y la igualdad de oportunidades en la redistribución de la educación, la tecnología y el desarrollo de capacidades. Todo ello implica la conversión del cubano en sujeto activo de los cambios.

22. **Educar, garantizar legalmente y llevar a la práctica “El derecho de acceso...” o “buen gobierno de Internet” o “gobernanza de la Informatización y las Comunicaciones”** que, según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD. p. 102), reconoce quince características esenciales de una gobernabilidad o “buen gobierno”, descentralizado y genuinamente democrático, también, pero no solo, con relación a la Informatización y las Comunicaciones. Estas quince características son:
 - a. **Participación:** Dar voz y voto en política, y acceso y uso en los Medios, donde corresponda, a todas las personas en las decisiones importantes.
 - b. **Imperio de la ley:** Un sistema de leyes justas aplicadas imparcialmente por Tribunales independientes y competentes.
 - c. **Transparencia:** Información directamente accesible, libre flujo de información.
 - d. **Sensibilidad:** De las instituciones, funcionarios, Medios y procesos al servicio de todos los interesados.
 - e. **Orientación al consenso:** Políticos y Medios mediarán intereses en busca de los más amplios consensos y no a la confrontación, la crispación de la sociedad o la lucha de clases.
 - f. **Equidad:** Oportunidad de todos para mantener y mejorar su bienestar, el acceso y utilización de la Información y las Comunicaciones, no igualitarismo descendente e injusto.
 - g. **Efectividad y eficiencia:** Lograr los mejores resultados con el mejor uso de recursos.
 - h. **Responsabilidad:** Quienes deciden la información se hacen responsables ante el público.
 - i. **Visión estratégica:** Buscar las proyecciones a mediano y largo plazo para alcanzar acuerdos consensuados entre líderes, Medios y público, sobre el bien de la sociedad.
 - j. **Legitimidad:** Las autoridades políticas y los responsables de los Medios son, legal e institucionalmente, legítimos cuando son elegidos y evaluados por el voto libre, directo y secreto y por la rendición de cuentas periódica.
 - k. **Prudencia en el uso de recursos:** Políticos y Comunicadores deben explotar los recursos racionalmente y administrarlos prudentemente, es decir, con la debida racionalidad.
 - l. **Responsabilidad ecológica:** Todas las autoridades, los Medios y TICs deben trabajar por la protección del ambiente y el desarrollo sostenible.
 - m. **Empoderador y habilitador:** Todos los actores sociales están empoderados y se crean condiciones habilitadoras; los Medios y las TICs contribuyen a estos procesos de crecimiento humano integral.
 - n. **Asociación:** El gobierno no es autónomo y autosuficiente si no que asocia a ciudadanos, medios de comunicación y grupos cívicos y sociales para fines de colaboración, evaluación, crítica y propuestas.
 - o. **Enraizado en comunidades:** El gobierno y los Medios reconocen y fomentan la práctica del principio de subsidiaridad en todos los niveles múltiples de la sociedad, y respetan cada nivel entendido como comunidades autónomas y autogestionadas.

- 23. Fomentar intercambios entre comunicadores y actores públicos.** Fomentar el capital social en el ámbito de los medios y la informatización de la sociedad. Facilitar la asociación o el intercambio, en espacios públicos y privados, de personas que ejerzan el periodismo ciudadano desde distintos campos: que sean pensadores, médicos, abogados, o de cualquier otra profesión. Así como promover debates entre políticos de diversas ideologías y programas y que estos debates sean organizados y moderados por periodistas profesionales.
- 24. En la relación entre Medios y política debe también regir el principio general: la mayor participación ciudadana y protagonismo de la sociedad civil como sea posible y tanto Estado y legislación como sea necesario,** igualmente válido para toda la sociedad.
- 25. Buscar la organicidad y coherencia, también en el plano político, a estos procesos de apertura a una Sociedad de la Información y las Comunicaciones.** Ese marco legal debe ser generado, institucionalizado y protegido por los poderes legislativo y judicial de cada país según sus propias características pero en observancia del Derecho Internacional reconocido. Como un ejemplo de la investigación realizada por el Dr. Fuenmayor Espina, remitimos a una “Propuesta de ley modelo sobre el derecho de acceso de los ciudadanos a la información pública” (p. 63-85 de Acceso. Caracas, 4 febrero de 2004). No se trata, lógicamente, de copiar mecánicamente, ni mucho menos, sino de tener referentes basados en fundamentos democráticos válidos para todos. Sería quizá muy interesante un estudio comparativo entre este modelo de Ley de acceso a la información y la Ley 88 vigente en Cuba, aunque solo sea por el interés académico y con vistas a la abolición de ésta última y la propuesta de una nueva.
- 26. Proponer que se establezca la obligatoriedad de la transparencia informativa en todos los niveles de gestión pública en la propuesta de Reforma Constitucional en Cuba,** teniendo en cuenta el impacto social de lo que se llama “el silencio administrativo o denegación tácita de información” por parte de organismos e instituciones del Estado, especialmente contra la corrupción y la mala gestión administrativa. En la actual Constitución está establecida claramente la obligación de estos organismos de responder a las solicitudes ciudadanas. No solo a la correspondencia personal o quejas puntuales, sino también a otras iniciativas cívicas, incluso legislativas, que establece también nuestra Constitución vigente (Cf. art. 63 y 88), pero esto no se cumple en todos los casos y no es obligatorio y punible.
- 27. Estudiar las experiencias en otros países y regiones, para evitar caer en errores y excesos de políticas informáticas, equilibrar y sopesar mejor nuestra evaluación crítica y nuestras propuestas.** Hay países que se colocan en uno de estos dos extremos con relación a la información. Por ejemplo, el caso de Singapur en que todo “se inscribe en el marco rígido de una política de información que prevé todos los extremos, mientras que Hong Kong no ha definido prácticamente una política como tal, sino que esta evoluciona en función de las fuerzas del mercado” (Nick Moore, Instituto de Estudios Políticos de Gran Bretaña, “La Sociedad de la Información”, p. 299 del citado Informe UNESCO). Entre estos dos extremos se han logrado situar en una posición más equilibrada, la Unión Europea, Grupo de los 8, Australia, Japón, Canadá, con el criterio de “la explotación de las fuerzas del mercado, pero dentro del marco de una política de información definida. De hecho “la Unión Europea es la primera comunidad de Estados que ha adoptado la inteligencia económica como uno de los vectores importantes de su política de competitividad industrial” (Philippe Clero, Universidad de París II, “Inteligencia económica: retos actuales y perspectivas”, p. 332 del citado Informe UNESCO; la Unión Europea ha asumido un programa cuyo contenido se puede encontrar en el Informe “Hacia la Europa basada en el conocimiento.

