Código ético de la Radio Súper 9’49

Declaraciones generales

La libertad no se ejerce sin responsabilidad. Los medios de comunicación, sus propietarios y sus trabajadores, al tener el enorme privilegio de dirigirse con sus mensajes a la sociedad, contraen con ella compromisos y deberes. La responsabilidad que tienen con la sociedad obliga a que los medios de comunicación se desempeñen con especial cuidado en sus tareas de informar, entretener, orientar y contribuir a la educación. Tales tareas han de entenderse como servicio, independientemente que para desempeñarlas los medios de comunicación puedan consolidarse, institucional y empresarialmente.

Los medios de comunicación están sujetos a un complejo marco jurídico, que comienza por la Constitución ecuatoriana y que incluye diversas leyes y ordenamientos. Cumplir con esas disposiciones, y hacer lo posible para que otros las cumplan, es obligación de los medios de comunicación. Además, el desarrollo de la sociedad de nuestro país, del que es parte el desarrollo de los propios medios, impone la necesidad de que establezcamos normas de conducta explícitas, que van algo más allá de la legislación o, en algunos casos, la complementan pero que, sobre todo, definen nuestro compromiso de responsabilidad y de servicio.

Es por ello que hemos decidido suscribir este Código de Ética cuyos artículos declaramos estar dispuestos a cumplir en nuestro propio medio de comunicación, así como a promover su cumplimiento en otros medios. Al manifestar estas obligaciones con nuestro público, buscamos garantizar un desempeño responsable en el manejo de los contenidos informativos de los medios de comunicación. Estas definiciones éticas quieren ser también punto de partida para establecer nuevos compromisos, y nuevos puentes de confianza, entre la sociedad y sus medios de comunicación.

FINES DE LA COMUNICACION

1) Son fines de los medios de comunicación proporcionar a la sociedad contenidos informativos, de entretenimiento y recreación, de orientación y respaldo a la educación, que sean completos y de calidad, capaces de contribuir a la solidificación de los valores esenciales de la sociedad, de la familia y de los individuos en Ecuador. Proporcionar información para el ejercicio de la democracia y para la promoción del desarrollo y el bienestar económicos, la justicia social, la solidaridad y la equidad son obligaciones de los medios de comunicación.

2) La libertad de informar es inatacable e innegociable. Es una libertad que se ejerce con cuidado, pero sin que esa precaución pueda ser motivo de censuras. La libertad de informar obliga a los medios de comunicación a tener pautas de conducta como las que se establecen en este Código. Pero, antes que nada, obliga a los poderes políticos y económicos, públicos y privados a respetar esa libertad (que es de toda la sociedad) y a defender, sin excepciones, su cumplimiento. El gobierno, en todos sus niveles, está especialmente obligado a cumplir y hacer cumplir la libertad de prensa y el derecho a la información incluso cuando se trate de información sobre su propio desempeño. Libertad de información implica la posibilidad de indagar, publicar, discutir y sugerir respecto de las acciones y proyectos de los poderes políticos y económicos. El derecho a la información no sólo es patrimonio de la sociedad; al mismo tiempo es uno de sus instrumentos para su propio conocimiento y el de su entorno y para su progreso y mejoramiento.

OBJETIVIDAD, INFORMACION Y OPINION

3) Quienes tienen la responsabilidad de informar en todas las fases del proceso informativo, desde la búsqueda de noticias hasta su procesamiento, edición y publicación o transmisión cuentan siempre con la posibilidad de manejar, dándole acentos específicos, o aún dejando de hacerlo, la información que tienen a su cargo. La recolección y propagación de información siempre tiene un sesgo que le confiere la habilidad, el interés, la circunstancia o el desempeño del informador, o de los informadores, que participan en la construcción de una noticia. Por ello no puede decirse que exista imparcialidad plena en el manejo informativo. Sí hay en cambio, y esa debe ser una aspiración permanente de los medios, objetividad, entendida como la presentación de una noticia de manera completa. Una información es incompleta si no recoge las diversas posiciones que existan acerca de un conflicto, o si no refleja los testimonios de las diversas partes involucradas en un acontecimiento. La objetividad es garantía de verosimilitud en un medio de comunicación.

4) Decir la verdad es obligación primordial en el manejo de informaciones. Sin embargo, es natural que, respecto a hechos conflictivos, existan diversas interpretaciones de una noticia. Por eso resulta indispensable mantener y defender la veracidad de las noticias. La verosimilitud de una información implica la posibilidad de verificarla y, antes, la claridad en su presentación. Desde luego, resulta condenable cualquier alteración, involuntaria o no, de los hechos de los cuales da cuenta un medio de información. También lo es la confusión entre información y opinión. Para que haya claridad entre sus audiencias, y en beneficio de un manejo informativo honesto, es preciso que las noticias que son estrictamente eso, queden deslindadas, en su presentación, de las opiniones. Ello no significa que los reporteros no tengan derecho a ofrecer sus puntos de vista sobre los acontecimientos de los cuales informan, pero es saludable que tal opinión aparezca en espacios destinados específicamente para ello. Esta norma tampoco implica restricciones para el

reportaje en profundidad o para el periodismo de investigación en cualquiera de sus vertientes.

