

Código de ética periodística y política editorial de la Fundación Manuel Buendía

El presente documento deontológico tiene como propósito plasmar de manera pública una propuesta de reglas éticas y de operación para la vida interna de una empresa informativa.

La creación de una serie de ordenamientos de autorregulación, como los que aquí se incluyen, tiene el rasgo distintivo de que cuenta con órganos independientes de regulación que habrán de garantizar que este

El conjunto normativo no se quede sólo en un ejercicio de retórica sin relación con los hechos. Antes bien, sólo con mecanismos de regulación que no dependan de la dirección de la empresa podrá ser efectivo el tránsito hacia una periodismo que reivindica la libertad, pero pregona al mismo tiempo la responsabilidad social.

Reside en esta doble característica el mejor camino para lograr la credibilidad que es el principal capital que puede tener un medio de comunicación. Lo es para preservarse y crecer con el fin de servir a la sociedad. Para convertirse, por ende, en un verdadero instrumento que permita traducir en acto el derecho a la información de los mexicanos.

La empresa periodística que retome los siguientes planteamientos no sería el primer medio de comunicación que tuviera disposiciones semejantes. Sí, empero, sería uno de los primeros que en el entorno cercano no sólo establecería reglas éticas, sino que crearía un diseño institucional normativo para generar contrapesos éticos entre los derechos de los periodistas y sus responsabilidades, entre el derecho del público a contar con un producto de calidad editorial y el deber de la empresa informativa para asegurar que así sea.

Con este documento se tendería a encarecer la política voluntarista y acotar el principio de discrecionalidad. En pocas palabras: puede significar el primer paso para terminar con la demanda intensa de libertad hacia fuera de las puertas de la empresa y el ejercicio intensivo del autoritarismo dentro de la vida interna.

Las normas de autorregulación que aquí se consignan pretenden ser, en todo caso, un medio que permita a quienes laboran en una empresa informativa conocer sus derechos y sus responsabilidades y al público evaluar si el producto que recibe día con día transita por el mismo camino de los principios y normas que aquí se establecen.

En una sociedad democrática, los medios de comunicación no pueden ser sujetos de excepción de la ley; tampoco pueden carecer de normas éticas que sean al mismo tiempo vigentes y eficaces. Aquí se plasman, pues, los principios pueden animar a un medio periodístico para contribuir a informar y debatir en torno a los grandes asuntos nacionales con honestidad crítica, independencia y rigor.

I. PRINCIPIOS EDITORIALES

1. Todo medio de comunicación ha de comprometerse con el Estado social y democrático de Derecho y las normas jurídicas que de él emanan. En consecuencia,

pugnará a través de los hechos y opiniones reflejados en su quehacer periodístico por preservar, transformar, derogar o abrogar, en su caso, las normas jurídicas del marco legal mexicano que sean contrarias a los estándares democráticos internacionales. No tiene militancia política o ideológica ni afiliación religiosa. Constituye, sin embargo, un espacio para el libre debate de las ideas y para ofrecer a la comunidad información de calidad para la toma colectiva y cotidiana de decisiones.

2. Esta empresa mediática considera que la aprobación de leyes de acceso a la información pública y de transparencia son herramientas significativas para hacer un mejor periodismo. Por el contrario, las normas que criminalizan el secreto profesional del periodista o que establecen “delitos de prensa”, tan sólo por citar algunas normas restrictivas, constituyen un ataque al corazón del ejercicio mismo de las libertades de expresión e información y por tanto afectan el derecho de la comunidad a la información, en tanto las libertades informativas son prerrogativas constitucionales que no se explican si no satisfacen el derecho superior a estar informado.

3. Nuestro medio de comunicación aspira a tener como rasgo distintivo el ejercicio libre y responsable del periodismo de investigación. En las democracias emergentes, al igual que en las democracias consolidadas, el periodismo de investigación debe ser la piedra angular de la libertad de información. Este énfasis periodístico contribuye al derecho del público a la información, a eliminar el periodismo anclado en la improvisación y en la inmediatez, a cumplir de mejor manera con las normas deontológicas de la actividad periodística, a edificar instituciones democráticas sanas y transparentes, a mejorar la calidad de vida en sociedad y, en pocas palabras, a construir ciudadanía como base de la convivencia democrática. Representa, no obstante, un doble reto: regresar a las razones originarias del periodismo y vencer las resistencias e inercias, dentro y fuera, prohijadas en regímenes políticos ajenos a los valores democráticos. Por lo anterior, manifestamos nuestra convicción por priorizar el periodismo de fondo sobre la cobertura diaria en una proporción razonable que no desnaturalice el derecho a saber de la sociedad.

