



MANUAL DE ÉTICA PERIODÍSTICA

Autor: Foro de Periodistas Paraguayos

Revisión: Instituto de Derecho y Economía Ambiental – IDEA

Diseño y Diagramación: Fenómeno Creativo

ISBN:

Este material fue elaborado e impreso en Asunción, Paraguay en setiembre de 2020, con apoyo del Ministerio Holandés de Relaciones Exteriores en el marco del Proyecto Pantanal – Chaco (PaCha)

“El periodismo es, ante todo, un acto de servicio. Es ponerse en el lugar del otro, comprender lo otro. Y, a veces, ser otro”

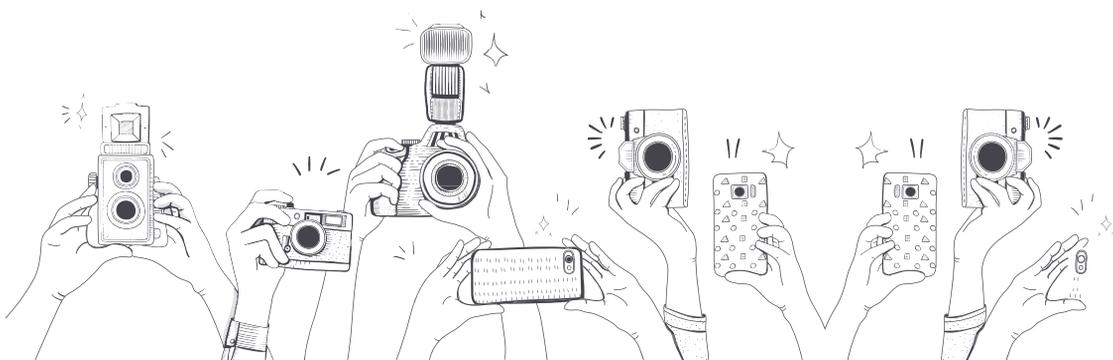
Tomas Eloy Martínez





ÍNDICE

✦ Presentación	7
✦ Principios de búsqueda de la verdad, independencia, transparencia y responsabilidad ante la sociedad	9
✦ Recomendaciones para un abordaje con perspectiva de género	12
✦ Recomendaciones para una cobertura que proteja a los niños, niñas y adolescentes	13
✦ Recomendaciones para una cobertura respetuosa de las personas y que promocióne la salud	14
✦ Por un periodismo que promueva derechos y la cultura de no discriminación hacia personas con discapacidad	16
✦ La mirada respetuosa del reportero gráfico y audiovisual, y el uso ético de las imágenes	17
✦ Recomendaciones para el ejercicio del periodismo en la era digital	18
✦ Bibliografía/fuentes	21





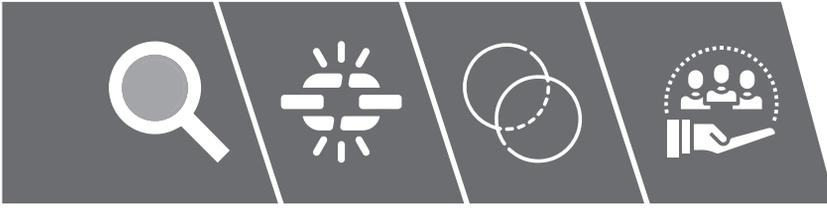


PRESENTACIÓN

El periodismo que defendemos concibe la información como un bien público que debe ser accesible para todas las personas. Sus principios de búsqueda de la verdad, independencia, libertad y responsabilidad, servicio social y humanidad son más necesarios que nunca en la era de la posverdad. La distorsión de la realidad viola el derecho de las y los ciudadanos a estar bien informados y como consecuencia pone en peligro la democracia. El nuevo escenario demanda un periodismo comprometido con los hechos y los derechos humanos.