La UE y la sociedad de la Información.” (Dirección General de Prensa y Comunicación de la Comisión Europea.)

28. **Buscar la mejor relación, mutuamente beneficiosa, entre Información y Economía** basada en el principio fundamental de que los intereses económicos no deben manipular, condicionar, ni ocultar la noticia objetiva, la opinión crítica, la denuncia justa ni la propuesta constructiva. La verdad y la ética deben estar por encima de los intereses económicos y, tanto los Medios como la Economía ponerse al servicio del desarrollo humano de toda persona y de la sociedad.
29. **Favorecer la evolución tecnológica en el sector de la información** que tiene un fuerte contenido económico: primero, porque proporciona medios aplicables a toda clase de situaciones; segundo, por su capacidad de proceso ha aumentado exponencialmente; y tercero: porque su bajo costo en muchos países lo hace de fácil acceso para muchos.
30. **Proponer y legislar los derechos de propiedad, privada, cooperativa y pública de los MCS en Cuba**, reconociendo también su personalidad jurídica con todos los derechos y deberes inherentes a los Medios, teniendo en cuenta que el no reconocimiento legal de la propiedad de los Medios es una de las serias limitaciones a la Sociedad de la Información y podría ser un factor de cambio para un mayor acceso a la misma.
31. **Contribuir a transitar, con el uso de la cantidad de información y comunicaciones disponibles, hoy y mañana, hacia un desarrollo económico del País.** Sabiendo que se ha recorrido este camino de forma inequitativa e injusta en las distintas regiones del mundo en dependencia de la etapa de desarrollo en que hace el tránsito hacia la Sociedad de la Información y las Comunicaciones: del sector primario (agricultura, silvicultura, industria minera) al sector secundario (industria manufacturera); del sector secundario al terciario (comercio y los servicios) y en él y después de él se ubicaría el sector de la información (o cuarta ola de crecimiento económico).
32. **Promover los apoyos económicos a los medios independientes de comunicación**, por todas las avenidas posibles, con el objetivo de que sean sustentables y la sociedad civil tenga el mayor acceso posible, para así potenciar un debate público libre, responsable y sistemático.
33. **Buscar la mejor relación, mutuamente beneficiosa, entre Información y cultura.** Proponer y educar en estos temas interrelacionados:
 - a. **Tener en cuenta que la cultura es un resultado material y espiritual de la labor humana;** que la educación es un proceso de socialización y aprehensión de esa cultura; que la comunicación es transmisión de ideas, conocimientos e información, es decir de cultura; y que las nuevas tecnologías (TICs) permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información. Entonces es imprescindible el desarrollo humano integral.
 - b. **Educar en el principio de que la primacía de la persona humana implica su desarrollo integral.** Cualquier proyecto social que se proponga ese objetivo tiene que colocar al ser humano como fin, sosteniendo como principio la primacía de la persona, de su dignidad plena, sus DD.HH y sus deberes cívicos. De esa tesis emerge el concepto de **Desarrollo Humano Integral (DHI)**, que incluye sus aspectos internos y externos: hábitos saludables, virtudes y trascendencia, con un sentido de la vida que se desenvuelve en el trabajo, la familia y la sociedad.

- c. **Fomentar las mutuas relaciones entre los MCS y las TICs con la cultura, la educación y el humanismo** de matriz y valores cristianos, como perfil que identifica a nuestra identidad nacional desde sus tiempos fundacionales y también respetando todas las demás creencias, así como el agnosticismo y el ateísmo que se dan en una sociedad pluralista.
 - d. **Promover el respeto de los medios de información hacia la diversidad cultural;** es decir, la búsqueda, la difusión, la cobertura informativa, la promoción en los medios y el acceso a ellos en igualdad de condiciones por parte de todas las manifestaciones culturales, la diversidad en todos los ámbitos y el sano pluralismo.
 - e. **Promover el aporte que deben dar los Medios y las TICs a la cultura y la educación:** debemos tener en cuenta la educación para la salud, la tolerancia, la convivencia, el respeto hacia la diversidad, la libre educación artística, la promoción de valores y virtudes, la protección de la niñez, la juventud y la familia, en todos los canales y medios. Conservar y renovar los canales dedicados a tiempo completo a la educación, el deporte, la cultura, la religión, el debate parlamentario, las tertulias ciudadanas y otros.
- 34. Proponer que las escuelas primarias, secundarias, universidades y otros centros educativos, culturales y sociales garanticen una mayor transparencia informativa** publicando sus programas, disciplinas, rendimientos y su filosofía para que los padres puedan escoger la escuela para sus hijos según datos confiables y comprobables de calidad académica y según sus creencias religiosas o filosóficas.
- 35. Proponer que las escuelas primarias, secundarias, universidades y otros centros educativos, culturales y sociales garanticen,** al mismo tiempo, adecuar y actualizar todos los contenidos y metodologías a todos los niveles de enseñanza y especialidades de modo que el Sistema de Educación de Cuba, sea en el sector público o en el sector privado, incluya y garantice una Educación Informatizada e Intercomunicada del proceso docente-educativo, para desarrollar esta dimensión en la educación integral de los ciudadanos, así como la orgánica utilización de la Informática y los MCS-TICs en la investigación científica y humanística, la extensión universitaria y su inserción en todos los ámbitos de la sociedad.
- 36. Establecer un nuevo currículo de estudios para la formación del perfil humano y profesional del comunicador** que tenga como objetivos cultivar su eticidad personal, su competencia profesional, ambos rasgos basados en el irrestricto respeto a la primacía y dignidad de la persona humana y todos sus derechos, la responsabilidad personal y social, la libertad de expresión, el respeto a la moral pública y personal. Estos espacios de formación de comunicadores deben promover un perfil del periodista cercano a este: El periodista debe ser audaz y a la vez cortés, intenso y a la vez templado. Debe formarse en la excelencia académica y a la vez mantenerse inmerso en la realidad en la que vive sin perderse en una torre de marfil; debe ser libre y al mismo tiempo responsable, veraz y decente, crítico pero no destructivo; distinguir la noticia de su opinión, aunque la brinde; debe ser honrado sin ser santurrón, ético sin imponer moralinas, patriota sin ser patriotero, universal sin perder las raíces, abierto al diálogo sin relativismos morales; respetar la privacidad e integridad de las fuentes de información, sin manipularlas ni inventarlas.
- 37. Las escuelas de periodismo fomentarán también la capacitación y formación de periodistas ciudadanos,** blogueros, youtubers, etc. Se garantiza la libertad de cátedra de periodismo, como en todas las demás especialidades universitarias, solo con la observancia de los principios contenidos en la visión aquí propuesta y lo que establezca la nueva Constitución.

