
Código de Ética Periodística

Asociación de la
Prensa Uruguaya

VERSIÓN FINAL CORREGIDA

I. Preámbulo

En Uruguay ningún medio de comunicación ni gremial o asociación vinculada a los periodistas y los medios posee un código de ética periodística. Tampoco abundan los mecanismos de autorregulación de la profesión y/o los medios de comunicación. Por ello, y ante la proliferación de casos que cuestionan el ejercicio profesional en el país y el alcance de la discusión a nivel mundial, las organizaciones firmantes del presente preámbulo pusieron en marcha un proyecto para debatir acerca de la necesidad de articular un cuerpo de recomendaciones de ética periodística y sus contenidos.

Estas organizaciones consideran que en los últimos años han proliferado en el país una serie de situaciones, como la precarización laboral, el multiempleo, el cierre de medios de comunicación (sobre todo impresos), la reducción de las plantillas de las empresas, la consolidación de la concentración mediática, entre otras, que han provocado un deterioro en las condiciones de trabajo de los periodistas. Esto ha llevado a un descaecimiento de muchas prácticas éticas y a la necesidad de consolidar un cuerpo de principios que sirvan de referencia para el ejercicio profesional.

El presente Código de Ética Periodística recoge las experiencias de cientos de personas que ejercen periodismo en Uruguay así como el cotejo con manuales de la región, puestos a consideración en el **“Debate Nacional sobre mecanismos de autorregulación, ética en la profesión periodística y en los medios de comunicación”** realizado entre agosto y noviembre de 2012. También recoge la opinión de 257 periodistas de todo el país que respondieron a una encuesta pública realizada a instancias de las organizaciones que convocaron a este proceso: la Asociación de la Prensa Uruguaya (APU), el Centro de Archivos y Acceso a la Información Pública (CAinfo) y el Grupo Medios y Sociedad (GMS), con el patrocinio de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) a través de su representación en Uruguay. Además, contempla los aportes realizados por periodistas y estudiantes durante un período de consulta abierta entre los meses de diciembre de 2012 y marzo de 2013.

Las recomendaciones apuntan a fortalecer el ejercicio de un periodismo de calidad, desde la búsqueda y difusión de información, la cobertura de hechos, el rigor informativo, el uso correcto e inclusivo del lenguaje, el equilibrio periodístico y el respeto irrestricto hacia las comunidades y las personas con independencia de su sexo, pertenencia étnica, creencias religiosas, preferencias sexuales o aspecto físico. También promueven el respeto a la privacidad y la dignidad de las personas, sin perjuicio del derecho de los periodistas a investigar y difundir información de interés público o que refiera a funcionarios o personas públicas.

Este código incorpora reglas claras para quienes están vinculados con el ejercicio de la profesión periodística en Uruguay (periodistas, camarógrafos, fotógrafos, productores, presentadores, conductores, locutores, comunicadores) sabiendo el alto impacto que tienen los medios de comunicación en la conformación de cultura y ciudadanía. Incluye, además, una serie de recomendaciones orientadas de manera particular hacia el periodismo digital y el uso de las redes sociales en Internet.

Las recomendaciones recogen las convenciones internacionales que reconocen y garantizan la libertad de expresión y el derecho a la información, así como los derechos de la infancia y los inmigrantes, contra el racismo y la xenofobia que Uruguay ha ratificado, por lo que servirá como una guía ética y un respaldo para los periodistas ante los medios de comunicación para los que trabajan y ante la ciudadanía.

No desconocemos que el respeto a las normas éticas que se proponen en este código comportará un proceso de cambio cultural para los medios de comunicación y los periodistas de Uruguay, por lo que aspiramos a que sea un texto que se someta a una revisión periódica que permita su enriquecimiento permanente y su adaptación a los avances de la profesión periodística.

Aunque su adopción tiene carácter **voluntario**, aspiramos a que la Asamblea General de la Asociación de la Prensa Uruguaya (APU) lo adopte como de plena observancia por parte del Consejo Directivo y los periodistas afiliados al sindicato, y que se generen mecanismos de aplicación de carácter recomendatorio.

Este cuerpo de sugerencias éticas constituye, en definitiva, un mecanismo de autorregulación del periodismo. Aspiramos, por tanto, a que los medios de comunicación que desarrollan actividades periodísticas también lo adopten como un código de referencia o, en su caso, hagan públicos los mecanismos de autorregulación que guían su labor profesional así como los instrumentos para que el público pueda exigir explicaciones.