4. Este medio informativo tiene el firme compromiso de separar la línea editorial de las decisiones metaperiodísticas de la empresa informativa como referentes para la toma de decisiones en la mesa de redacción. Vinculación empresarial de los medios con las utilidades económicas en perjuicio del interés público, fragilidad del Estado de derecho y ausencia de conocimiento para ejercer un periodismo de fondo son algunos de los obstáculos que se pueden presentar.

5. Nuestro medio conoce los retos y ha tomado la decisión de hacer un periodismo de interés público. Tiene, en consecuencia, con la sociedad, con el público, su único compromiso. Pugnará por la libertad de los medios, pero manifiesta su convicción de garantizar la libertad dentro del medio, sin más límites que los previstos en la Ley y en estos principios editoriales y su respectivo código de ética. Se trata en esta empresa informativa de un mandato contractual y de un imperativo ético.

6. Este órgano periodístico se compromete a elaborar un producto mediático de calidad para enriquecer la oferta informativa que tiene a su disposición la sociedad. Rechaza, por ello, la fórmula que sostiene el principio del máximo beneficio con el menor esfuerzo. La banalización informativa es acaso el mejor camino para inhibir la conciencia crítica de la comunidad. Por esa razón, no apelará al juicio mínimo común denominador del mercado informativo del sexo, la violencia y la superficialidad, cuando carezcan de un evidente interés público, habida cuenta que ello debilita las redes organizativas de la sociedad, impide formar sociedad civil organizada y genera un círculo vicioso en los gustos y percepciones comunitarias sobre el trabajo que debe cumplir el periodismo en una sociedad democrática.

7. En congruencia con lo anterior, tratará de privilegiarse el análisis reposado y la contextualización informativa. La opinión por la opinión es el mejor camino para no aportar nada al lector y desnaturalizar, por ende, este género periodístico. La sociedad de principios del siglo XXI requiere análisis con rigor, profundidad, claridad y que verse sobre temas especializados. Las ideas generalistas en la sección de opinión carecen de sentido en una comunidad que requiere explicaciones en un mundo cada vez más

complejo, globalizado y diversificado. Por esta razón, se conformará una sección de expertos en los distintos temas que le interesan a la sociedad, sin limitarse a convocar a representantes de distintas fuerzas políticas. La pluralidad y la diversidad se entretajan en los tejidos sociales que dan sentido a la sociedad. De esa suerte, es ese encuentro de puntos de vista dentro de la propia comunidad el que habrá de encontrar caminos de expresión en los espacios periodísticos.

8. Todo medio de comunicación se hace responsable de lo que publica. Informa de igual manera a sus audiencias quién escribe qué y por qué. Es verdad que en el siglo XIX, y en algunos países en pleno siglo XX, existían restricciones y limitaciones para ejercer lo que anteriormente se denominaba libertad de prensa y ahora se conoce doctrinalmente como libertad de información. El proceso de reforma jurídica y de acumulación de conocimiento social aun en las democracias emergentes hace que exista ahora un cambio significativo de referentes legales y de compromisos periodísticos. Por lo anterior, no habrá columnas institucionales o espacios de opinión bajo seudónimos ni firmas o segmentos que ponderen rumores o trascendidos que, en el primer caso, vulneran los principios éticos de transparencia informativa y, en el segundo, desinforman y manipulan y por ello vulneran el derecho a la información de la sociedad porque recibe un producto informativo sin garantías de calidad periodística.

9. El medio informativo asume un compromiso con la sociedad para transparentar la composición accionaria de la empresa informativa y la actualización en su caso. Los periodistas, los editores y la sociedad en general tienen el derecho de conocer claramente la identidad de los propietarios y los porcentajes accionarios de quienes participan en la empresa informativa. Se trata de una empresa que realiza labores de interés público y, por ello, su estructura es también un asunto del público en la medida en que tiene como finalidad instrumentar el derecho fundamental a la información.