- 38. Promover asociaciones de comunicadores, libres y responsables, según una nueva Ley de Asociaciones** (Cf. II Informe del CEC: Marco Jurídico). Estas asociaciones no podrán fomentar la violencia de ningún tipo, los ataques a la moral personal o pública, ni nada que atente contra la convivencia pacífica. Estas asociaciones o sindicatos defenderán libre y responsablemente los derechos y deberes de los comunicadores frente a todo intento de coartar la libertad de expresión e información que no sean los mencionados explícitamente en estas propuestas.
- 39. Proponer que en la Ley de Medios se garantice que el financiamiento de los MCS y las TICs podrá ser privado, cooperativo y estatal.** Todos tendrán acceso a la propiedad de estos medios con tal que respeten la visión que se propone. El Estado fijará por Ley el respeto a los principios reflejados en la visión propuesta, el ejercicio libre y responsable de los MCS y TICs, así como las obligaciones tributarias y los Tribunales donde se resuelvan justamente los litigios referidos a la manipulación mediática, el respeto a la moral pública, a la fama de las personas sin distinción, al uso de violencia verbal o física, y cualquier acto que viole el marco jurídico fijado por esa Ley en la que se logre un sano equilibrio entre la más plena libertad de expresión y de prensa y el respeto a la moral pública, la privacidad personal, el derecho a la fama, a la imagen y a la integridad física y moral de todos los ciudadanos.

LEYES, ESTRUCTURAS Y ESPACIOS PARA EL DESARROLLO DE LOS MCS Y LAS TICs EN CUBA

- 1. Debatar y aprobar una nueva Ley de MCS y TICs (Cf. II Informe del CEC: Marco Jurídico)** que tenga como fundamento la visión que se propone, reconozca y garantice el libre acceso a los MCS y las TICs, a la libertad de expresión y el desarrollo de calidad de las comunicaciones. Que preserve y defienda los derechos ciudadanos en los MCS y el uso de las TICs. Que promueva y garantice los Derechos y Deberes de los comunicadores, los Medios de prensa, los gestores y usuarios de Internet y una regulación ética del uso de los MCS y las TICs para cuidar la integridad física, moral y espiritual de los ciudadanos, la convivencia pacífica y la moral pública. En esta ley se debe excluir y penar el uso de toda violencia, el terrorismo, los ataques difamatorios y las llamadas “ejecuciones” mediáticas. Exclusión de todo rasgo de “ley mordaza”.
- 2. Proponemos que esta Ley integre, orgánica y coherentemente, la visión, los objetivos y las estrategias sugeridas** en este VI Informe del CEC para la redacción y debate de una nueva Ley de MCS y TICs, así como estos documentos del Derecho Universal. A continuación mencionamos una relación de documentos de carácter universal o regional que tratan, refrendan y algunos vinculan a los Estados firmantes, para que garanticen el ejercicio de la libertad de expresión, de información y de comunicación. Estos son, entre otros, los más importantes:
 - a. Declaración Universal de los Derechos Humanos, ONU, 1948. Art. 19;**
 - b. Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, ONU, 1966. Art. 19;**
 - c. Carta Democrática Interamericana. Art. 4;**
 - d. Convención Americana de DD.HH. Pacto de San José. 1966. Art. 13;**
 - e. Convención Europea de Salvaguardia de los Derechos del Hombre y las Libertades Fundamentales. 4 de noviembre de 1950 en el seno del Consejo de Europa;**
 - f. Hacia una Europa basada en el conocimiento. La UE y la sociedad de la información. Comisión Europea. Dirección General de Prensa y Comunicación. Texto original terminado en octubre de 2002;**

g. Declaración de principios. Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información. ONU, Resolución 56/183.

- 3. Eliminar las leyes que garantizan el control totalitario sobre la sociedad, lo que implica un proceso de recuperación del concepto de ciudadano y su empoderamiento.** Para ello es necesario una reforma constitucional y la ratificación de los pactos de derechos humanos firmados desde el año 2008. Desterrar el falso concepto constitucional de permitir las libertades siempre que no atenten contra el orden establecido.
- 4. Restituir en la nueva Constitución las libertades fundamentales, entre ellas la libertad de expresión y de prensa,** las que permiten la realización de otros derechos y libertades, a la par que constituyen la más desarrollada forma de libertad y una valiosa herramienta para promover la participación. La libertad de prensa asume con el **periodismo ciudadano** su más alta cota conocida en el desarrollo humano; mientras su ejercicio constituye una expresión de dignidad y de libertad de opinión en el ciberespacio.
- 5. Crear el marco legal que garantice el derecho de propiedad privada, cooperativa o comunitaria, pública o estatal.** Así como la regulación legal para los Medios extranjeros que tengan sus corresponsalías en Cuba, la propiedad, el uso y disfrute de locales, equipamientos e insumos, necesarios para el ejercicio eficiente de la profesión.
- 6. Delimitar por ley cuáles serían los casos en que la propiedad sobre MCS o TICs puede ser expropiada o confiscada y la compensación correspondiente** en cada caso. Evitar el uso monopólico de los Medios.
- 7. Despojar a los medios legales de injerencias, decisiones e intereses políticos e ideológicos** acerca del derecho a la propiedad y de la protección de las fuentes.
- 8. Instituir legalmente el derecho de asociación** que permita la creación de asociaciones de profesionales y no profesionales que ejerzan el periodismo sin más permiso que el que emane de la Ley.
- 9. Instituir legalmente que el Desarrollo Humano Integral y el principio de la subsidiariedad** entre las diversas instituciones civiles y estatales para ese fin, sean tenidos en cuenta como las primeras de las prioridades.
- 10. Garantizar legalmente a los poseedores de medios de comunicación y de tecnologías, el derecho de adquirir** todos los medios y capacitación necesarios para el mejor desempeño de su trabajo, fuera o dentro del país.
- 11. Garantizar legalmente la integridad física, moral y espiritual de los comunicadores** y otros trabajadores de la información y establecer penas proporcionadas para quienes coarten, amenacen, persigan o violen de cualquier forma esa integridad personal.
- 12. Legalizar la exclusión del empleo de la violencia física o verbal y las violaciones a la privacidad** en el ejercicio de la profesión de comunicadores, sea en los MCS como en las TICs.

