

Código de Ética de FOPEA

El siguiente es un documento de referencia ética para los integrantes de FOPEA. Es el producto de un año de debate específico y de varios más de trabajo en busca de una reflexión y una autocrítica que permitiera a este grupo encontrar algunos principios comunes sobre la práctica profesional.

El último tramo de esta senda comenzó en diciembre de 2005 cuando FOPEA publicó junto a la Fundación Konrad Adenauer un estudio comparativo de códigos de ética en el mundo y un análisis de la situación en la Argentina. El trabajo incluía un anteproyecto de código que fue debatido por los socios y fue puesto en la mesa de discusión en Buenos Aires y 15 provincias del país.

El documento final fue firmado el 25 de noviembre de 2006 como cierre del Congreso Nacional de Ética Periodística realizado por FOPEA en la ciudad de Buenos Aires, y desde entonces es de carácter obligatorio para todos los que integran el Foro de Periodismo Argentino.

Fuente: Foro de Periodismo Argentino, URL: http://www.fopea.org/Etica/Codigo_de_Etica.

Código de ética de FOPEA

Principios éticos para la práctica periodística

Presentado en el Primer Congreso Nacional de Ética Periodística

Buenos Aires, 25 de noviembre de 2006

I - Valores esenciales

1. Los periodistas que integran FOPEA se comprometen a buscar la verdad, a resguardar su independencia y a dar un tratamiento honesto a la información.
2. Son objetivos irrenunciables para el periodista el rigor y la precisión en el manejo de datos con el fin de alcanzar una información completa, exacta y diversa. La distorsión deliberada jamás está permitida.
3. Los valores esenciales de los periodistas que adhieren a este Código son el respeto a los principios de la democracia, la honestidad, el pluralismo y la tolerancia.
4. Las restricciones, presiones y amenazas forman parte del ejercicio periodístico cotidiano, pero ello no justifica ningún tipo de recurso prepotente ni ilegítimo para obtener información. El periodista debe evitar ejercer cualquier tipo de acoso.

5. El buen gusto es un valor periodístico, por lo que la curiosidad escatológica, la estridencia innecesaria y la morbosidad son actitudes a evitar.

II - Métodos

6. El buen uso del idioma español es una rigurosa obligación del periodista. El léxico debe ser rico y cultivado tanto como respetuoso de la diversidad hablada por la sociedad en la que el periodista ejerce su profesión.

7. Los métodos para obtener información merecen ser conocidos por el público.

8. En casos de necesidad, cuando no exista otra forma de obtener una información, el periodista puede acordar con la fuente que no será identificada, es decir, que su testimonio estará bajo un convenio de “off the record”. Las condiciones del diálogo establecidas al comienzo de la conversación serán estrictamente respetadas por el periodista, sin que la catadura moral del entrevistado justifique el incumplimiento de lo pactado. En el caso de que se conviniera con la fuente, el concepto del “off the record” debe ser tomado en la forma más extensiva, que impide no sólo identificar al informante sino también publicar el contenido de la información suministrada.

9. Ninguna nota requiere el permiso de una fuente antes de ser publicada, como así tampoco el texto de las entrevistas necesita ser revisado por el entrevistado.

10. Los periodistas no aplican métodos propios de los servicios de inteligencia para obtener información. El uso de procedimientos no convencionales para lograr datos u obtener testimonios puede ser considerado sólo cuando se viera involucrado un bien o valor público. Nunca debe afectarse con ese fin la intimidad de las personas.

11. Corresponde que el periodista se identifique como tal.

12. Las citas deben respetar fielmente lo que las fuentes dicen, tanto en su contenido como en su espíritu, sin supresiones distorsivas. Cuando se trate de fuentes no entrenadas, se evitará potenciar una dificultad de expresión o una mala sintaxis.

13. Las fotografías y tomas de video deben ser exactas y fieles a la realidad que intentan reflejar. Eso excluye las escenas montadas con propósitos de manipulación. Cuando se realice un montaje, debe ser claramente explicitado que se trata de una recreación.

14. La información debe ser claramente distinguida de la opinión.

15. Copiar fragmentos de trabajos existentes sin mencionarlos con carácter de citas constituye plagio y es una falta grave.

16. No indicar que un suceso noticioso fue descubierto por otro periodista e informar el hecho como si fuera un hallazgo propio es una explotación deshonesto del trabajo ajeno y constituye, por lo tanto, una forma de plagio.

17. Ninguna noticia justifica poner en riesgo una vida. En las coberturas periodísticas de tomas de rehenes, el periodista no obstaculizará la tarea policial y judicial, y dejará que exclusivamente los funcionarios públicos se ocupen de resolver la situación.

III - El periodista como individuo

18. Es incompatible con la profesión periodística la difusión de mensajes publicitarios explícitos o implícitos.

19. La información noticiosa y la publicidad deben ser claramente diferenciadas. La publicidad informativa, a veces denominada “publinota”, contraviene el principio fundamental e indispensable de caracterización, por lo que debe ser identificada como tal.