Nota: El uso del masculino genérico en el presente código obedece a un criterio de economía del lenguaje y procura una lectura más fluida, sin ninguna connotación discriminatoria.

Montevideo, 12 de abril de 2013

II. Compromiso con la libertad de expresión y el derecho a la información

1. La libertad de expresión y el derecho a la información constituyen derechos fundamentales reconocidos como tales por la legislación nacional e internacional vigente¹, cuyo titular son todas las personas.

2. Constituye un deber ético del periodismo exigir que se respeten estos derechos fundamentales y que se garantice el pluralismo, el acceso equitativo a las frecuencias a través de las cuales se desarrollan los medios de comunicación, así como las condiciones necesarias para el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información por cualquier medio y sin censura previa.

3. Quienes ejercen la tarea periodística asumen el compromiso ético de promover la transparencia en materia de propiedad y gestión de los medios de comunicación, y

¹ Constitución Nacional y Artículo 13 de la Convención Interamericana de Derechos Humanos.

harán lo que esté a su alcance para posibilitar el conocimiento claro de la ciudadanía de la identidad de los propietarios y del nivel de su participación económica en las empresas de comunicación.

4. En el interior de la empresa informativa, y en relación con la libertad de expresión, deben coexistir editores y periodistas, teniendo en consideración que el respeto legítimo de la orientación ideológica de los editores o propietarios queda limitado por las exigencias inexorables de la veracidad de las noticias y de la ética de las opiniones, lo que es exigible por el derecho fundamental a la información que posee la ciudadanía.

5. En este sentido se recomienda desarrollar legalmente las figuras de la cláusula de conciencia y el secreto profesional de las fuentes confidenciales, armonizando las disposiciones nacionales sobre estas materias con los estándares internacionales de Derechos Humanos.

6. Quien ejerce el periodismo no puede ser obligado a firmar un trabajo profesional que le atribuya opiniones que contradigan sus valores y creencias, ni cuando se introduzcan en una nota informativa de su autoría cambios que desvirtúen el sentido de la información.

La cláusula de conciencia no debe ser utilizada como excusa para evitar la cobertura de hechos noticiosos o la difusión de opiniones de terceros que sean de interés público y con las que el periodista pueda disentir.

De la misma manera, ningún periodista debería justificar desviaciones al presente código argumentando la obediencia a órdenes de su editor o el medio para el que trabaja.

7. El tratamiento ético de la información exige que los destinatarios de la misma y las personas objeto de cobertura informativa sean consideradas como sujetos de derecho, sin distinción por motivo de ninguna especie.

III. Principios de actuación

8. Los periodistas deben velar por el buen uso del idioma español.

9. El compromiso con la búsqueda de la verdad debe llevar a los periodistas a brindar una cobertura de los hechos completa, equilibrada y contextualizada. Los periodistas deben informar sólo sobre hechos de los cuales conozcan su origen, fundamentar la información contrastando fuentes, sin omitir informaciones esenciales ni sus antecedentes. Deberán, por lo tanto, evitar la publicación de rumores.

10. Los periodistas no deben difundir material falso, engañoso o deformado. Si así lo hiciesen por error es de buena práctica profesional rectificar la información con el mismo destaque empleado para su difusión y pedir disculpas por la equivocación.

11. La cobertura realizada por los periodistas debe diferenciar claramente lo que es información verificada de lo que es opinión.

12. Los periodistas deben intentar por todos los medios que el público conozca el origen de la información. Si en algún caso ello no fuera posible, o causara algún perjuicio a la fuente, se deben aportar al público los datos que permitan comprender los motivos de tal impedimento. Deberán evitarse los adjetivos “confiables” o “fidedignas” para calificar a las fuentes, ya que de lo contrario no deberían ser tales.

13. Asimismo los periodistas deben respetar el acuerdo de confidencialidad con el informante. En caso de llegar a un pacto con una fuente para garantizar su anonimato, éste se deberá mantener en todo momento y lugar, a los efectos de no debilitar la credibilidad del periodista

14. Los periodistas deberán utilizar métodos honestos para obtener la información y por lo tanto evitarán hacerse pasar por otra persona, grabar de manera clandestina llamadas telefónicas, utilizar cámaras o micrófonos ocultos, o sobornar testigos. Estas recomendaciones son de cumplimiento estricto, y su no observancia sólo es justificable en aquellos casos en los que estén en riesgo derechos básicos fundamentales consagrados por la legislación nacional e internacional de Derechos Humanos como los relacionados a la vida, la salud o la seguridad.