- 13. Crear el marco jurídico necesario para la protección de las fuentes:** Ante la investigación policial, ante los tribunales, ante las presiones de la opinión pública y los mismos medios, y ante los lectores.

VI. NECESIDAD DE CÓDIGOS ÉTICOS DE LOS COMUNICADORES Y LOS MCS Y TICs EN DIVERSOS PAÍSES Y ORGANISMOS INTERNACIONALES: HISTORIA, CONTENIDOS Y FORMULACIONES.

1. Deontología profesional periodística.

- a. Este Informe de visión y propuestas acerca de los MCS y las TICs en el futuro de Cuba ha recibido múltiples y variadas sugerencias acerca de la necesidad de educar para que comunicadores y medios puedan tener la formación necesaria para redactar, discutir y aprobar sus propios Códigos de Ética o Códigos Deontológicos de sus gremios, medios o asociaciones.
- b. Se propone la redacción y la aprobación por parte del gremio, y tras un amplio debate público, de un Código de Ética o Declaración de Principios de los Comunicadores de Cuba.

- 2. La moral, como orden regulador del periodismo:** El objeto (de lo que se ocupa) la moral son acciones humanas y libres. Se refiere a que detrás de cada acción calificada como moral existe una voluntad o finalidad. La idea de libertad se relaciona con el concepto de responsabilidad moral. Supone que quien realizó una acción, lo hizo voluntaria y conscientemente (voluntariedad y conciencia son los requisitos de una acción para luego atribuir al sujeto de la misma, sus consecuencias). En el ámbito del periodismo la moral debe ser entendida a este respecto desde dos dimensiones. Existe una moral social vigente o positiva que impone unos parámetros a la actividad periodística, pero, acompañada de esta –y en buen número de ocasiones enfrentada- está la moral crítica, un concepto con diferentes dimensiones semánticas. En su primera acepción, la moral crítica se equipara a la moral autónoma o individual, opuesta a la moral heterónoma que nos es dada por imposición social. El ejercicio de la profesión periodística, desde el prístino proceso de búsqueda del hecho noticioso y de la relación con las fuentes, hasta la impresión del enfoque de la noticia y la decisión última de la publicación, pasando por todo el proceso del tratamiento de la información, requiere de una constante reflexión moral interna o individual, autónoma de los preceptos de los tres grandes órdenes normativos que regulan la profesión periodística. La moral social vigente guía el ejercicio periodístico, pero no lo condiciona hasta el punto contraproducente y degenerativo de la tiranía. La existencia de una moral crítica no solo es necesaria a nivel corporativo en la profesión, como un proceso necesario de continua revisión y de progresión del periodismo en su función social, sino que también debe ser inherente, a nivel individual, al ejercicio de cada profesional. La moral crítica también debe entenderse en este sentido como la reflexión crítica de los contenidos de una moral correcta, en oposición a la moral heterónoma. El revisionismo moral es una necesidad inherente a la profesión periodística, sobre todo por la función fundamental que desempeña de información de la sociedad en la articulación instrumental del Estado de Derecho. Puede concebirse conceptualmente la existencia de una moral crítica desde el corporativismo del colectivo de los periodistas en general, y desde la reflexión y el revisionismo activo a nivel individual del profesional, autónoma sobre la moral heterónoma, en aras del progreso y de la funcionalidad social de la profesión, y, en un segundo estadio, a favor de la evolución de la propia moralidad. El periodismo no puede obviar la moral positiva o vigente en la sociedad, pero tiene la responsabilidad de trascenderla para contribuir activamente en su proyecto de mejora.

- 3. La Declaración de Principios de Conducta de los Periodistas:** Considera como grave ofensa profesional varios comportamientos ilícitos como son el plagio, la distorsión maliciosa, la calumnia, injuria, libelo, acusaciones infundadas y la aceptación de sobornos en cualquier forma por publicar o suprimir determinada información, la práctica del robo de informaciones por parte del periodista, o cuando la información difundida se basa en datos que han sido ofrecidos por la fuente con la condición de que no se hagan públicos. Es decir, cuando se viola lo que se conoce como un *off the record*. Los códigos deontológicos suelen referirse expresamente a estas informaciones y piden siempre que se respete la confidencialidad, aunque algunos matizan que el *off the record* queda sin validez si otra fuente da la misma información sin imponer restricción alguna. Lo que la fuente no puede hacer nunca es secuestrar la información por la vía de darla *off the record* a los periodistas.
- 4. Los Colegios Profesionales de Comunicadores:** Son corporaciones de Derecho Público compuestas por personas con intereses comunes a las que se encomiendan funciones de provecho social. Por tanto, la existencia de intereses privados de profesionales no legitima el uso de esta figura. Solo la protección de intereses públicos relevantes pueden ser objeto de la actividad de los Colegios Profesionales. Por tanto solo las profesiones que requieren titulación y que cumplen funciones de trascendencia social pueden crear un Colegio Profesional. En el caso del periodismo, la colegiación no resulta obligatoria para el ejercicio de la profesión. De este modo, las normas deontológicas recogidas en los diversos códigos ordenan el ejercicio de la profesión en términos admonitorios, pero sin posibilidad de sanción institucionalizada en caso de incumplimiento. No son normas con carácter coercitivo (entendido desde el Derecho). Las sanciones a las que puede enfrentarse un periodista que incumpla con las normas deontológicas de la profesión son de tipo social: desprestigio, pérdida de credibilidad, exclusión del grupo. La falta de colegiación y adopción de un código deontológico común provoca el ejercicio libre de los periodistas, que actúan bajo los dictados de su propia moral. La regularización de la profesión implicaría eliminar situaciones de conflicto social, como es el caso de las faltas cometidas ante la incorrecta utilización del derecho a la “libertad de expresión”, “secreto en relación a las fuentes utilizadas”. Tampoco parece suscitar controversias la creación de colegios profesionales en el ámbito de la actividad periodística, que velen por la ética y la dignidad profesional y por el respeto debido a los derechos de los particulares y que ejerza la facultad disciplinaria en el orden profesional y colegial (Ley de Colegios Profesionales). Ahora bien, tema bien distinto es el de la colegiación obligatoria. La colegiación, por lo demás, es fuertemente cuestionada por los sindicatos del sector, que prefieren hablar de “trabajadores de prensa” antes que de “periodistas”. No se trata de una cuestión semántica sino de algo de fondo, ya que las organizaciones sindicales ponen énfasis en que son, ante todo, trabajadores y por eso mismo no aceptan la colegiación sino que defienden la sindicalización.
- 5. Principios Fundamentales que debe incluir un Código Deontológico:** Todo país, medio, o asociación relacionada con las comunicaciones debería asumir libre y responsablemente un Código de Ética. Para su redacción se deben tener en cuenta las diversas experiencias en este campo. Se han identificado algunos principios, valores y virtudes que no debían faltar en ningún código de ética de los comunicadores, los medios y las asociaciones. He aquí algunos de esos principios:
- a. La verdad periodística.** Es deber de los comunicadores la búsqueda honesta de la verdad.
 - b. Los derechos y deberes profesionales de los comunicadores.** Que deben ser garantizados por ley y educar para que sean conocidos y respetados.
 - c. Información objetiva y rigurosa.** Debe informarse con honradez, imparcialidad, rigor y responsabilidad, para que la ciudadanía pueda formarse su propia opinión.