DERECHOS DE LA SOCIEDAD Y LOS PARTICULARES

5) La sociedad y sus integrantes así como tienen derecho a la información, también lo tienen a ser protegidos de imputaciones o confusiones que pudieran derivarse de manejos informativos insuficientemente responsables. Los derechos de la sociedad y los particulares ante los medios son parte del compromiso que los propios medios tienen con sus audiencias. Son pautas de conducta para asegurar esos derechos, las siguientes:

a) Los medios de comunicación no han de infligir las leyes ni de propiciar la infracción a ellas por parte de otros.

b) Los medios de comunicación están permanente e invariablemente obligados a respetar la privacidad de los individuos. Los personajes públicos tienen derecho a que su vida privada sea respetada por los medios y a que, en consecuencia, las actividades relacionadas con ella no sean consideradas como noticia. No son actividades privadas aquellas que tengan repercusiones en el desempeño público de los individuos. El respeto a la privacidad implica omitir la publicación de imágenes de personajes en actividades o actos no públicos, siempre y cuando éstos no tengan relación directa con sus responsabilidades públicas.

c) Se evitará proporcionar información sobre detenciones policiales o sobre participación de individuos en hechos delictuosos, en los cuales su responsabilidad no haya sido judicialmente comprobada. Esto implica evitar la publicación de nombres de víctimas que sean menores de edad, o de delitos como la violación, así como evitar la publicación de nombres de personas a menos que ya exista orden de aprehensión en contra de ellas.

6) Los individuos o las instituciones mencionados en una información podrán ejercer su derecho de réplica y de rectificación si están en desacuerdo con ella o si consideran que lesiona sus intereses. Los editores o responsables de cada medio cuidarán de que la réplica a una información aparezca, dentro de los límites razonables, de la manera más amplia y destacada que sea posible, de acuerdo con la extensión y ubicación que haya tenido la información que sea rectificada.

RECTIFICACIONES, FUENTES Y SECRETO PROFESIONAL

7) Cuando una noticia sea falsa o contenga informaciones falsas es responsabilidad del reportero que la recogió hacer la rectificación correspondiente y es responsabilidad del editor o directivo del medio informativo procurar su publicación lo más pronto posible.

8) Debe evitarse el recurso de disimular las fuentes acudiendo a fórmulas oblicuas ("se dice que...", "señalan expertos", "fuentes bien informadas...", etcétera) que suelen disimular la falta de fuentes acreditadas o las opiniones del informador.

9) Al investigar una información el periodista debe presentarse como tal, sin disimular su identidad personal ni profesional, excepto si su integridad física corre peligro. En esos casos excepcionales deberá consignar en su nota la circunstancia en la que obtuvo su información. Se considera como práctica no ética, la búsqueda de una noticia mediante engaños, y/o sorprendiendo la buena fe de los informantes.

10) El secreto profesional es un derecho, al mismo tiempo que un deber de los informadores. Los medios de comunicación han de ser solidarios con el derecho del informador a no revelar sus fuentes. Pero este derecho ha de ser considerado de ejercicio excepcional, únicamente cuando decir cuál ha sido la fuente de una información pueda implicar riesgo para la integridad física, profesional o de cualquier índole del o los informantes. Por lo general, es deseable que se indique con toda claridad cuál es la fuente de cada noticia. Una información tiene más verosimilitud en tanto se puede identificar su origen con claridad. Cuando, por los motivos mencionados, no ocurra así, deberá especificarse que la fuente es anónima.

INGRESOS FINANCIEROS Y CONFLICTOS DE INTERES

11) Los informadores y sus editores se han de esforzar por evitar conflictos entre su desempeño periodístico y otras fuentes de interés que pudieran tener. Especialmente, es necesario que para un ejercicio honesto y confiable de su oficio, deberán evitarse ingresos financieros, o privilegios de cualquier índole, que comprometan el profesionalismo, la objetividad o la veracidad del informador. Se deberá evitar asignar a un reportero a una "fuente" en la que tuviera intereses personales, o profesionales, que pudieran entorpecer su objetividad al manejar informaciones.

MANEJO DE INFORMACIONES

12) Son normas para el manejo de materiales periodísticos, las siguientes:

a) Es deseable que las notas y otros materiales de información contengan el crédito de su autor o autores. Esto incluye a las fotografías y otros materiales gráficos.

b) Firmar sus notas es un derecho de los informadores. Sin embargo, no están obligados a hacerlo cuando una nota haya sufrido alteraciones de fondo y que no sean resultado de un acuerdo previo con su editor.

c) Los titulares o los avisos deben corresponder al contenido de una información.

d) En las entrevistas, preguntar es un derecho del entrevistador y responder, o dejar de hacerlo, una prerrogativa del entrevistado. Es cuestionable la práctica de hacer escarnio del entrevistado que se niega a contestar a una pregunta. Si la negativa a responder es considerada como noticiosa se deberá señalar claramente en qué circunstancia y, específicamente, ante qué pregunta ocurrió.