15. Es recomendable que cualquier persona o institución denunciada en una cobertura periodística sea consultada antes de la publicación o emisión de la información que la involucra a fin de garantizar que sus argumentos o su negativa a referirse al hecho estarán recogidos por el medio. Para esta recomendación se aplica la misma excepción que en el artículo 14.

16. Los periodistas deben respetar la privacidad de las personas. El derecho a la información de los ciudadanos prevalecerá sólo cuando se viera afectado un bien de la comunidad o el interés público por un aspecto relacionado con la intimidad de una persona involucrada de manera directa en el asunto que es objeto de la cobertura.

17. Es de buena práctica profesional respetar el principio de inocencia y ser cuidadosos de no consignar a una persona como autor de algún delito hasta que exista un pronunciamiento judicial en ese sentido. Si finalmente alguien que se informó que era indagado o acusado es absuelto, se debe informar al respecto.

18. Los periodistas deben respetar la propiedad intelectual. Copiar o reproducir partes de trabajos existentes sin mencionarlos en forma de citas constituye plagio y es una falta grave. También lo es no indicar que un hecho noticioso fue descubierto por otro periodista e informar del hecho como si fuera un hallazgo propio.

19. El hecho de que otro medio se haya adelantado en la publicación de una información no debe provocar que los periodistas eviten su difusión. El compromiso del periodismo con la ciudadanía implica informar sin atender a circunstancias de competencia.

20. La ética profesional exige tratar con respeto todos los temas y a todas las personas, sean o no públicas. Se recomienda evitar coberturas que impacten de manera emotiva al público por sobredimensionamiento de algunos factores (sensacionalismo) al informar sobre accidentes, desastres o hechos delictivos. El sensacionalismo se considera una forma inadecuada de tratar los hechos informativos. Tampoco es

necesario identificar al agresor pero sí denunciar la conducta que da origen a la cobertura.

21. Los periodistas cuidarán especialmente el uso de la imagen en las coberturas de hechos violentos, a fin de no abundar en detalles escabrosos como la exposición de caras y cuerpos con claros signos de violencia ni criminalizar a las personas involucradas cuando se utilizan recursos de ocultación.

22. En el caso de coberturas periodísticas de crímenes, tragedias o accidentes, los periodistas deben ser respetuosos del dolor ajeno, evitando testimonios que re victimicen a las personas en situación de vulnerabilidad. Tampoco deben obtener de modo inconsulto imágenes o audio de las personas involucradas en hechos violentos.

23. Los periodistas no deben aceptar u ofrecer una remuneración por su trabajo menor a la que haya sido fijada en el último acuerdo de los consejos de salarios para su sector de actividad. Tampoco deberán contribuir, de manera activa o pasiva, en la precarización de las condiciones laborales propias, de sus compañeros de trabajo, de sus colegas de otros medios o de los trabajadores en general.

24. Los periodistas tendrán especial cuidado al difundir información que pueda perjudicar la integridad de las víctimas de hechos violentos o que puedan poner en peligro el respeto a derechos básicos fundamentales consagrados por la legislación nacional e internacional de Derechos Humanos como los relacionados a la vida, la salud o la seguridad. En estos casos es admisible una moratoria en la difusión para salvaguardar estos derechos.

25. Los periodistas deberán velar por el fiel cumplimiento del presente código, su perfeccionamiento y su conocimiento por parte del público, los dueños de los medios de comunicación, los colegas, las nuevas generaciones de profesionales y los estudiantes. Asimismo se esforzarán para que sea respetado en los medios para los cuales trabajan.

IV. Conflictos de interés

26. Fortalece la credibilidad del periodista evitar el desempeño de cualquier actividad que afecte su independencia y el derecho de la ciudadanía a ser informado con honestidad.

27. Es recomendable evitar el desempeño simultáneo de otras tareas remuneradas vinculadas a la comunicación, en dependencias de cualquier organismo público, empresa privada, grupo político u organización no gubernamental.