Este manual condensa las mejores prácticas de los códigos de ética periodística existentes, ampliando recomendaciones para un abordaje desde el enfoque de derechos. La actualización incluye, por primera vez en Paraguay, sugerencias para el tratamiento ético de las imágenes, recurso clave en la era de internet, que debe ser utilizado con mucha responsabilidad. Más que nunca, el trabajo de los reporteros gráficos y audiovisuales es vital, porque las imágenes aportan a la información elementos que permiten a la ciudadanía comprender mejor las noticias y formar criterios sólidos respecto a determinados hechos.

Además, esta guía incorpora recomendaciones prácticas sobre los desafíos de la era digital, ya que la convergencia de medios impresos a un formato digital y la emergencia de nuevos medios nativos digitales exigen nuevas formas de desarrollar las tareas, sin perder de vista que, cualquiera sea el adelanto de las técnicas, siempre deben mantenerse en vigencia los principios esenciales del periodismo. No hay una nueva ética en la era digital, sino nuevas aplicaciones de la ética adaptadas a la era de Internet.



PRINCIPIOS DE BÚSQUEDA DE LA VERDAD, INDEPENDENCIA, TRANSPARENCIA Y RESPONSABILIDAD ANTE LA SOCIEDAD

Los periodistas y reporteros de materiales gráficos, audiovisuales, editores y emprendedores de nuevos medios digitales, que se adhieran a las prácticas propuestas en esta guía se comprometen a:

1. Ejercer un periodismo que garantice el derecho constitucional de la población para acceder a información veraz, ética, ecuánime y responsable.
2. Publicar información precisa, contrastada y verificada. Si un dato no puede ser corroborado, esto debe ser consignado en la publicación.
3. Promover el pluralismo informativo. Esto implica dar espacio a la diversidad de voces y de fuentes que permitan a las personas formar una opinión propia, más allá de las versiones establecidas.
 - 3.1 Promover la interculturalidad (indígena, campesino, urbanos/rurales) de las fuentes y de la información brindada. En el Paraguay existen dos idiomas oficiales (español y guaraní) establecidos por la Constitución Nacional de la República y un conjunto de lenguas indígenas. Todas las personas tienen el derecho a acceder a información veraz en la forma que le sea más accesible. Si no está al alcance del periodista ni del medio, producir noticias teniendo en cuenta estos parámetros, exigir a las autoridades que lo hagan.
4. Rendir cuentas a la sociedad. El periodista no solo es responsable de lo que publica ante el medio de comunicación para el que trabaja, sino también ante las audiencias.

5. Rectificar y corregir cuando la información publicada no se ajuste a los parámetros mencionados en los artículos anteriores. Consignar la modificación hecha en la publicación ayuda a la transparencia.

6. Buscar el equilibrio en la información publicada. Cada historia contempla al menos dos puntos de vista diferentes que se deben tener en cuenta.

6.1 La rectificación, así como el derecho a réplica son herramientas de las cuales se debe hacer uso en caso de que sea necesario. Además, tal como lo establece la Constitución Nacional de la República, debería otorgarse a la parte que lo solicita, las mismas condiciones que se dio al otro actor/a de la historia.

7. Actuar con independencia y transparencia. El periodista debe obrar en función del interés colectivo, no de intereses sectoriales. Si tiene conflicto de intereses en una cobertura, corresponde que lo asuma.

8. No ejercer en simultáneo funciones en organizaciones político-partidarias, instituciones públicas o cualquier otro sector que influya directa y negativamente sobre el área de cobertura, ya que se vería comprometida la independencia del periodista.

9. Separar claramente la información de la opinión del periodista. Presentar una opinión propia como material informativo, es engañoso y deshonesto.

9.1. Separar claramente los contenidos periodísticos de la publicidad. En el caso de los llamados "contenidos patrocinados" o material periodístico elaborado con criterio comercial publicitario, deben llevar advertencias claras para la audiencia: "Espacio publicitario", "Contenido patrocinado", "Publicidad y empresas", etc.

10. Obtener la información por vías íntegras. Consignar si se accedió a las fuentes mediante orden judicial, filtraciones, cámara oculta, simulaciones, fuentes reservadas u otras formas, distintas a la obtención de insumos de fuentes disponibles cotidianamente.

