

CODIGO DE ÉTICA DE LA ASOCIACIÓN DE PROPIETARIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN DE ANCASH

PRESENTACION

Los medios de comunicación cumplimos un papel fundamental con nuestra sociedad, de la que dependerá cuan informada o desinformada puede estar la población para ejercer plenamente sus derechos.

La libertad de expresión e información no solo debe verse como el derecho de los medios de comunicación y de los responsables de la conducción de los programas para expresar sus puntos de vista o para difundir información; sino como el derecho de las personas de acceder de manera objetiva a información de calidad que le permita crearse su propia opinión.

La relación de las personas con las emisoras es realmente especial, no solo porque estamos cerca de ustedes, sino porque que somos parte de su vida diaria. Porque también donde las instituciones no funcionan, o funcionan mal, nos hemos convertido en el espacio por donde ustedes transitan para ser escuchados, buscando acceder a la justicia.

Asimismo con el propósito que se modifiquen aquellos comportamientos que riñan con la ética y el respeto de los derechos fundamentales; después de un análisis exhaustivo del rol de las emisoras con la sociedad el cuál nos ha permitido reflexionar sobre el uso y abuso de los medios; en un primer momento viendo si es necesario desarrollar un compromiso al respecto, luego discutiendo los temas y situaciones que generan dilemas éticos y al final generando mecanismos para que se respete y se cumpla. En suma el Compromiso que presentamos es el resultado de este proceso.

1. INTRODUCCION

ARTICULO I. Las disposiciones de este compromiso se aplican a material informativo, de entretenimiento, deportivo, cultura, de promociones, programas de concesionarios y publicidad.

ARTICULO II. Este Compromiso asume como punto de partida el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948: "Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión: este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión".

Este artículo es universal e incondicional, ni siquiera le exige a los medios de comunicación que se comporten de manera responsable, con tal que se mantengan dentro de la ley.

ARTICULO III. La democracia, sin embargo, es libertad más responsabilidad. Una conducta poco ética arriesga la libertad de los medios, por ello deben obligarse a trabajar con exactitud, equilibrio, equidad y decencia.

Por esto, el Compromiso señala las políticas y prácticas para que –como elemento esencial de la sociedad civil- los medios libres operen de manera responsable y rindan cuentas.

ARTICULO IV. Manejar el desacuerdo es vital en la democracia. Ésta no se define como el gobierno de las mayorías, aunque el voto mayoritario es una de sus herramientas básicas. En los debates previos a una elección democrática estarán representadas todas las voces de manera apropiada y con equidad y, después de la votación, los intereses y puntos de vista de las minorías sociales seguirán siendo resguardados. Este Compromiso defiende plenamente el pluralismo democrático.

ARTICULO V. En una sociedad democrática, la posición más sana de los medios libres es prudente, cuestionadora, escéptica y propositiva, no es cómoda ni aduladora. Los medios deben tomar distancia del gobierno y reconocen que su legítimo papel en una democracia es divulgar información por razones de interés público y permitir que las instituciones e individuos rindan cuentas.

ARTICULO VI. Ningún código o compromiso puede contemplar toda contingencia. Los siguientes son lineamientos para una conducta ética que el personal de las instituciones que lo respaldan se han comprometido a cumplir:

LA EMISORA

Artículo 1.- La emisora tiene el deber de respetar y hacer respetar la Constitución Política del Estado, la defensa del orden democrático, satisfacer las necesidades de la personas en el campo de la información, dar un trato preferente a la producción nacional, respetar la cláusula de conciencia del periodista y tener un especial cuidado en la clasificación de los programas, especialmente en el horario familiar. Cualquier cambio de programación y horario será comunicado con anticipación.

Artículo 2.- En caso de incumplimiento de este código de ética, el oyente tiene el derecho de queja, el mismo que será dirigido a la Gerencia de esta emisora.

DEBERES Y DERECHOS DEL PERIODISTA O COMUNICADOR SOCIAL

Artículo 3.- El periodista o comunicador tiene derecho a obtener toda aquella información de utilidad pública, así como a realizar las acciones necesarias a ese fin.

Artículo 4.- El periodista y el medio deben contribuir a promover los valores humanos, la identidad nacional, el conocimiento de las leyes y el perfeccionamiento constante de nuestra sociedad.

Artículo 5.- El periodista o comunicador no puede hacer uso de los medios de comunicación en función de intereses personales, familiares o particulares de cualquier especie, ni para desacreditar o difamar a personas e instituciones. Tampoco para exaltar desmerecidamente a personas naturales o jurídicas. No es ética en el ejercicio de la profesión el triunfalismo, el hipercriticismo y otras tendencias deformantes.

Artículo 6.- El periodista o comunicador debe mantener una conducta laboral, social y moral consecuente con los principios y normas de nuestra sociedad.