28. Se debilita la credibilidad del periodista cuando se incurre en la difusión de mensajes publicitarios explícitos o implícitos, ya sea dentro de los programas periodísticos (publicidad encubierta o no tradicional) o como parte de campañas publicitarias o propagandísticas de cualquier tipo, a excepción de la participación en las campañas de difusión de los medios en los que los periodistas trabajan o en campañas de bien público.

29. La negociación de pautas publicitarias o cualquier otro tipo de transacción comercial por parte de los periodistas puede afectar la independencia. En el caso de propietarios de medios o espacios periodísticos se recomienda derivar tal negociación al área específica del medio o a una persona ajena a la producción periodística.

30. Los periodistas no deben pagar para obtener información ni participar de ninguna transacción que implique intercambio de ningún bien o servicio para conseguir una noticia.

31. Es indicado rechazar cualquier tipo de pago, regalo, dádiva o beneficio adicional al salario derivado del trabajo periodístico, ya sea por parte de las fuentes, de personas o empresas vinculadas a la información de marras o a representantes del medio. En caso de que dicho ofrecimiento ocurriera, se recomienda devolver el presente explicando las razones de ética periodística por las cuales resulta imposible su aceptación, salvo que se trate de objetos de cortesía cuyo valor monetario sea menor a dos (2) Unidades Reajustables (UR).

32. En caso de coberturas periodísticas dentro o fuera del país, se recomienda que sólo se realicen aquellos viajes que sean pagados por el medio en el que se trabaja. En caso de aceptar por razones de importancia periodística e imposibilidad económica del medio, se debe especificar claramente el origen de la invitación y su financiamiento para que sea de conocimiento del público.

33. Es recomendable que los periodistas eviten participar en coberturas informativas en aquellos temas que lo afecten de manera directa, ya sea por razones profesionales, personales, familiares, económicas o de otro tenor, salvo en aquellos casos en que dicha afectación derive de la trascendencia social del tema en cuestión (negociaciones de consejos de salarios, discusiones legislativas, etcétera).

V. Género y discriminación

34. Las coberturas periodísticas deben ser equilibradas en el tratamiento de género, utilizando lenguaje neutro y no sexista que evite estereotipos y contemple la diversidad. Esto debe regir tanto para la cobertura de información como en la producción y presentación de las noticias.

35. Se evitará mencionar cuestiones de religión, etnia, nacionalidad, orientación sexual, edad, discapacidades físicas de las personas, salvo en aquellos casos en que resulte indispensable para comprender la información y dicha referencia no resulte discriminatoria. Esto no significa que se eludan estos temas como asuntos de interés periodístico. Se evitarán además generalizaciones que dañen a grupos minoritarios, demarcaciones sexistas y prejuicios de cualquier tipo.

36. Los periodistas identificarán la violencia de género con exactitud, utilizarán lenguaje preciso y no estereotipado, de acuerdo a la definición internacional incluida en la Declaración de las Naciones Unidas de 1993².

² Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer. Resolución de la Asamblea General de la ONU 48/104 del 20 de diciembre de 1993.

37. Los periodistas no deben atribuir a personas o comunidades valores o funciones sociales inferiores, ni usar figuras estereotipadas para valorar el desempeño de la mujer en cualquier ámbito (comportamiento, actitudes, vestuario).

VI. Niñez y adolescencia

38. Quienes cumplen funciones periodísticas deben conocer los convenios, acuerdos internacionales y leyes nacionales que promueven los derechos de niños, niñas y adolescentes, cuando aborden temas vinculados a ellos.³

39. Los periodistas deberán asegurarse que el niño, niña o adolescente y su tutor, sepan que están hablando con un periodista. Es necesario explicar el objetivo de la entrevista y el uso que se pretende darle.

40. Se evitará la formulación de preguntas, actitudes o comentarios que puedan representar un juicio hacia los niños, niñas y adolescentes, que sean insensibles a sus valores culturales, que los pongan en peligro o los expongan a una humillación, o que reaviven el dolor y el duelo que sufren a causa de acontecimientos traumáticos.

41. Se evitará identificar visualmente o de cualquier otra manera a niños, niñas y adolescentes en conflicto con la ley o que estén en situación vulnerable. En ningún caso deben proporcionarse sus nombres e imágenes cuando estén involucrados en actos criminales, ni siquiera por su nombre de pila, alias o apodo, así como tampoco identificar a víctimas de delitos sexuales cualquiera sea su edad. También se evitará divulgar datos que puedan comprometer la seguridad de las personas afectadas.