11. Respetar la vida privada de las personas, cuidando no solo la dignidad de los afectados sino del impacto en su entorno cercano. No se deben publicar cuestiones íntimas, excepto cuando estas sean relevantes para el interés público.

12. No plagiar. Cuando el periodista utilice el trabajo de otro autor debe citar debidamente la fuente. En el caso de publicaciones en plataformas digitales, corresponde crear un enlace con la publicación original.

13. Respetar la presunción de inocencia. Nadie puede ser considerado culpable hasta que una sentencia judicial lo declare como tal.

14. No divulgar ni amplificar discursos que promuevan el odio hacia grupos vulnerables de la sociedad. Por el contrario, educar en derechos y defender la dignidad de las personas es parte de la función social del periodismo.

14.1 Los periodistas deben promover mayor y mejor diversidad y pluralismo para combatir, mediante el debate público, los discursos racistas y discriminatorios.

15. No revelar la identidad de fuentes que piden anonimato. La Constitución Nacional de la República garantiza al periodista la protección de sus fuentes de información.

15.1. Solicitar siempre el consentimiento de los informantes o entrevistados cuando se les va a grabar en un soporte de audio o audiovisual.

15.2. Aclarar siempre con las fuentes si la información que se está recabando es para publicar con la debida identificación o si deberá permanecer "off the record" (anónima o fuera de registro). En este último caso, buscar que la información sea validada por otra fuente identificable ante la audiencia, para su publicación.

16. No recibir dinero ni otras compensaciones de fuentes a cambio de publicaciones.

17. Consignar en la publicación cuando un viaje de cobertura es pagado por la fuente.

18. No utilizar la posición de periodista para favorecer el interés personal o sectorial ni para obtener privilegios.





Recomendaciones para un abordaje con perspectiva de género

19. Evitar el lenguaje sexista. Para no caer en este tipo de expresiones, se puede aplicar la regla de la inversión, por ejemplo: “la mujer del Presidente” por “el hombre de la Presidenta”.

20. Promover información libre de ideas de inferioridad o subordinación, incorporando conceptos relacionados al triple rol de la mujer: productivo, reproductivo y comunitario; así como la división sexual del trabajo: diferenciando entre actividades productivas, reproductivas y actividades sociales, políticas y religiosas, y las implicaciones que esta división tiene.

21. Utilizar información que sea relevante para la comprensión de la violencia hacia las mujeres, profundizando en la explicación de la violencia de género como un fenómeno social, no individual ni privado. No justificar la violencia en nombre de “celos” o nombrarlos indebidamente como “crimen pasional”.

22. No promover la violencia simbólica hacia mujeres y niñas mediante el uso de lenguaje violento o contenido morboso. Por ejemplo, brindar detalles sobre el aspecto físico o historia sexual de la persona y otros, que promuevan juicios de valor o juzgamientos de carácter moral.

23. Brindar información útil a las mujeres víctimas de violencia, como por ejemplo a dónde se debe recurrir para denunciar o pedir asistencia especializada.

24. Otorgar espacio a las mujeres expertas u organizadas, según el área temática de cobertura. Garantizar no solo equidad en cantidad sino en calidad de voces.



Recomendaciones para una cobertura que proteja a los niños, niñas y adolescentes

25. Respetar el espíritu de toda legislación internacional, pactos, protocolos reconocidos, ratificados o suscritos por el Estado Paraguayo, así como el Código de la Niñez y Adolescencia.

26. Proteger la imagen del niño/niña/adolescente que forme parte de una noticia. Las entrevistas no deben alterar su desarrollo integral y el abordaje debe partir siempre desde la dignidad humana.

27. Contemplar siempre lo estipulado en el artículo 29 del Código de la Niñez y Adolescencia respecto a la difusión de cualquier tipo de datos sobre niños, niñas y adolescentes víctimas o supuestos autores de hechos punibles.

27.1 Cuando se trate de desapariciones, la divulgación de la imagen podría ayudar en la búsqueda, pero la difusión debe darse de forma coordinada con los padres o representantes legales, así como con las autoridades.