- d. **Respeto a la vida privada.** Nos habla sobre el respeto a la intimidad en el trabajo periodístico, así como la identificación de los protagonistas de la información que se publica en el caso de que se puedan causar daños morales tanto en la esfera personal como en el entorno familiar y social.
- e. **Prohibir y proteger de la calumnia y la injuria.** Ambas son incompatibles con el ejercicio de la profesión y constituyen el peor delito en el que podría incurrir el periodista. En todo momento el principio de presunción de inocencia debe respetarse mientras no haya sentencia en contra.
- f. **Trato respetuoso y no descalificaciones.** El insulto quedaría prohibido por la ética periodística y es imprescindible el trato respetuoso a los protagonistas de la información, sin dejarse influir con opiniones personales. El periodista debería evitar todo lenguaje discriminatorio ya sea por razón de raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición y circunstancia.
- g. **El periodista debe explicar la verdad.** La labor convencional de los periodistas suele encontrarse limitada cuando se trata de ejercer su profesión de una forma correcta. Contrastar y ampliar información, otorgar derecho de réplica o acudir a varias fuentes son recomendaciones periodísticas que, habitualmente, se encuentran con limitaciones de espacio y tiempo en las redacciones de los medios. El periodismo electrónico de por sí no puede asegurar más tiempo al periodista para elaborar sus informaciones, pero sí le permite disponer de todo el espacio que requiera para documentarlas además de un factor temporal más flexible a la hora de añadir contenidos tales como ampliación de información, comentarios de lectores, réplica de fuentes, etc.
- h. **El periodista debe respetar a las fuentes y a los sujetos de la información.** La libertad de información del periodismo tradicional se ve ampliada con respecto al resto de la ciudadanía en determinados casos en los que esta entra en conflicto con otros derechos fundamentales (derecho del honor, de la intimidad, de la propia imagen, así como derechos específicos para la infancia y la juventud). Otro aspecto es el trato especial en la relación entre periodistas y fuentes como el derecho al secreto profesional. La esencia de estos derechos no varía por el hecho de estar trabajando en un medio digital, pero la difusión internacional de los contenidos informativos pone en juego multitud de apreciaciones éticas y legislaciones sobre el honor, la intimidad y el carácter público de las personas.
- i. **El periodista no debe mezclar información y opinión.** Los periodistas representan uno de los cauces de información más importantes hacia la ciudadanía. La gran mayoría de los libros de estilo de los medios marcan una clara distinción entre información y opinión, incluso la legislación deja claro que la libertad de información y la libertad de expresión no deben confundirse. Si los medios mezclan información objetiva con información subjetiva están condicionando la veracidad de la misma y, por tanto, limitando la libertad de los ciudadanos.
Pero en un contexto de abundancia de información, uno de los papeles del periodista digital es precisamente el de seleccionar y priorizar información. Por lo que la opinión del informador pasa de ser un elemento secundario al motivo principal por el cual los lectores acuden a él.
- j. **El periodista no debe mezclar información y publicidad.** Partiendo de la raíz de las Ciencias de la Comunicación, se considera que la información y la publicidad son elementos diferentes. Los profesionales del sector perciben a la publicidad como el factor que hace rentable el negocio de la comunicación. En la red esta distinción es mucho más complicada.
- k. **Los periodistas deben respetar los derechos de autor.** La facilidad para copiar informaciones de otro usuario y la dificultad para pedir responsabilidades ha provocado la aparición de asociaciones como *Creative Commons*, una organización sin ánimo de lucro que ofrece un sistema flexible para proteger las obras intelectuales de los internautas, desde “todos los derechos reservados” a “sin ningún derecho reservado”.

1. Los periodistas deben aceptar explícitamente el código deontológico. Para que este apartado sea efectivo es imprescindible disponer de una identidad certificada, una garantía para el receptor de la información que quien firma estos contenidos es 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 el periodista y/o por una asociación profesional. En la red son necesarias más garantías. De la misma forma que el comercio electrónico requiere de servidores seguros, posiblemente la comunicación digital requerirá de informadores seguros y organizaciones de certificación periodística.

6. Información histórica y códigos de otros países, medios, organismos y regiones.

La deontología profesional periodística es un orden normativo que afecta a la actividad periodística. Está formado por un conjunto de normas o principios generales que, en determinadas circunstancias, se sienten como obligatorias. También desarrollan esta función reguladora, entre otros, el derecho y la moral.

Con el fin de informarnos, debatir y adoptar nuestros propios códigos o declaraciones de principios un significativo número de participantes en este estudio han aportado sugerencias, información histórica y códigos de otros países, medios, organismos y regiones:

6.1. Código deontológico: Es un conjunto de normas específicas de la profesión que regulan la conciencia profesional de un informador. Están basadas en dos principios básicos: la responsabilidad social y la veracidad informativa. Además, exigen del profesional un continuo reciclaje y auto-perfeccionamiento profesional. Es un conjunto sistemático de normas mínimas que un grupo profesional determinado establece y que refleja una concepción ética común mayoritaria de sus miembros. Debe tenerse presente que la actividad periodística está regulada, principalmente, por tres grandes órdenes normativos, que son *el derecho*, la normativa de *la deontología profesional* y *la moral*. Por tanto, la deontología profesional y los códigos éticos se nutren de diversas fuentes: de la ética para la justificación teórica, de la moral y del derecho. La deontología, por tanto, es un puente entre la ética y el derecho. Es preciso que el periodista sienta la necesidad moral de realizar el trabajo de acuerdo a unos requisitos de honestidad intelectual fuera de toda razonable sospecha; es aquí cuando surge la necesidad personal de acudir a los principios éticos más unánimes de los códigos deontológicos de la profesión. El código deontológico de la profesión se define como “normas voluntarias de conducta” que señalan “cuál debe ser el camino correcto en la profesión” (Villanueva, Ernesto). Uno de los valores es el ya mencionado de “honestidad profesional en cuanto a la objetividad. Empezando a enumerar principios éticos generales, insistimos también en el grupo derivado de la demanda de libertad de opinión contra la misión del Estado de proteger tanto a la privacidad como a lo público -estos son los principios menos morales y más interesados-. Y por último los que se centran en la talla moral y la responsabilidad social de la figura del periodista. Sobre esto tenemos las palabras del reconocido periodista polaco Kapuscinski: “Un periodista debe ser un hombre abierto a otros hombres, a otras razones y a otras culturas, tolerante y humanitario. No debería haber sitio en los medios para las personas que los utilizan para sembrar el odio y la hostilidad y para hacer propaganda. El problema de nuestra profesión es más bien ético.”