20. Los periodistas no deben participar de la negociación o tramitación de pautas publicitarias, tarea que está a cargo de áreas comerciales. En el caso de ser propietarios de publicaciones o espacios de radio y televisión que reciben publicidad, los periodistas deben derivar la contratación de anuncios a las áreas específicas.

21. Los periodistas jamás deben prestarse a realizar operaciones de prensa ni a difundir información tendenciosa. Si una información de interés público proviniera de una operación de prensa, corresponde aclarar su origen.

22. Ningún periodista debe aceptar pagos, retribuciones, dádivas ni privilegios de ningún tipo que pudieran pretender, de manera explícita o no, incidir sobre un manejo informativo particular. Los sobornos y las prácticas extorsivas son una falta grave.

23. Los periodistas no deben pagar por información.

24. La búsqueda de la excelencia es una constante en la vida del periodista y eso incluye su capacitación permanente y la mejora de sus prácticas.

25. El periodista sirve al interés público, nunca a objetivos sectoriales ni personales, y se debe considerar a la información como un bien social. El ejercicio de la profesión de un servidor público no habilita la obtención de beneficios personales. Ello no contradice el hecho de que, como trabajador, el periodista tiene derecho a una compensación equivalente a su utilidad a la sociedad, que le permita ejercer su profesión en las mejores condiciones.

26. En virtud de su compromiso con el interés público, el periodista debe evitar una vida condicionada por los lujos y aislada de las preocupaciones sociales.

27. Deben rechazarse los regalos y atenciones que pudieran ofrecerse como resultado de su trabajo o sus conexiones profesionales. Corresponde devolver al remitente los regalos con una explicación sobre los principios de ética periodística que impiden aceptar cualquier tipo de retribución de terceros. Podrían exceptuarse de esta regla los obsequios de cortesía, siempre que su valor no exceda los 30 dólares estadounidenses.

28. Es recomendable que los periodistas sólo acepten viajes si son pagados por los medios en los que trabajan. En caso de acceder a una invitación paga, esta situación debe ser indefectiblemente explicitada en la cobertura para que el lector, oyente o televidente, pueda evaluar la imparcialidad del trabajo del periodista. Los viajes que fueran meramente de placer o recreación no deben ser aceptados.

29. Es incompatible con la profesión del periodista cualquier tipo de actividad que afecte su independencia y el derecho del público a ser informado con honestidad.

30. Ningún periodista puede ser obligado a firmar un trabajo profesional que contradiga sus valores y creencias. De la misma manera, los periodistas no pueden aducir que fueron obligados a violar normas éticas.

31. El periodista debe rectificar la información difundida, en el caso de que así correspondiera.

IV - Respeto por la ciudadanía

32. El periodista debe respetar la privacidad de las personas. Sólo cuando se viera afectado un bien o valor público por un aspecto relacionado con la intimidad de una persona, puede prevalecer el derecho a la información de los ciudadanos por sobre la privacidad de un particular.

33. El periodista sólo podría mencionar cuestiones de religión, etnia, nacionalidad, orientación sexual, discapacidades físicas o psíquicas, etc., si ello fuera indispensable para comprender la información y dicha referencia no resultara ofensiva ni discriminatoria

34. Deben evitarse las generalizaciones que dañen a grupos minoritarios, las demarcaciones sexistas, las observaciones provocativas y los prejuicios de cualquier tipo.

35. En toda información debe respetarse el principio constitucional de inocencia de cualquier persona mientras una culpabilidad no hubiera sido probada judicialmente. Los pronunciamientos de las fuentes policiales no son suficientes para determinar culpas ni siquiera cuando tienen la forma de comunicados oficiales.

36. Siempre se debe buscar que la persona acusada de participar de un delito dé su visión de los hechos en la información.

37. En el caso de que víctimas de tragedias o incidentes, o sus familiares y allegados, prefirieran no exponerse a la prensa, debe respetarse su posición y evitar difundir imágenes o sonido del momento en el que rehúsan la requisitoria periodística.

38. No deben publicarse los nombres de víctimas de delitos sexuales, a menos que se cuente con su consentimiento explícito.

39. En ningún caso deben consignarse los nombres e imágenes de niños o adolescentes involucrados en actos criminales, ni siquiera por su nombre de pila, alias o apodo.

40. Debe evitarse la publicación de suicidios, a menos que se trate de casos de ostensible valor informativo.

V - Aplicación del Código

41. Este código considera las mejores prácticas profesionales y es de cumplimiento estricto para las personas integrantes de FOPEA, que están obligadas a respetarlo y hacerlo respetar.

42. La adhesión a estos principios y su cumplimiento es un requisito para formar parte del foro. Su incumplimiento es motivo suficiente para dejar de pertenecer a FOPEA

Buenos Aires, 25 de noviembre de 2006.