10. La empresa periodística abrevia de las mejores fórmulas éticas para garantizar los derechos del público y para proteger los derechos de los propios periodistas. En el Código de Ética se ponen de manifiesto los compromisos deontológicos del medio informativo con la sociedad, con los poderes públicos y privados, con las fuentes públicas y privadas de información, con los colegas y con el propio diario. El Estatuto de Redacción establece las reglas no laborales de relación profesional entre los integrantes de la parte editorial de la empresa informativa donde se regula el derecho de la cláusula de conciencia y se toma una postura sobre el secreto profesional del periodista, así como la integración de un órgano regulador colegiado con garantías de independencia. En el Estatuto del Defensor del Público se plasman las normas de operación y funcionamiento de esta institución que, por un lado, garantizan su debida independencia y, por otra, aseguran la transparencia y las reglas bajo las cuales lleva a cabo su función dentro de la empresa informativa.

II. CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA

1. Misión

1.1. El presente código define los valores y los principios que perfilan el quehacer periodístico de todos los miembros de un medio informativo y pretende hacer públicos sus compromisos profesionales ante la ciudadanía, los poderes y el gremio periodístico.

1.2. El objetivo medular del medio periodístico se resume en las siguientes tareas específicas:

1.2.1. Ofrecer un recuento veraz de los hechos de interés público.

1.2.2. Escrutar el ejercicio de los poderes públicos y privados. **1.2.3.** Proveer un foro libre y plural para el intercambio de opiniones, críticas y comentarios.

1.2.4. Estimular el debate público para contribuir a la toma de decisiones informadas.

1.2.5. Brindar espacios de expresión a los sectores diversos de la sociedad.

1.2.6. Hacer comprensible la realidad en torno a los hechos de trascendencia política, social y cultural.

1.3. El medio fincará su quehacer en el llamado Periodismo de Investigación (PI) habida cuenta que constituye una de las principales herramientas para el perfeccionamiento de la democracia. El PI significa el reportaje desarrollado por iniciativa de la mesa de redacción o de los reporteros sobre asuntos de interés público que algunos personajes u organismos del poder desean mantener en secreto y que afectan el proceso de reforma democrática que vive el país.

1.5. Este medio hace suyos los mayores estándares de la excelencia, la honradez, la veracidad y la independencia, virtudes que construyen un vehículo de comunicación y fomentan una sociedad libre y plural.

2. Valores

Cuatro valores son los motores éticos y morales que orientan al medio periodístico:

2.1. *Apego a la veracidad:* nuestros reporteros deberán ajustarse profesionalmente y en todo momento a la fidelidad de los hechos, con exactitud, equilibrio e imparcialidad en la presentación.

2.2. *Responsabilidad:* los informadores han de tener plena conciencia de sus actos y sus consecuencias y, por ende, asumen una postura sensata y reflexiva ante las implicaciones de sus tareas periodísticas, anteponiendo siempre el beneficio social y la defensa y promoción de la democracia.

2.3. *Compromiso con la independencia:* para describir los sucesos con veracidad y responsabilidad, el medio rechaza la intervención de actores políticos o económicos en el proceso informativo.

2.4. *Servicio a la sociedad:* ofrecerle a la comunidad informaciones y comentarios para entender su mundo y su país, constituye el motor primigenio del medio de comunicación respaldándose en los tres primeros.

3. Principios editoriales del Código de Ética

Los periodistas realizan su quehacer profesional considerando los siguientes principios editoriales:

3.1. *Veracidad y equilibrio informativo.*

3.1.1. Deben desarrollar su tarea con rigor profesional, apegándose a los criterios de veracidad, equilibrio, precisión e imparcialidad, sin omitir ni distorsionar información.

3.1.2. El equilibrio y la imparcialidad suponen la búsqueda, obtención y difusión de versiones o puntos de vista contrapuestos en torno a un mismo hecho o conflicto, expuestos bajo un amplio criterio y sin prejuicios.

3.1.3. La publicación de declaraciones ha de coincidir fielmente a lo expresado por los informantes y referir el contexto en que fueron vertidas.

3.1.4. El medio rechaza rumores, especulaciones o versiones interesadas.

3.1.5. En la cobertura periodística se evitará tomar partido a favor de alguna bandera política.

3.1.6. Los reporteros han de priorizar los hechos por sobre los dichos y, en ese contexto, tienen estrictamente prohibido editorializar las noticias mediante adjetivos o interpretaciones.