6.2. Declaración de Principios Básicos de la Federación Internacional de Periodistas: En ella se destaca el “respeto a la verdad” y a la libertad de prensa, la condena de la información oculta y la falsificación de documentos, el uso de métodos justos para conseguir noticias, la obligación de rectificar y desmentir la

información que resultase falsa y el secreto profesional. Si la deontología solo se justifica mediante la utilidad legal y a una fachada ética -ornamental- solo queda la salida del cinismo o de la resignación. Es más, el periodista tendría que renunciar, por la imposibilidad de la lucha, a su ética personal primero, y participar en el doble juego de aceptar la autoridad del libro de estilo para defenderse y luego ignorarla cuando la agresividad para escribir la noticia es necesaria, pero no justa. O también se convertiría en un profesional sin escrúpulos y es consciente de su mezquindad moral a la que se enfrenta con cierto sarcasmo y resentimiento.

7. **Origen y evolución histórica de los Códigos de Ética del Comunicador y de los Medios:** Como base para hablar de la existencia de un código deontológico a lo largo de la historia se parte de dos supuestos: La capacidad cultural de codificar normas de conducta que se remonta al surgimiento de las grandes civilizaciones de la Antigüedad, aunque la existencia del periodismo como tal aun está muy lejos. Y la existencia de una actividad profesional que se planteen las normas morales propias de esa actividad. El *Juramento Hipocrático* se considera el primer ejemplo de un código deontológico. En este código se recogen una serie de obligaciones que debían cumplir los médicos, como la conservación de la vida del paciente o la salvaguardia de su intimidad. Mencionamos algunos códigos de ética en la historia:
 - a. **La Declaración de Principios de Benjamin Harris publicada en 1690, *Publick Occurrences Both Forreign and Domestick(en)***, se considera el primer antecedente de un código deontológico del periodismo y el primer periódico americano. Su primer -y único- número, con lo que la categoría de “periódico” perdería sentido, lo abrió Harris con una declaración de los compromisos que iban a guiar su actividad editora y periodística: recoger y difundir las noticias con veracidad y exactitud, acudir a las fuentes, corregir los errores y evitar la difusión de falsos rumores.
 - b. **La Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia en Nueva York creada en el año 1902 por Joseph Pulitzer**, motivado por los malos derroteros que estaba siguiendo el periodismo. El objetivo de esta escuela era el siguiente: a) elevar la calidad periodística; b) establecer parámetros de comportamiento; c) dignificar la profesión; d) mejorar las relaciones con la sociedad. En cierto modo era elevar la profesión periodística al rango universitario y lograr así un enfoque más profesional.
 - c. **El primer Código del Periodismo fue el de la Asociación de Editores de Kansas en 1910.**
 - d. **El «Credo de la Prensa Industrial» en 1913** adoptado por la Federación de Asociaciones del Gremio de la Prensa de EE.UU. estaba orientado a mejorar los estándares éticos de la prensa americana, a partir de la colaboración de propietarios, anunciantes y directores.
 - e. **La «Charte des devoirs professionnels des journalistes français» de 1918. Carta de Deberes Profesionales de los Periodistas Franceses en julio de 1918**, adoptada por el Sindicato Nacional de Periodistas de Francia y revisado en 1923, 1938 y en 1964, cuando sirvió de base a un nuevo código más completo y en la actualidad sigue en vigor. Se firmó en París y en ella se adjudica al periodista la total responsabilidad de sus escritos, incluso si estos son anónimos. La calumnia, las acusaciones sin pruebas o la alteración de documentos, son contrarias a lo dictado en esta carta por el Sindicato de Periodistas Franceses al igual que advierte de la obligación de poner a disposición

judicial si se observase un hecho de tal magnitud. En las primeras décadas del siglo se aprobaron también una serie de códigos en los países escandinavos.

- f. La «Declaración de principios y Código de práctica de Missouri», adoptado en 1921.**
- g. El «Código de ética del periodismo de Oregón», en 1922.**
- h. «Cánones del Periodismo», en 1923,** la recién creada ASNE (Sociedad Americana de Editores de Periódicos) adoptó su famoso código, uno de los más conocidos e influyentes, y vigente hasta 1975 cuando pasó a ser la «Declaración de Principios de la ASNE».
- i. Código de Ética de 1926.** Primer código norteamericano promovido por un colectivo de periodistas y que continúa siendo hoy en día el más reconocido entre los profesionales de EE.UU. y que ha sido revisado varias veces.
- j. El primer código ético de la radio es de 1928** y fue adoptado por la Asociación Nacional de Radiodifusores de EE.UU.
- k. «Código Internacional de Práctica Publicitaria», en 1937** vio la luz el primer código de la publicidad, promovido por la Cámara de Comercio Internacional y que influiría posteriormente en la legislación publicitaria de diferentes países.
- l. Hasta el fin de la Segunda Guerra Mundial en 1945** el fenómeno de los códigos fue minoritario, desconocido para la opinión pública occidental e incluso para los mismos periodistas.
- m. El Informe Hutchins: Una prensa libre y responsable (1947).** En el año 1942, el responsable de la revista *Time*, Henry Luce, consciente de la desviación que había sufrido el periodismo, reflexiona sobre la realización de un estudio y un informe centrado en la situación de los medios de comunicación en ese momento. Para la elaboración de este trabajo pidió la colaboración del rector de la Universidad de Chicago, Robert Hutchins, quien, rodeado de expertos en Ciencias Sociales, plasmó sus conclusiones en este trabajo donde expone la situación de la prensa en los EE.UU. y propone soluciones para aquellos puntos criticables. Uno de los puntos más destacados se centraba en la necesaria intervención gubernamental para solucionar los problemas que se enumeraban en el trabajo. La prensa rechazó el informe y fue este punto el que mayor rechazo suscitó en la prensa norteamericana. El informe Hutchins dio lugar a una teoría, a una doctrina: Teoría de la Responsabilidad Social de la Prensa. Configuración teórica de una primera doctrina donde se reflejaba la enorme influencia de la prensa para dirigir la opinión pública a favor de los dirigentes del medio. De esta teoría surgirá con posterioridad el concepto de Responsabilidad Social de los Medios.
- n. Declaración de Deberes y Derechos de los Periodistas, conocida como la «Carta de Munich» en 1971:** los sindicatos de periodistas de la Comunidad Económica Europea -formada entonces por 6 miembros-, junto con los de Suiza y Austria, aprueban una declaración, que recibiría el visto bueno tanto de la Federación Internacional de Periodistas (FIP) como de la Organización Internacional de Periodistas (OIP). La novedad de este documento radicaba en que recogía no solo los deberes sino también los derechos de los profesionales del periodismo.

