

CÍRCULO DE PERIODISTAS DE BOGOTÁ

CÓDIGO DE ÉTICA

Agosto de 2019

PREÁMBULO

La Libertad de Prensa es premisa básica para que la sociedad tenga conocimiento veraz y oportuno de la realidad. Por lo tanto, debe ser mantenida a salvo de toda intrusión o coacción de cualquier forma de interés o poder, sea público o privado, económico o político.

El acceso a la información constituye uno de los derechos fundamentales del ser humano. La libertad de prensa hace recaer sobre el periodista la obligación de defenderla y de obrar con los más altos niveles de responsabilidad y honestidad en el ejercicio de su profesión.

La principal obligación del periodista es informar sobre los hechos de interés público de manera veraz y su compromiso ético prioritario es con la sociedad a la que sirve. Quienes trabajan en los medios de comunicación se obligan a propender por el respeto a la vida y a la dignidad humana, promover el uso de métodos pacíficos para resolver diferencias, ejercer la tolerancia y el pluralismo.

El propósito de este Código de Ética es señalar a los periodistas unos principios de conducta fundados en los valores éticos de la profesión como base del compromiso de todos los que tienen responsabilidad en el proceso de informar: empresarios, directores, editores y reporteros, etc.

La ética de la profesión establece la responsabilidad del periodista frente a la sociedad. Los principios que se derivan de ella son base del presente Código, de normas adoptadas por los mismos periodistas para ennoblecer su ejercicio profesional.

MISION DEL PERIODISTA

El periodista está al servicio de la sociedad, transmite a través de los medios de comunicación tradicionales y digitales noticias comprobadas, y se abstiene de incluir en ellas sus opiniones personales. El periodista de opinión puede expresar libremente sus comentarios, sin alentar la discriminación, la apología del delito o la exaltación de la violencia.

INFORMACIÓN TRANSPARENTE

- **ARTÍCULO PRIMERO.** La comunidad tiene derecho a recibir la información veraz, equilibrada y oportuna y el periodista está en el deber de proporcionársela en estos términos.
1. Aunque resulten discutibles como términos absolutos la verdad y la objetividad, en el periodismo es imperativa y no negociable la buena fe. El contenido de la noticia y de las opiniones debe ser exacto en sus hechos y en su contexto.
 2. Es necesario presentar las distintas caras de la noticia y procurar que, donde haya más de una interpretación sobre los hechos, aparezcan todas las que sean relevantes.
 3. El deber de informar se incumple:
 - a) Por acción (noticia falsa).
 - b) Por omisión (al guardar silencio sobre un hecho).
 - c) Por aproximación (noticia tendenciosa).
 - d) Por falta de diferenciación entre la noticia y las opiniones, comentarios y de lo que se llama información comercial (publicidad).

LAS FUENTES

- **ARTÍCULO SEGUNDO.** El periodista debe adoptar una actitud analítica frente a las fuentes, confrontarlas y comprobar sus afirmaciones. La lealtad del periodista es con la verdad y con el público, antes que con la fuente.

1. Verificación de hechos y fuentes

Las informaciones de que dispone el periodista sólo pueden ser obtenidas por tres vías: su presencia en el lugar de los hechos, la narración por una tercera persona o el soporte documental. El público tiene derecho a conocer cuál de las tres fuentes corresponde a la noticia, y para ello el periodista debe citar siempre la fuente cuando no haya estado presente en el hecho que transmite. Si la información procede de una sola persona, se hablará de 'fuente' en

singular. Esto otorga mayor credibilidad y fija mayor responsabilidad sobre lo que se afirma.

Toda información que el periodista no haya presenciado debe ser verificada o sustentada, para evitar todo riesgo de error y velar por su credibilidad.

2. Fuentes anónimas

El periodista no debe revelar sus fuentes informativas cuando estas exijan confidencialidad. Excepcionalmente, el director, subdirector, editor y/o jefe de redacción puede conocer la fuente, sin derecho a revelarla.

En todo caso, queda exonerado de revelar la fuente cuando:

- a) Haya sido engañado por la fuente;
- b) Esta, por su propia voluntad, decida darse a conocer.

3. El secreto profesional

El secreto profesional o la reserva de la fuente es inviolable. Tiene por objeto proteger de la exposición pública a la fuente. En ningún caso debe amparar la falta de consistencia de la información ni relevar al periodista de su deber de verificar los hechos.