3.1.7. La información que publica el periódico se basa en fuentes precisas confiables y hechos corroborados.

3.1.8. Es menester ser cuidadosos en la selección de las fuentes informativas a fin de que éstas tengan representatividad, conocimiento del tema o autoridad moral.

3.1.9. Toda información delicada tendrá, además de la fuente original de la nota, otra fuente que la corrobore. Si esto no es posible, deberá consultarse con el jefe inmediato.

3.2. Distinguir entre información y opinión.

3.2.1. Se diferenciará tipográficamente o en formatos y en espacios distintivos lo que es material informativo de lo que son artículos de opinión o segmentos editoriales.

3.2.2. Los reporteros se abstendrán terminantemente de exponer opiniones propias en textos informativos.

3.3. Respeto a la vida privada.

3.3.1. Los periodistas están obligados a respetar la vida privada, la dignidad y la intimidad de las personas.

3.3.2. No obstante, cualquier acto de carácter privado de una persona, que sea de interés público y por ello impacte en la vida social, significará materia de cobertura periodística.

3.3.3. El interés público significa todo hecho que permita ejercer de mejor manera los derechos ciudadanos, cumplir con las obligaciones legales y promover el derecho del público a la información.

3.4. Secreto profesional.

3.4.1. El secreto profesional es un derecho y un deber de los informadores en el afán del derecho a la información del público, y por ello se compromete guardar la identidad de algún informante cuando éste haya ofrecido información sustancial y haya solicitado confidencialidad ante el riesgo de ver afectada su integridad física, profesional o de cualquier otra índole.

3.4.2. El ejercicio del secreto profesional debe considerarse una práctica excepcional que preferentemente ha de verse contrastada en otros frentes antes de divulgarse la información.

3.5. Derecho de réplica.

3.5.1. Los individuos y las instituciones referidos en el espacio informativo del periódico podrán ejercer el derecho de réplica si consideran que alguna nota publicada es inexacta o les resulta agravante.

3.5.2. Los editores cuidarán que la publicación de la réplica se difunda en el mismo espacio donde fue publicada la nota objeto de la réplica.

3.5.3. Los receptores tienen el derecho a conocer la verdad de los hechos y si existe algún error u omisión involuntaria, el medio informativo asume el compromiso de corregir de manera inmediata y satisfactoria para el afectado aun si no hay petición de parte agraviada.

3.6. Integridad periodística.

3.6.1. Los reporteros no aceptan prebendas, regalos, favores ni privilegios que puedan influir la cobertura informativa.

3.6.2. Para evitar la distorsión por compromisos con los anunciantes, los reporteros tendrán vedadas las comisiones por publicidad proveniente de la fuente que cubren.

3.6.3. Es preciso respetar los acuerdos con las fuentes de información en términos de anonimato o en la manera de identificarla.

3.6.4. Los integrantes de medio periodístico no deberán realizar actividades políticas o labores con entidades externas que interfieran o sean incompatibles con el quehacer informativo. Cualquier trabajo adicional que comprometa las tareas periodísticas queda estrictamente prohibido.

3.6.5. Resulta inaceptable que los reporteros incurran en prácticas de engaño para allegarse información para publicarse, pues ello mina seriamente la credibilidad y seriedad de un periódico. Sólo podrán obtener información mediante métodos que no violen el marco legal.

3.6.6. La empresa informativa asume como regla general pagar todos los gastos de transporte, alojamiento y alimentación a sus reporteros en todas sus órdenes de trabajo. Si una invitación contraviene tal criterio, ésta deberá ser resuelta por la dirección.

3.6.7. Los reporteros no deberán aprovechar para su beneficio personal, informaciones que obtengan antes de ofrecerla al público, o escribir en contra o a favor de ciertas instituciones para beneficiar su interés financiero o de cualquier otra índole.

3.6.8. Es inadmisibles el plagio, entendido como el robo o la usurpación del crédito de autor a una persona o entidad por un material periodístico publicado. El medio de comunicación se compromete a atribuir el crédito a quien realmente lo merece y, si es preciso, a corregir cuando la circunstancia lo amerite.

3.6.9. Como una forma de consolidar la continua profesionalización periodística que reditúe en beneficio de los lectores, la institución periodística asume el compromiso de fomentar cursos, seminarios y talleres de discusión y capacitación para todos sus integrantes.