- o. **Código de Ética del periodista venezolano (1972):** Acordado por el colegio Nacional de Periodistas de Venezuela que lo aplica a sus miembros conforme a lo prevenido en el artículo 29 de la Ley de Ejercicio del Periodismo de 1972.
- p. **Códigos deontológicos del periodista latinoamericano en junio de 1976:** En el seno de las Naciones Unidas se ha trabajado en la preparación de un proyecto de Código de Ética Periodística de alcance universal. El primer Congreso Latinoamericano de Periodistas, celebrado en México D.F., en junio de 1976, acordó adoptar como suyo el proyecto anterior, con algunas modificaciones que le parecieron convenientes.
- q. **El Informe McBride: “Un solo mundo, voces múltiples” fue realizado en 1980** por el irlandés Sean McBride quien, al igual que Hutchins, se rodeó de una serie de expertos en el mundo de la comunicación para elaborar su trabajo. En 1979, la Unesco, consciente de esta situación desigual en la que la información estaba controlada por las grandes empresas de comunicación, en la que siempre se hablaba de los mismos asuntos y de los mismos países, encarga otro informe conocido habitualmente como Informe McBride. En él se recogen todos los delitos del poder que atentan contra el periodismo e incluye un aspecto novedoso: los derechos y deberes del periodista. Distintos países participaron en el desarrollo de este informe que supuso una radiografía de la comunicación mundial en los años 70. Entre los deberes de los comunicadores, hay tres puntos que coinciden en los dos informes (Hutchins-McBride): a) responsabilidad social de los profesionales que implica una serie de obligaciones hacia la opinión pública. Ya el informe Hutchins establecía que había que diferenciar lo que es información de lo que es opinión; es aquí donde se instaura esa responsabilidad social; b) el periodismo ha de respetar las leyes para no vulnerar los derechos de los ciudadanos; c) necesidad de asumir la responsabilidad contractual con nuestra empresa. Ambos informes marcan así un antes y un después en la labor periodística desde el punto de vista deontológico, y se trataba de imponer un nuevo orden en el mundo de la comunicación internacional. Desde la perspectiva del Informe McBride, la libertad de expresión carente de responsabilidad es un paso a la distorsión de la realidad, pero es también inconcebible un periodismo ausente de libertad. Para el Informe, la “libertad con responsabilidad incluye relación con la ética profesional, acercamiento a los hechos, situaciones o procesos con la debida atención a sus aspectos diversos”.
- r. **«Principios Internacionales de Ética Profesional del Periodismo». Aprobado por la Unesco en 1983:** Es el documento más importante, hasta ahora el intento más consistente de crear un código mundial de ética periodística. Los antiguos códigos fueron actualizados, pero lo más llamativo fue la aparición de códigos internos en los propios medios y agencias y grupos multimedia.
- s. **En los noventa se ha producido una auténtica eclosión de nuevos códigos.** Hay varias razones, políticas y mediáticas: el cambio político en los antiguos países del Este ha hecho necesario introducir cambios en sus códigos para tratar de hacer frente a sus deficiencias en libertad de expresión, pluralidad y ética periodística; la eclosión de nuevas tecnologías ha planteado nuevas cuestiones relacionadas con la intimidad, la manipulación y la propiedad intelectual.
- t. **Código de conducta profesional para los informadores británicos: En 1990,** el Consejo de la Prensa (PC) británico, un organismo de afiliación voluntaria que vela por el mantenimiento de los estándares de la información periodística, formuló un código de conducta profesional para los

informadores. La prensa británica está autorregulada a través de un código ético que intenta equilibrar la obligación de proteger los derechos del individuo y el derecho del público a ser informado. La Comisión de Quejas de la Prensa (PCC) se encarga de la supervisión de su cumplimiento y posee la facultad de imponer sanciones. Los periódicos no deben publicar deliberada o imprudentemente inexactitudes destinadas a engañar o crear falsas impresiones, dice el primero de los 16 puntos del código.

- u. **Código Europeo de Deontología del Periodismo: En 1993**, ante la ineficacia de la mayoría de los códigos de deontología, el Consejo de Europa, como institución europea a quien compete la salvaguarda de los derechos fundamentales de la persona, aprobó el denominado Código Europeo de Deontología del Periodismo como marco de referencia de autocontrol ético del periodismo para toda la Europa democrática.
- v. **Código Deontológico de la profesión periodística de la Federación de Asociaciones de Periodistas Españoles (FAPE), aprobado por su Asamblea Extraordinaria de Sevilla en 1993:** es el documento de deontología periodística más importante de España. En su preámbulo se señala que en el marco de las libertades civiles de la Constitución, la actividad periodística es clave en el desarrollo de los derechos fundamentales sobre la libre información y expresión de ideas. Sin embargo, también se expresa que se ha de tener en cuenta que esta actividad está sometida a límites, aquellos que impiden la vulneración de otros derechos fundamentales. Por su modo de aprobación, el Código responde plenamente a rasgos propios de la llamada autorregulación.
- w. **Código de Ética de los periodistas de Chile, aprobado por el Congreso Nacional Extraordinario del 26 de enero de 1994:** El Colegio de Periodistas de Chile ha creado un Código Deontológico basado en tres partes principales: el periodista, el periodista con respecto a los ciudadanos y el periodista en el medio de comunicación.
- x. **Código Ético de Protección de Datos en Internet de la Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE) en 1998:** impulsada por treinta empresas españolas como *El País*, *El Mundo*, *Círculo de Lectores*, *Grupo Recoletos*, *Planeta*, *Retevisión* o la *Sociedad General de Autores de España* (SGAE), promovido para solventar problemas como la propiedad intelectual de las marcas o la protección de derechos de autor entre otros aspectos por diversas entidades españolas como la Asociación de Autocontrol de la Publicidad (AAP) o la Agencia de Protección de Datos (APD).
- y. **Código Ético de la Publicidad en Internet de la AAP aprobado el 14 de abril de 1999.**
- z. **Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva presentado en 2002:** En este se engloban los dos códigos anteriores, el de AECE de 1998 y el de AAP de 1999. **Códigos de medios de Internet:** Hoy en día, la opinión pública se muestra más sensible hacia la existencia de los códigos deontológicos, que han dejado de ser una preocupación exclusiva de periodistas y editores. En un futuro cercano, es previsible que se produzcan novedades en lo que se refiere a poscódigos de los medios audiovisuales y la aparición de nuevos códigos de medios de **Internet**.