Artículo 7.- El periodista o comunicador debe rectificar públicamente los errores difundidos que así lo requieran y sean imputables a su trabajo. La dirección del órgano de prensa tiene derecho a decidir si procede o no la rectificación pública y en qué forma realizarla.

Artículo 8.- El periodista o comunicador tiene el deber de cumplir la línea editorial y política informativa del órgano de prensa de este medio y, a su vez, el derecho a participar en la elaboración, ejecución y evaluación de ambas.

Artículo 9.- El periodista o comunicador debe acudir a más de una fuente con el fin de lograr una información veraz y lo más completa posible.

Artículo 10.- El periodista o comunicador debe superarse cultural y profesionalmente, y aquellos afiliados con responsabilidades de dirección deben propiciar la superación de sus subordinados

RELACIONES PROFESIONALES, LABORALES Y SOCIALES

Artículo 11.- El periodista o comunicador, en caso de debates, críticas o polémicas, debe abstenerse en su trabajo profesional de emplear un lenguaje o tono irrespetuoso y ofensivo.

Artículo 12.- El periodista o comunicador debe utilizar los espacios de los órganos de prensa de forma tal que no resulte lastimada la moral o la dignidad personal de otros periodistas, o que se denigre o rebaje la autoridad pública de cualquier órgano de prensa del país.

Artículo 13.- El periodista o comunicador debe fomentar y cuidar las relaciones fraternales y de respeto mutuo entre colegas y entre los órganos de prensa, así como abstenerse de expresiones públicas que las denigren o menoscaben.

EXACTITUD, BALANCE Y EQUIDAD

Artículo 14.- El periodista o comunicador tiene el deber de informar y expresar sus criterios con veracidad, agilidad y precisión.

Artículo 15.- Los favores, regalos y viajes gratuitos pueden comprometer la independencia de los periodistas, propietarios y concesionarios, por lo tanto deberán evitarse.

Artículo 16.- Por un criterio de justicia, las personas e instituciones atacadas en una información tendrán la oportunidad de responder al aire.

POLÍTICA Y ELECCIONES

Artículo 17.- Los conductores deben reflejar la diversidad de la opinión pública en la sociedad y ser los facilitadores de un debate libre, equitativo y abierto sobre temas políticos.

La información divulgada debe ser lo más precisa y completa posible sobre todas las opciones existentes ya que sólo una ciudadanía informada puede elegir con libertad.

Artículo 18.- Durante una campaña electoral los conductores asumirán con mayor energía su deber de ser equilibrados y justos en el tratamiento de la noticia, la selección de temas, la construcción de la agenda pública y en la relación con el público.

Artículo 19.- La propaganda política debe estar siempre identificada como tal, nunca aparecerá disfrazada de espacio informativo. Cuidará que la propaganda pagada sea equitativa para que la capacidad económica del anunciante no se convierta automáticamente en poder político.

Artículo 20.- Los políticos en función o en postulación, los asesores de prensa y propaganda y quienes desempeñen cargos afines a movimientos políticos no harán proselitismo cuando se desempeñen como conductores, entrevistadores o reporteros o desarrollen alguna labor ligada con la producción informativa.

Artículo 21.- Las emisoras y los comunicadores no se someten a presiones políticas, financieras o familiares para inclinar la cobertura informativa hacia una tendencia específica. En lo posible las denunciarán.

Artículo 22.- El conductor en la medida de lo posible- debe evitar difundir su inclinación política.

PROTECCIÓN DE LAS FUENTES

Artículo 23.- La filtración de material oficial y de cualquier otro tipo no la hacen los medios sino los funcionarios públicos, autoridades, líderes o sus asistentes. Es deber de los medios de comunicación libres lanzar a debate toda información documentada y verificada que sea de interés público.

Artículo 24.- Los que ejercen el periodismo tienen la obligación moral de proteger sus fuentes de información confidenciales.

Artículo 25.- Se defenderá el derecho a la información pública sin restricciones, sólo las tipificadas por ley.

Artículo 26.- Sólo el material que ha sido transmitido debe facilitarse a las autoridades que lo soliciten. Se debe recordar la necesidad de proteger a las fuentes.

IDENTIFICACIÓN Y ATRIBUCIÓN DE MATERIAL

Artículo 27.- La naturaleza del material que se emite debe ser una verdad probada. Debe existir una clara distinción entre un hecho, un comentario y una especulación.

LA PRIVACIDAD Y EL INTERES PUBLICO

Artículo 28.- La difusión de información sobre la vida privada e intereses de ciertos individuos sin su consentimiento, sólo es aceptable cuando prevalece un interés público legítimo y de peso sobre el derecho a la privacidad y el honor.