4. En situación de conflicto.

La verificación de fuentes será un trabajo en equipo entre editores y/o jefes de redacción, periodista y director del medio, para proteger la verdad de los hechos.

5. Fuentes de las redes sociales.

Las informaciones tomadas de las redes sociales deben tener siempre el enlace respectivo para que el lector pueda confirmar la veracidad y confrontar los textos. La integridad de los datos es fundamental para el periodismo en Internet.

6. Normas de privacidad.

Cuando se utilizan investigaciones de diversa índole tomadas de Twitter, Facebook o YouTube u otras fuentes digitales, se debe

verificar con las personas en ellas citadas si otorgaron autorización para incluir el contenido de esas fuentes que se vaya a reproducir.

7. Protección de niños y adolescentes

Las imágenes y declaraciones de menores de edad solo pueden ser publicadas con autorización de padres o tutores.

8. Derechos de autor

Todo lo que se divulga en las redes sociales es público. Sin embargo, en muchos casos será necesario pedir permiso al autor o al propietario de los derechos para reproducir artículos de valor científico, comercial, literario o de investigación.

9. Activismo cibernético

El periodista debe abstenerse de participar desde su cuenta en el medio para el cual trabaja en debates o polémicas agraviantes o calumniosas que se generen en las redes sociales, y ser prudente cuando se involucre en estas polémicas desde su cuenta personal. En caso de recibir ataques personales, si responde, debe hacerlo con mesura. Si los ataques involucran también al medio de comunicación, la respuesta debe provenir de la dirección editorial.

10. Uso de herramientas de edición digital

Las fotografías y tomas de video no pueden ser retocadas ni alteradas mediante el uso de herramientas de edición digital, salvo cuando sea necesario para mejorar su calidad. Las gráficas deben reflejar genuinamente la realidad que quieren mostrar.

11. Noticias falsas en la red

Las noticias falsas que se vuelven virales en las redes sociales y en Whatsapp deben ser identificadas por los periodistas para no reproducirlas o tomarlas como fuentes de información. Hay que verificar aquellas noticias con titulares sensacionalistas, sospechar de sitios web usados para provocar daño a la reputación de personas o instituciones. Se deben consultar sitios de verificación que hay en Internet que ponen al descubierto a los generadores de noticias falsas.

12. La ética en la caricatura

La caricatura es un género periodístico complejo que reúne las funciones del fotógrafo y el columnista y que el dibujante emplea para la crítica social. La exigencia ética es que la caricatura no se use como medio de calumnia o injuria y, en lo posible, que tampoco se utilicen defectos físicos para ridiculizar a las personas. Igualmente, el caricaturista debe observar la ética para evitar burlas de símbolos religiosos o culturales que puedan ser ofensivas para las comunidades. El humor debe emplearse para hacer pensar a la sociedad y poner al descubierto los errores y actos indecorosos de personas públicas o privadas.

OBTENCION DE LA NOTICIA

- **ARTÍCULO TERCERO.** La información debe ser obtenida a través de medios legales y éticos. El fin no justifica los medios. Las razones de interés público prevalecen sobre los intereses privados en la búsqueda y divulgación de la información.

CITAS Y TRANSCRIPCIONES

- **ARTÍCULO CUARTO.** El periodista debe contextualizar la información y evitar que las citas alteren el sentido de lo que transcribe; siempre deberá colocar entre comillas las palabras textuales.
- **ARTÍCULO QUINTO.** El plagio es una conducta contraria a los principios éticos. Siempre deberá darse crédito o citar la fuente de donde se toma la información, salvo que haya reserva expresa de la fuente.

RECTIFICACIONES Y RÉPLICAS

- **ARTÍCULO SEXTO.** Es obligación del periodista y del medio rectificar inmediata y adecuadamente las informaciones inexactas, erróneas, falsas o incompletas, así no se haya exigido aclaración por parte del perjudicado, a quien, además, se le respeta su derecho a la réplica.

SENSACIONALISMO

- **ARTÍCULO SÉPTIMO.** El sensacionalismo es una deformación

interesada de la noticia, implica tergiversación, manipulación y engaño y, por lo tanto, atenta contra la credibilidad del medio periodístico y burla la buena fe de la sociedad. Por tanto el periodista debe:

1. Respetar la vida privada, la dignidad y la intimidad de las personas y sólo referirse a aquellos sucesos o circunstancias de carácter privado que adquieren claro interés público.
2. Abstenerse de explotar la morbosidad del público y la curiosidad malsana.
3. Observar especial cuidado en las informaciones sobre procesos judiciales ya que, incluso, sin incurrir en violaciones ilegales de la reserva sumarial, es posible influir en la condena o absolución de los inculcados.