3.7. Distinguir entre publicidad e información.

3.7.1. El medio de comunicación tiene como norma rectora la clara separación de materiales informativos y anuncios publicitarios.

3.7.2. Los reporteros tienen estrictamente prohibido desarrollar tareas publicitarias o de relaciones públicas en alguna entidad o dependencia.

3.7.3. Las coberturas informativas y la decisión editorial no habrá de sujetarse a criterios de publicidad.

3.7.4. La información pagada, también llamada gacetillas, tendrá que ser claramente diferenciada al ser difundida, ya sea con voces y formatos distintos de los segmentos informativo o con una tipografía diferente del formato informativo e identificada con el título de "Inserción Pagada" al final del texto.

3.7.5. El medio de difusión sólo admitirá publicidad que no agravic la dignidad personal de las personas.

3.8. Presunción de inocencia y debido proceso.

3.8.1. Deberá evitarse la noticia sobre detenciones policíacas o hechos delictivos en los cuales no haya sido judicialmente comprobada la responsabilidad de los involucrados. Por tanto de igual forma se evitará la divulgación de nombres de víctimas menores de edad y de presuntos responsables, salvo que exista una orden judicial y sea de claro interés público.

3.8.2. No podrán difundirse imágenes o notas orientadas a mostrar la posible comisión de un delito por una o más personas, aunque estén bajo proceso, pues la verdad legal sólo ha de dictarla el juez.

3.8.3. La información sobre hechos delictivos de ninguna manera incluirá domicilios o detalles para la localización donde viven los involucrados, sean testigos, víctimas o presuntos responsables.

3.8.4. Las notas informativas deberán clarificar la situación jurídica de todos los involucrados referidos sin exaltar el morbo.

3.9. Derecho al honor.

3.9.1. Sólo habrán de publicarse las imágenes de heridos o muertos que tengan valor periodístico excepcional y que no enfatizen desmesuradamente el morbo o exalten las pasiones.

3.9.2. Los informadores deben respetar el derecho al honor y a la propia imagen. Nombres y detalles de ciertos sucesos, como violaciones o accidentes, no deberán divulgarse por respeto a las víctimas.

3.9.3. Se evitará difundir imágenes que afecten la integridad de las personas.

3.10. Cláusula de conciencia.

3.10.1. En dado caso de que el medio de comunicación se apartara de su primigenia línea editorial planteada en el presente Manual, los periodistas tendrían motivos para exigir de manera unilateral rescisión de contrato si ello estuviera plenamente

justificado, aceptando la empresa informativa liquidarlos como si de despido injustificado se tratara.

3.10.2. Se podrá alegar también cláusula de conciencia en los siguientes supuestos:

a) Si al informador se le impone la realización de alguna tarea que sea contrarias a los principios éticos plasmados en este Código de Ética.

b) Si al reportero le es mutilado o modificado sustancialmente su texto periodístico, podrá solicitar excluir su crédito de autor.

3.11. No discriminación.

3.11.1. El medio de difusión ejerce las libertades informativas sin hacer distinción alguna de edad, sexo, raza, religión, capacidad económica o cualquier otra consideración que implique una visión parcial o la defensa de intereses particulares.

3.12. Presentación de encuestas.

3.12.1. Las encuestas publicadas serán elaboradas profesionalmente por un equipo de trabajo adscrito al propio medio o por empresas de prestigio a petición expresa.

3.12.2. Será preciso detallar la metodología desarrollada para el logro de los resultados ofrecidos.

3.12.3. Deberá tenerse cuidado especial con los títulos y gráficas de los datos obtenidos mediante la encuesta a fin de evitar confusiones o equívocas interpretaciones.

3.13. Distinguir entre información y rumor.

3.13.1. Los llamados trascendidos o rumores no son noticias sino pistas que habrá que investigar para –si la calidad de la información obtenida sólo así lo amerita– posteriormente ser publicadas.

3.13.2. El medio será sumamente cauto ante la especulación informativa y las conjeturas políticas. Su único aval significará la información contrastada y respaldada en fuentes identificables, no en productos que sean o se puedan percibir como de dudoso valor periodístico.

3.14. Cartas del público

3.14.1. La sección de cartas del público tiene como propósito ofrecer un espacio de expresión a quienes regularmente no lo encuentran en los medios de comunicación.