Artículo 29.- "Por razones de interés público" no es lo mismo que "de interés para el público". Ninguna intrusión se justifica por curiosidad. Sólo es legítimo revelar asuntos privados de figuras públicas cuando estos se relacionan con su función pública o su idoneidad para tal cargo.

Artículo 30.- Son de interés público: la detección, revelación o prevención de un crimen o caso de corrupción; la protección de la seguridad y la salud públicas; la prevención al engaño del público sobre un asunto de gravedad a través de la declaración o acción de un individuo o institución.

Artículo 31.- Las grabaciones a individuos en lugares públicos, o a personas cuya presencia en una entidad es incidental, pueden ser consideradas como de dominio público. Normalmente cuando se usa ese tipo de material para ilustrar un punto específico, se buscará la versión del sujeto sobre los hechos registrados.

Artículo 32.- No se utilizará el chantaje como método para conseguir beneficios o ser eximido de sanciones.

Artículo 33.- La información sobre personas en sufrimiento extremo -por duelo u otro drama humano- se cubrirá con gran sensibilidad y discreción, evitando la intrusión, el morbo y el sensacionalismo.

ACOSO, PERSECUCIÓN Y GRABACIÓN ENCUBIERTA

Artículo 34.- Quienes ejercen como comunicadores y periodistas no buscarán información a través de la intimidación, el acoso o la persecución.

Artículo 35.- El uso de micrófonos ocultos para obtener grabaciones encubiertas se justifica sólo cuando la revelación de la evidencia reunida es de interés público, es esencial para la credibilidad del hecho, porque el material no pudo haber sido obtenido a través de ningún otro medio legítimo, y luego de que esta práctica haya sido aceptada en la dirección noticiosa del medio.

Artículo 36.- Los comunicadores y periodistas usarán medios honestos para obtener información. El uso de una identidad falsa o de emboscadas se justifica sólo cuando la revelación de información es de interés público y cuando el material no se hubiese conseguido por otra vía.

ENTREVISTAS

Artículo 37.- Las entrevistas deben ser concertadas, conducidas y editadas con honestidad y equidad. Los entrevistados tienen derecho a conocer por adelantado el formato, tema y propósito (aunque no el contenido en detalle) de la conversación, si va a ser transmitida en vivo o diferida, se transmitirá editada, etc. Los entrevistados reconocerán que en ciertas situaciones los periodistas no manejan estos detalles por adelantado.

Artículo 38.- Los entrevistados tienen derecho a saber con anticipación la identidad y roles de otros posibles participantes en el mismo espacio o programa.

Artículo 39.- Sólo por motivos bien fundados puede permitirse el anonimato del entrevistado, esta condición no se permitirá a prófugos de la justicia.

DISCRIMINACION

Artículo 40.- Quienes aceptan este compromiso evitarán cualquier referencia discriminatoria alusiva a la raza, ideología, color, religión, idioma, sexo, preferencia u orientación sexual, edad, discapacidad mental o física o enfermedad de las personas.

Artículo 41.- Al tratar estos temas periodísticamente se procurará mayor documentación y se pondrá particular cuidado en las referencias a grupos de población vulnerables o usualmente discriminados.

Artículo 42.- Si bien las emisoras son libres de informar y comentar cualquier asunto de interés público, no deberían hacerlo de una manera que promueva e incentive el odio o discordia racial o sectaria.

PARTICIPACIÓN DE NIÑOS, Y VIOLENCIA FAMILIAR

Artículo 43.- En general, ningún niño o niña menor de 14 años debería ser entrevistado en ausencia de, o sin el consentimiento de, uno de sus padres o apoderado.

Artículo 44.- En la cobertura informativa y en la programación se considerarán los puntos de vista de los niños. Se protegerá a los niños evitando que sean utilizados con fines lucrativos o políticos. Se tendrá especial cuidado cuando aparezcan menores en operaciones como redadas y arrestos.

Artículo 45.- Por lo general, los menores víctimas o infractores de delitos sexuales o de violencia familiar no deberían ser identificadas ni se emitirá el material que permita inferir la identidad.

Artículo 46.- Los niños y niñas menores de 14 años no deberían ser identificados cuando aparecen testificando en casos de delitos sexuales y violencia familiar.

Artículo 47.- Al reportar casos de abuso sexual contra un niño o niña puede identificarse a un adulto involucrado en el caso, pero no se identificará al niño o niña, ni incluir hechos que indiquen una relación cercana entre el adulto acusado y el niño o niña víctima.

Artículo 48.- En la información sobre violencia contra la mujer se rechazará el sexismo, el lenguaje ofensivo o los estereotipos femeninos. En general, las emisoras tratarán de promover mensajes que contribuyan a erradicar la violencia de todo tipo.