27.2 Incluso en situaciones que no sean de vulnerabilidad, se debe contar siempre con el consentimiento de padres o tutores legales, así como la de los niños, niñas y adolescentes para divulgar su imagen, especialmente en aquellas que se los identifique en su individualidad. Cuando participen de actividades culturales, educativas, artísticas y deportivas es aconsejable contar con la autorización del o la responsable ya que ésta persona es quien tiene la custodia temporal.

27.3 Imágenes de niños, niñas o adolescentes fallecidos deberían ser publicadas solo con autorización de los padres, tutores o responsables legales.

28. Respetar el interés superior de los niños, niñas y adolescentes víctimas de violencia, abuso u explotación sexual o cualquier otro tipo de hecho punible,

preservando su dignidad, ante todo. Para obtener información valerse de voces/as autorizadas que respeten la legislación nacional e internacional.

29. Respetar la intimidad, la vida privada, la honra y la reputación de las víctimas de violencia, de abuso y explotación sexual. No publicar imágenes que tengan connotaciones sexuales.

30. Respetar y promocionar el derecho de los niños, niñas y adolescentes a opinar y ser escuchados.

30.1 Promover la cobertura de espacios donde la participación de NNAs sea protagónica y ellos mismos emitan sus opiniones.



Recomendaciones para una cobertura respetuosa de las personas y que promocióne la salud

31. Usar en lo posible la palabra “persona” en lugar de “paciente”, ya que este sustantivo refiere pasividad, en lugar de considerarse a una persona como sujeto de derecho, que debe participar y decidir activamente en lo vinculado a su salud.

32. No publicar detalles o datos de la historia clínica de una persona sin su consentimiento, ya que esta información es considerada como sensible, de carácter privado.

33. Apropiarse e impulsar el uso de términos de salud y profundizar en sus significados, explicándolos de manera sencilla para que sea comprensible para todas las personas.

33.1 Evitar instaurar un lenguaje bélico para referirse a cuestiones de salud, por ejemplo: “batalla”, “guerra”, “enemigo invisible” y priorizar términos

como "respuesta a", "tratamiento", "prevención de" u otros términos aconsejados por expertos en comunicación de la salud.

34. Pedir información en casos de riesgo para la salud pública. En estos casos, el médico tiene la obligación de informar a la autoridad competente para que aplique los controles de rigor.

35. Evitar brindar información cargada de mensajes que provoquen miedo. Las personas pueden entrar en pánico y tener actitudes negativas. La información debe servir para desarrollar en la población una cultura de solidaridad y respeto, así como de prevención.

36. Esperar el dictamen de una autoridad médica sobre la muerte de una persona. De lo contrario, debe evitarse comunicar la información. Tampoco se puede hablar de "muerto" ni "cadáver", sino de "el cuerpo" hasta obtener el dictamen médico.

37. Desmitificar creencias erróneas y brindar información completa. Cooperar con el gremio médico para educar a las personas respecto a la ingesta de medicamentos exclusivamente por receta de un/a profesional de salud.





POR UN PERIODISMO QUE PROMUEVA DERECHOS Y LA CULTURA DE NO DISCRIMINACIÓN HACIA PERSONAS CON DISCAPACIDAD

38. Llamar a la persona con el nombre y de la forma que ésta prefiera. “Juan”, “Juana”, antes que identificarla por un diagnóstico o enfermedad.

39. Priorizar como fuente de información directa a la persona con discapacidad, ellas pueden comunicarse en la mayoría de las ocasiones. Evitar que las únicas fuentes sean familiares, abogados, médicos y las escuelas.

40. Explicar y contextualizar los hechos siempre, apuntando al sistema que incide en que una situación sea de una manera u otra y no contar los obstáculos de la persona como un hecho aislado ya que usualmente no lo son.

41. Evitar detalles que abonan al morbo, a la revictimización e incluso a la criminalización. Hay que preguntarse sistemáticamente: ¿Qué utilidad tiene esto que escribo?