BIBLIOGRAFÍA

Las definiciones de conceptos y las informaciones sobre los códigos de ética y declaraciones de principios de los comunicadores que hemos incluido en este informe han sido recopiladas por la dirección del CEC con información de:

1. Informe Mundial sobre la Información UNESCO/CINDOC. 1997-98. p. 290.
2. Código internacional de ética periodística de la UNESCO.
3. Directorio de Códigos Deontológicos periodísticos de países de todo el mundo. Lull James. “Media, Communication, Culture. A Global Approach”, © Polity Press, 1995. Traducción, Alcira Bixio. Única edición en castellano autorizada por Polity Press, Cambridge, Inglaterra. Amorrortu Editores S. A., Paraguay.
4. Medios, comunicación, cultura. Aproximación global. Brajnovic, Luka (1978).
5. Deontología periodística. EUNSA.
6. Ramos Fernández, Fernando (1998). La profesión periodística en España: estatuto jurídico y deontología profesional. Diputación Provincial de Pontevedra. Código Deontológico de la FAPE. Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE.
7. Código Europeo de Deontología del Periodismo.
8. Declaración de principios de la FIP sobre la conducta de los periodistas.
9. Códigos Éticos del Periodismo y los Medios de Comunicación en el mundo.
10. Estatuto del periodista profesional Wikimedio.
11. Artículos de Wikipedia.
12. Declaración Universal de Derechos Humanos.
13. Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, ONU, 1966. Art. 19.
14. Carta Democrática Interamericana. Art. 4.
15. Convención Americana de DDHH. Pacto de San José. 1966. Art. 13.
16. Convención Europea de Salvaguardia de los Derechos del Hombre y las Libertades Fundamentales. 4 de noviembre de 1950 en el seno del Consejo de Europa.
17. Hacia una Europa basada en el conocimiento. La UE y la sociedad de la información. Comisión Europea. Dirección General de Prensa y Comunicación. Texto original terminado en octubre de 2002.
18. Declaración de principios. Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información. ONU, Resolución 56/183.
19. Declaración de Santiago de Chile. 1994.
20. Dictamen de la Corte Interamericana de Derechos Humanos del año 1985.
21. Artículo de César Coca (profesor de la Universidad del País Vasco): “Códigos éticos y deontológicos en el periodismo español”.
22. Artículo de Miguel Ángel Quintana Paz (profesor de la Universidad Europea Miguel de Cervantes) sobre la ética periodística y el uso de las cámaras ocultas.
23. Conferencia de Dagoberto Valdés sobre “Cuba y la sociedad de la Información y las Comunicaciones”, en el Encuentro convocado por la presidencia rotativa de la UE. Residencia del Embajador de los Países Bajos en La Habana. 27 de mayo de 2005.
24. Manual de estilo y código deontológico de Periodismo Independiente.

Participantes

Pinar del Río. Cuba. Sep.-dic. de 2018

De la Isla:

1. Dagoberto Valdés Hernández (Director)
2. Karina Gálvez Chiú (Consejo Académico)
3. René Gómez Manzano (Consejo Académico)
4. Dimas Castellanos Martí (Consejo Académico)
5. Yoandy Izquierdo Toledo
6. Livia Gálvez Chiú
7. Rosalía Viñas Lazo
8. Jorge L. Guillén García
9. Jorge I. Guillén Martínez
10. María de la Caridad Martínez
11. Ariel Pérez González
12. Néstor Pérez González
13. Alfredo Pérez González
14. Juan Pablo Pérez González
15. Nora M. Mesa García
16. Eusebio Alfredo Pérez
17. Ángel Mesa Rodríguez
18. María del Carmen Gort
19. Olimpia González Núñez y Comunidad Teresiana en Cuba
20. Reinaldo Escobar Casas
21. Yoani Sánchez Cordero

Participantes

FIU, Miami. 17-18 febrero de 2018

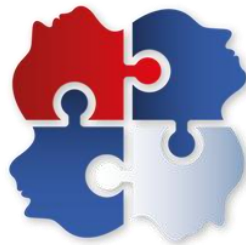
De la Isla:

1. Dagoberto Valdés Hernández (Director)
2. Dimas Castellanos (Consejo Académico)
3. René Gómez Manzano (Consejo Académico)
4. Yoandy Izquierdo Toledo
5. Reinaldo Escobar Casas
6. Jorge I. Guillén Martínez
7. Ariel Pérez (Regulado)
8. Alfredo Pérez (Regulado)

De la Diáspora:

9. Gerardo Martínez Solanas (Consejo Académico)
10. Juan Antonio Blanco (Consejo Académico)
11. Pedro Campos Santos (Consejo Académico)
12. Carmelo Mesa Lago (Consejo Académico)
13. Amaya Altuna
14. Pedro Pablo Álvarez
15. Pedro Camacho
16. Santiago Cárdenas, hijo
17. Oilda del Castillo
18. Siro del Castillo
19. Helio González
20. René Hernández Bequet
21. Arnoldo Muller
22. María Emilia Monzón
23. Mario José Pentón
24. Francisco Porto
25. Sissi Rodríguez
26. Juan Manuel Salvat
27. Rafael Sánchez
28. María de la Caridad Campistrous
29. Ondina Menocal
30. Silvia Rodríguez
31. Oscar Visiedo
32. Daniel y esposa
33. Gibert Cepero y esposa
34. Jorge A. Sanguinety
35. Alfredo

CENTRO DE ESTUDIOS
CONVIVENCIA



...pensando Cuba

www.centroconvivencia.org

(Propuestas-Centro de Estudios Convivencia)
Pinar del Río, Cuba. 10 de abril de 2018