ALUSIONES A LA CONDUCTA SEXUAL

Artículo 49.- Cuando se esté haciendo un reportaje o descripción de una actividad o conducta sexual, los comunicadores o periodistas deberían ser sensibles al riesgo de ofender la dignidad de las personas o los sentimientos de la audiencia. Debe prestarse cuidadosa atención al contexto y horario de transmisión, particularmente cuando pueden haber niños y niñas escuchando la emisión.

ALUSIONES A HECHOS VIOLENTOS

Artículo 50.- La descripción realista de hechos violentos debe justificarse en su contexto e intensidad, sólo se permitirá si es clave para la comprensión de la información y se respetará la dignidad humana.

Artículo 51.- Cuando los hechos violentos se combinan con sexo deben describirse de manera que no apelen al morbo de los oyentes. Debe evitarse todo detalle explícito y descripción prolongada. Nuevamente se tendrá en cuenta los niños y niñas que podrían estar escuchando la emisión.

ADVERTENCIA AL AIRE

Artículo 52.- Debe emitirse la adecuada advertencia antes o al inicio de un programa que contiene material que puede ser inquietante u ofensivo para el oyente, teniendo en cuenta el horario de la transmisión, la naturaleza de la estación y el público objetivo.

CRIMEN, VIOLENCIA Y CONDUCTA ANTISOCIAL

Artículo 53.- Ninguna información detallada acerca de suicidio, violación, fabricación de explosivos o dispositivos incendiarios o el uso ilícito de drogas debe emitirse de una manera que pueda instruir o alentar ese tipo de comportamiento.

Artículo 54.- Por lo general, los parientes o personas acusadas o condenadas por crímenes cometidos no deben ser identificados a no ser que el vínculo repercute directamente en el tema que se informa.

INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA Y CORRUPCION

Artículo 55.- Los comunicadores y periodistas reconocerán los límites para proteger a sus fuentes en casos vinculados con corrupción, narcotráfico o delitos de función pública.

Artículo 56.- En todos los casos relacionados con la comisión de delitos y crímenes se considerará siempre el derecho a un debido proceso y la presunción de inocencia.

Artículo 57.- Al tratarse las investigaciones de corrupción los medios evaluarán con especial cuidado la información que alerte a posibles involucrados que podrán abandonar el país o destruir o falsear pruebas.

PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

Artículo 58.- Toda propaganda y publicidad o auspicio deben diferenciarse de los contenidos editoriales, informativos, educativos o de entretenimiento.

Artículo 59.- El material publicitario debería traslucir principios de decencia, legalidad, honestidad y veracidad. En términos de responsabilidad social, prestigio del medio y respeto a la audiencia.

CONCURSOS

Artículo 60.- Todo el que trabaja en un medio se asegurará de que en los programas de concurso no se pongan de acuerdo organizadores,


auspiciadores y participantes con el fin de dar ventaja a un concursante en perjuicio de los demás.

Artículo 61.- Los concursos deben garantizar la entrega de premios, el cuidado de la independencia y la credibilidad

Los comunicadores, empresarios, periodistas y colaboradores de las emisoras que aceptan este compromiso acuerdan promoverlo entre sus oyentes y las instituciones de la sociedad civil para procurar el cumplimiento del mismo.

En cada ciudad de Ancash se realizarán actividades continuas que permitan la difusión y respeto de los criterios y principios éticos planteados.

Huaraz, 10 de Junio del 2005


RADIO VIDEO STEREO
[Signature]
ROBIN MUÑOZ TAMARIZ
Gerente General
Presidente

DIGITAL 102
RADIO FM. STEREO
[Signature]
PABLO HUAYANEY FIGUEROA
VICE PRESIDENTE

RADIO MELODIA
105.3 FM STEREO
[Signature]
ING. JESUS VIZCARRA ARANA
GERENTE GENERAL
SECRETARIO

COMITÉ DE FOMENTO Y PROMOCIÓN
DE LA RADIO Y TELEVISIÓN
[Signature]
TESORERO

ASOCIACIÓN DE COMUNICACIONES
CHALUPA S.R.L.
[Signature]
SECRETARIO DE DEFENSA

Radio Chilipe
[Signature]
SECRETARIO DE PRENSA
Y PROPAGANDA

ASOCIADOS:

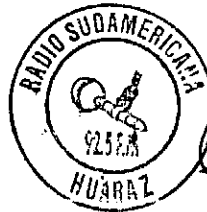


[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

RADIO MIRAMAR
SUPER SATELITE CUARENTA
HURTADO DIAZ
Gerente General

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]



[Handwritten signature]
Empresa de Radio y TV
Planeta.



[Handwritten signature]

"RADIO ALPAMAYO" E.I.R.L.
No. 1 de 31200

[Handwritten signature]