42. Identificar, lo más claramente posible, quiénes son las autoridades e instituciones responsables de la protección y defensa de los derechos humanos de las personas con discapacidad y apuntar su responsabilidad en caso de incumplimiento.

43. Evitar equiparar enfermedad con discapacidad y en su lugar contar los planes y proyectos que tienen las personas con discapacidad.

43.1 En lo posible no utilizar “sufrir”, “padecer” y otros verbos parecidos para describir una discapacidad. Se puede utilizar “tener”.

44. Mantener el compromiso y a la apertura al aprendizaje constante, de modo a tener en cuenta las necesidades de las personas como sujetos y actores de hechos noticiosos.



LA MIRADA RESPETUOSA DEL REPORTERO GRÁFICO Y AUDIOVISUAL, Y EL USO ÉTICO DE LAS IMÁGENES

45. No contribuir, alterar o influenciar los eventos intencionalmente durante la toma fotográfica o audiovisual de un hecho noticioso.

46. Ser preciso y respetuoso al captar imágenes gráficas o audiovisuales de las personas.

47. Dar contexto completo cuando se esté fotografiando o tomando imágenes audiovisuales de las personas.

48. Tratar con respeto y dignidad a todas las personas y prestar especial atención a esta práctica cuando se fotografíe o se grabe en imágenes a personas con discapacidad. Mostrar compasión por las víctimas de crímenes o tragedias, respetando los momentos y espacios en contextos vulnerables.

49. No interrumpir momentos privados de luto. Solamente fotografiar o grabar si la necesidad es imperativa, como el caso de autoridades, personalidades públicas que fallecen y parte de la ciudadanía acompaña el duelo de esta forma.

50. Al editar se debe mantener el contenido y contexto original del hecho. No se deben manipular las imágenes para representar el hecho de forma irreal.

51. No pagar a las fuentes y sujetos o premiarlos con información o participación.

52. No aceptar sobornos, favores, o compensación de los que buscan influenciar la cobertura periodística para tener mayor presencia en las imágenes.

53. No sabotear intencionalmente los esfuerzos de otros colegas.

54. Reiteradamente preguntarse si la toma registrada es de interés público y en qué contribuye.



Recomendaciones para el ejercicio del periodismo en la era digital

55. Tener cuidado con las exigencias de la inmediatez. No se debe publicar ninguna información sin chequear debidamente la veracidad de los hechos.

56. Utilizar con prudencia los contenidos generados por usuarios de redes sociales. Esto implica chequear la veracidad y evaluar la pertinencia de publicación.

57. Cuando en una publicación se enlaza a un sitio para atribuir la fuente, cuidar que ese sitio al que se conduce a la audiencia cumpla con criterios de responsabilidad. El periodista debe ser un buen curador y orientador de informaciones veraces.

58. Se recomienda que cuando el periodista difunda materiales a través de sus redes sociales, mantenga los mismos criterios de ética y responsabilidad que aplica a su trabajo e indique, si es necesario, que se trata de información vinculada al medio para distinguirla de otras publicaciones consideradas más personales o privadas, pero que son igualmente públicas para la audiencia.