42. Para divulgar imágenes vinculadas a niños, niñas y adolescentes, que supongan identificar a un niño o un grupo de ellos en particular, los periodistas deberán obtener antes el consentimiento de los menores de edad y la persona adulta responsable. Aun habiendo recogido dicha autorización, se recomienda procurar asesoramiento respecto a una eventual vulneración de derechos de las personas involucradas en la información.

43. Al informar sobre infancia, los periodistas deberán prestar atención al derecho de cada niño, niña o adolescente, a su privacidad, a que se escuchen sus opiniones, a participar en las decisiones que les afectan y a recibir protección contra cualquier daño.

44. Los periodistas no deberán estigmatizar al niño, niña o adolescente y tendrán especial cuidado al respetar el principio de inocencia de aquellos que se encuentren en conflicto con la ley. Se evitarán las categorizaciones o descripciones que los expongan a represalias negativas -incluidos los daños físicos o psicológicos adicionales- o al abuso, la discriminación o el rechazo de sus comunidades locales.

³ Convención sobre los Derechos del Niño, Convención Americana sobre Derechos Humanos, Código de la Niñez y Adolescencia (ley 17.823), Código Penal (ley 9.155), ley sobre Violencia Sexual Comercial o No Comercial (17.815).

VII. Periodismo digital y redes sociales

45. Los periodistas harán uso de las redes sociales y las nuevas tecnologías en general con atención a las mismas recomendaciones de ética profesional enunciadas en el presente código respecto a los medios tradicionales.

46. Evitarán el uso de imágenes extraídas de manera inconsulta de redes sociales ya que es deshonesto y violenta los derechos de los propietarios de los materiales. En caso de que se considere periodísticamente relevante su publicación, se recomienda tomar contacto con la persona que la publicó, verificar la información publicada, confirmar que la imagen es real, pedir permiso para usarla e incluir el nombre de su autor en los créditos de la publicación.

47. En caso de reproducir contenidos tomados de redes sociales los periodistas deben proceder con el mismo rigor que aplican con el resto de las fuentes de información. En caso de que luego de la difusión los hechos se demuestren falsos o inexactos, se recomienda proceder a la rectificación lo más rápido posible, haciendo mención a la publicación original que dio origen a la corrección.

48. Los periodistas procurarán evitar la edición de blogs personales o perfiles en redes sociales falseando u ocultando su identidad. Se recomienda la identificación con su nombre verdadero y aclarar si los comentarios contenidos en la publicación se realizan a título personal o involucran al medio en el que trabaja. La misma recomendación rige para los casos de comentarios en publicaciones de terceros.

49. Se recomienda no responder a insultos o provocaciones en foros virtuales o contestar de manera violenta o denigrante a mensajes que cuestionen el desempeño del periodista o al medio en el que trabaja, a fin de preservar su prestigio profesional.

50. Los periodistas deben promover la permanente capacitación en nuevas tecnologías de la información, a fin de lograr una mejor interacción con las audiencias y al mismo tiempo una discusión sobre los dilemas éticos de su utilización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Declaración de Principios sobre la Conducta de los Periodistas de la Federación Internacional de Periodistas. Junio de 1986 (Actualización)

Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística. Julio de 1993

Código Deontológico de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE). Noviembre de 1993.

Directivas de la Federación Internacional de Periodistas. Mayo de 1998

Principios de Unicef sobre cobertura periodística. Octubre de 2005

Código de Ética de Nicaragua sobre niñez y adolescencia. Noviembre de 2005

La Autorregulación del Periodismo. Manual de Ética Periodística Comparada. Camilo

Taufic. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. 2005.

10

Código de Ética del Foro de Periodismo Argentino. Noviembre de 2006

Código de Ética de los Periodistas Brasileños, Federação Nacional dos Jornalistas. Agosto de 2007

Protocolo de la FIP para el cubrimiento de la violencia contra las mujeres. 2008

Conjunto de Guías Éticas para hacer Periodismo en la Web, Poynter Institute. Setiembre de 2011 (Versión en español)

Las 10 mejores prácticas para medios sociales, American Society of News Editors. Setiembre de 2011 (Versión en español)

Guía sobre redes sociales para empleados de la agencia Associated Press. Julio de 2012