FAVORES Y PRIVILEGIOS

- **ARTÍCULO OCTAVO.** La independencia del periodista es indispensable para su ejercicio profesional. En consecuencia, son prácticas contrarias a la ética, porque crean dependencia y menoscaban su credibilidad:
 1. Usar su influencia o la de su medio, para buscar ventajas personales o privilegios.
 2. Recibir de la fuente que cubre pagos, regalos o favores de cualquier índole, incluidos distinciones o premios, otorgados por las mismas fuentes.
 3. Mantener familiaridad o cercanía con la fuente.
 4. Ejercer actividades de venta de publicidad, comercialización de programas y de relaciones públicas, simultáneamente con el desempeño profesional periodístico.

LA EMPRESA PERIODÍSTICA

- **ARTÍCULO NOVENO.** La naturaleza propia de la empresa periodística y su proyección social no permiten asimilarla a cualquier otra actividad empresarial. En consecuencia, tanto la Administración como la Redacción de un medio de comunicación deben compartir la misma filosofía empresarial y tener las mismas responsabilidades éticas definidas en este Código.

Por consiguiente la empresa periodística debe:

1. Rechazar todo compromiso u otorgar privilegios que pongan en duda la independencia informativa del medio.
2. Evitar que la participación de sus funcionarios o periodistas en

- juntas directivas, cargos o asesorías a empresas distintas, comprometan la independencia del medio.
3. Diferenciar con claridad el material editorial y periodístico del publicitario, como son los remitidos, publibreportajes, infocomerciales, publicidad política y/o suplementos comerciales especializados.
 4. Garantizar a sus periodistas un salario digno y competitivo, condiciones laborales, medios e instrumentos adecuados, que aseguren la calidad y excelencia de su trabajo profesional, su independencia y la del propio medio

CLÁUSULA DE CONCIENCIA

- **ARTÍCULO DÉCIMO.** El periodista tiene la obligación moral de actuar de acuerdo con su conciencia y no puede ser sancionado por ello. En consecuencia, las empresas periodísticas no podrán aplicar sanción o desmejoramiento laboral por el cumplimiento de este deber ético en el ejercicio profesional. La cláusula de conciencia, reconocida internacionalmente, deberá ser incluida en el derecho laboral colombiano.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

- **ARTÍCULO UNDÉCIMO.** El periodista es responsable del poder que le dan su profesión y los medios que maneja; por tanto es un deber maximizar sus buenos efectos y prevenir cualquier daño atribuible a sus informaciones.
 1. Los medios de comunicación se deben entender como servicio de interés público; por tanto la acción periodística se orienta en ese sentido. Esta responsabilidad prima sobre cualquiera otra, sea con los patronos o con los distintos poderes.
 2. El compromiso del periodista consiste en servir y defender los intereses de la democracia, más allá de cualquier adhesión a gobiernos, partidos o instituciones.
 3. Consciente del poder de la información, el periodista debe dar las noticias sobre violencia, corrupción, catástrofes y crisis con el propósito prioritario de promover soluciones.
 4. La autorregulación es un instrumento de la responsabilidad que debe contribuir a la excelencia profesional. Es esencialmente distinta de la autocensura que es el silencio de la información debida, impuesto por el miedo o intereses individuales, empresariales o de agentes externos.

ÁMBITO Y COMPETENCIA

- **ARTÍCULO DUODÉCIMO.** Son sanos y necesarios la autocrítica profesional y el debate público de los temas relacionados con la información. Las exigencias de la ética profesional, que obligan a todos los periodistas a apuntar hacia la excelencia, van más allá de su mera responsabilidad legal, civil o penal.

En consecuencia:

1. La responsabilidad de garantizar el cumplimiento de la ética profesional recae sobre el periodista y no sobre terceros.
2. Es compromiso ético del periodista adquirir y mantener una actualización profesional de altos estándares, que le permitan responder con competencia a las exigencias y permanentes cambios de la profesión.
3. Las normas de conducta enunciadas en el presente Código justifican la intervención de los poderes públicos o de sus voceros para forzar la observancia de las obligaciones morales establecidas en el mismo.
4. La Comisión de Ética asume el compromiso de estudiar los cambios que se le sugieran o que ella misma proponga, y de investigar los casos de conflicto ético que sean sometidos a su consideración, como también los que aborde de oficio.