Deberá especificarse cuando haya acuerdo con el entrevistado para eliminar alguna porción del diálogo, o cuando éste haya participado en la revisión o edición de la nota que dé cuenta de sus respuestas.

Deberá evitarse implicar respuestas en las preguntas. Asimismo, habrá de informarse con toda claridad cuándo la alusión a un acontecimiento, o a una persona, es hecha por el entrevistado y, cuándo, por el entrevistador o por otra persona presente en la conversación.

Deberá indicarse si una entrevista fue concertada con fines periodísticos o si se trata de una rueda de prensa, o cuando se trate de un encuentro casual.

e) Cuando se citen datos de una encuesta, o de un trabajo estadístico, deberá hacerse de la manera más completa y representativa posible y citando la fuente o los autores. Habrá de distinguirse entre datos finales y parciales, así como entre hipótesis y conclusiones. Es recomendable que sedé cuenta de aspectos metodológicos (dimensiones y confiabilidad de una muestra, alcances y limitaciones de una estadística, etcétera).

f) Las imágenes que acompañen a una información y que sean presentadas como parte del mismo asunto deberán corresponder al hecho del cual se informa, o a la nota a la cual ilustran. Se deberá evitar que sugieran un contenido distinto que pudiera tergiversar la información a la cual respaldan o acompañan. Si no son imágenes originales se deberá hacer la aclaración correspondiente.

g) Las imágenes alteradas por cualquier procedimiento (por ejemplo, la digitalización electrónica) nunca deberán ser presentadas como si fueran reales. Cualquier alteración, retoque o manipulación que implique el cambio del sentido original de una imagen deberá ser advertida con toda claridad. En ningún caso se deberá dejar la impresión de que una imagen alterada, o virtual, es real. Lo mismo cabe para los sonidos o cualquier otra forma de transmisión de mensajes.

h) En las informaciones es deseable que se proporcionen hechos, no interpretaciones ni adjetivos.

i) Es preciso distinguir, siempre, entre información y opinión. El comentario y el análisis deben ser identificados como tales, en espacios y con formatos específicos.

j) La publicidad y la propaganda, de carácter comercial o político, deben poder ser distinguidas de las informaciones o los espacios de análisis propios de cada medio de comunicación. Es preciso que se indique cuando una nota, gacetilla, inserción o cualquier otro género de material se publica o se transmite en virtud de un acuerdo comercial.

k) El material proveniente de especulaciones no debe confundirse con la información de hechos ya ocurridos o inminentes. Se deben distinguir las suposiciones de los hechos.

l) La astrología, el ocultismo, la predicción de la suerte y otros métodos o prácticas similares deben ser presentadas como tales y no confundirse con la información que es resultado del trabajo periodístico. Tampoco deben ser confundidas con mensajes de carácter científico.

13) Es inaceptable el plagio, entendido como la atribución, como propia, del material escrito, gráfico o de cualquier índole, elaborado por otro informador, o por otro autor, o tomado de otro medio de comunicación de manera completa o parcial.

Si, por descuido o irresponsabilidad, un informador o un medio de comunicación incurrieran en plagio, deberán hacer la rectificación correspondiente aclarando la fuente original de la información o del material periodístico incorrectamente publicado en cuanto adviertan o se les haga advertir esa falta.

SITUACION Y AUDIENCIAS DE LOS MEDIOS

14) Todo medio de comunicación tiene la responsabilidad de informar sobre su propia situación, cuando las transformaciones, la influencia y los proyectos de él mismo sean de interés general. Es recomendable que un medio informe sobre cambios en su régimen de propiedad, decisiones de expansión, alianzas con otros medios, etcétera.

15) Es recomendable que cada medio de comunicación aliente la interacción con sus públicos a través de la solicitud (y la publicación) de cartas, respuestas, sugerencias, peticiones y cualquier otro tipo de manifestaciones surgidas entre los lectores o audiencias de dicho medio.

COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

Las anteriores pautas de conducta son establecidas a partir de la conveniencia de reforzar la confiabilidad y la identificación de la sociedad con sus medios de

comunicación. Estas normas no sustituyen pero en algunos casos complementan el cumplimiento de las leyes que en materia de comunicación, y en otros órdenes, sancionan el desempeño de los medios, así como de sus propietarios, directivos, administradores y trabajadores.

Entendemos que una sociedad bien informada es una sociedad más participativa. En la medida en que sus medios sean más responsables, su audiencia también lo será.

Este código ético ha tomado como fuente el código deontológico del medio de comunicación Excelsior de México y ha sido adaptado a la realidad social y legal ecuatoriana.