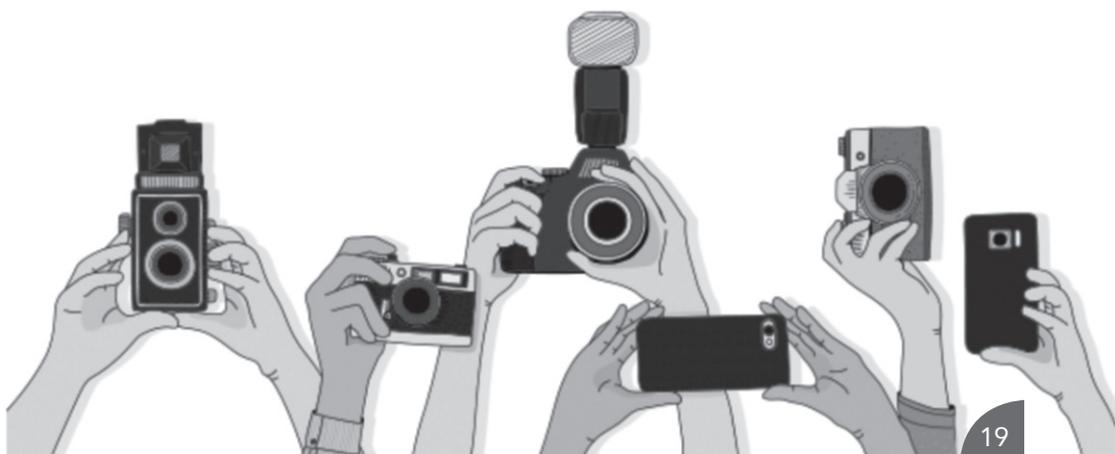
59. Cuando se comete un error en una publicación, se sugiere consignar que se hizo una corrección en determinada fecha. Estos datos pueden estar al final del artículo para que la audiencia sepa que ese contenido fue modificado. En caso de publicar una información errónea en redes sociales, lo recomendable es eliminar el posteo y aclarar que se procedió al borrado para evitar que ese contenido se siga viralizando.

60. La información contenida en perfiles de redes sociales pertenece a la persona que la comparte, por más de que esté disponible para terceros. Cualquier uso que se haga de la misma debe respetar los derechos intelectuales del autor. Aquí se tendrá que evaluar si ese contenido es de interés público, limitando el

uso de recursos pertinentes para el contexto informativo sin exponer otras circunstancias de la vida privada de la persona.

61. Advertir de manera clara cuándo hay intereses informativos o promocionales en el tratamiento de las noticias en el formato digital, evitando que la reputación profesional de los periodistas sea utilizada con intenciones publicitarias o comerciales.

62. Esforzarse para ejercer el oficio siguiendo recomendaciones como las establecidas en este manual y en otros manuales, guías o códigos de ética. Asimismo, tener presente las recomendaciones expedidas por organismos internacionales, sobre las distintas temáticas que son abordadas desde los medios, de modo a construir mejores prácticas en la profesión.





BIBLIOGRAFÍA / FUENTES

- ✦ Manifiesto ético para Periodistas del Paraguay, Código de Ética del Sindicato de Periodistas del Paraguay (SPP).
- ✦ Código de Ética del diario Última Hora.
- ✦ Ética periodística en la era digital. Javier Darío Restrepo y Luis Manuel Botello, ICFJ, 2018.
- ✦ El periodismo ético se resume en 5 principios, Fundación Gabo.
- ✦ Código de Ética Periodística de la Unesco.
- ✦ Constitución Nacional de la República, 1992.
- ✦ Código de Ética, NNPA.
- ✦ Guía de buenas prácticas sobre personas con discapacidad para profesionales de la comunicación. Junta de Andalucía, Consejería de Salud y Bienestar, 2013.
- ✦ Manual de Género para periodistas, recomendaciones básicas para el ejercicio del periodismo con enfoque de género. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en América Latina y El Caribe.
- ✦ Por un periodismo no sexista: pautas para comunicar desde una perspectiva de género en Chile. Gloria Alberti, Garfias Claudia, Lagos Lira María Teresa, Maluenda Merino Victoria, Uranga Harboe, 2010.
- ✦ Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y El Caribe creado por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL).

- ✦ Observatorio regional 'Mujeres en los Medios'- Incluye a Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Perú.
- ✦ UNIFEM (Fondo de las Naciones Unidas para la Mujer).
- ✦ Ética Periodística en la Era Digital.ICFJ (Internacional Center for Journalist)
- ✦ Conjunto de guías éticas para hacer periodismo en la web (Centro Knight para el Periodismo en las Américas).
- ✦ Artículo: Discurso de odio y la incitación a la violencia contra las personas lesbianas, gays, bisexuales, trans e intersex en América.
- ✦ Mujeres periodistas y libertad de expresión: Discriminación y violencia basada en el género contra las mujeres periodistas por el ejercicio de su profesión.