3.14.2. Las cartas se publicarán cuando sean escritas sin utilizar expresiones injuriosas por sí mismas o actualicen algunos de los supuestos que la ley establezca como delito y versen sobre temas de interés público. **3.14.3.** Se presumirá, salvo indicación en contrario del remitente, que las cartas enviadas a la sección de cartas tienen como propósito su difusión.

3.14.4. Las cartas se publicarán con el nombre del autor y se verificará la autenticidad de las mismas.

3.14.5. Es una falta ética publicar cartas de falsos receptores.

3.14.6. La edición de las cartas del público por falta de espacio sólo será aceptable cuando no se altere el sentido y contenido de las mismas.

III. ESTATUTO DE REDACCIÓN

1. Disposiciones generales

Artículo 1. El estatuto que a continuación se ofrece tiene como propósito regular la actividad profesional de los miembros de la redacción en relación con el cuerpo directivo del medio y la empresa editora.

Artículo 2. Se consideran integrantes de la redacción a todos los periodistas que, independientemente del cargo asignado, intervengan en el proceso de captación, procesamiento y difusión informativa y que estén adscritos a la plantilla laboral de base.

2. Principios editoriales

Artículo 3. El medio es un órgano periodístico plural comprometido con la defensa y el impulso del sistema democrático, las libertades cívicas y los derechos humanos recogidos en la *Declaración Universal de las Naciones Unidas*.

Se trata de un medio informativo sin militancia política e ideológica ni afiliación religiosa, que defenderá a los ciudadanos frente a los abusos de poder y pugnará siempre por elevar la calidad de vida de la gente.

Asimismo rechazará toda tentativa de presión para inducir o imponer determinado tratamiento informativo por parte de personas, funcionarios, partidos políticos o grupos empresariales e ideológicos. Y se esforzará por presentar una información lo más veraz, sólida y completa posible, que responda al interés, a la comprensión y a las necesidades de la sociedad mexicana.

En asuntos que afecten o vulneren los principios señalados, la dirección del medio de comunicación, el Comité Editorial y la sociedad editora habrán de resolver de común acuerdo y conforme a lo estipulado en el presente estatuto. **3. Miembros de la redacción**

Redactores

Artículo 4. El presente Estatuto rige las relaciones profesionales –no laborales– de quienes participan en la redacción del medio bajo la forma de pago de nómina indefinida.

Dirección y equipo directivo

Artículo 5. El director tiene la atribución de cuidar, impulsar y hacer respetar la línea editorial y, por ende, es el responsable profesional del contenido de las informaciones publicadas.

Por ello, tendrá pleno derecho de veto sobre los materiales periodísticos, publicitarios y propagandísticos.

Artículo 6. El nombramiento de subdirectores, jefes de área o coordinadores de sección es una facultad de la dirección, previa consulta o propuesta al Comité Editorial. No habrá carácter vinculante entre la consulta y la decisión.

Comité Editorial

Artículo 7. El Comité Editorial podrá constituirse por dos integrantes de la redacción elegidos cada dos años entre sus compañeros y por dos miembros del cuerpo directivo del medio de comunicación. Los periodistas designados gozarán de protección para evitar que por la defensa de sus posturas o de los derechos de sus compañeros sean sancionados por la empresa periodística. De esa suerte, ningún miembro de la redacción será infraccionado por su participación en el Comité Editorial.

Artículo 8. El Comité Editorial será el órgano con atribuciones para hacer cumplir el presente estatuto. Sus resoluciones serán vinculantes. El Comité Editorial mediará en los casos de conflictos o discrepancias que surjan entre la empresa periodística o el director de diario y los miembros de la redacción.

Artículo 9. El Comité Editorial podrá convocar a asambleas cuando así lo estime conveniente y tendrá la obligación de informar sobre sus quehaceres a la redacción.

Artículo 10. El director o la empresa editora podrán convocar al Comité Editorial cuando las circunstancias hagan necesario un encuentro entre las partes. Asimismo, los integrantes de dicho órgano serán recibidos por el director cuando éstos lo soliciten. **4. Deberes y derechos**

Artículo 11. La labor de los miembros de la redacción estará regida bajo lo siguientes principios:

a) La defensa de una información veraz, equilibrada, rigurosa, fundamentada y obtenida mediante métodos honestos.

b) Se distinguirá –tipográficamente o por voces, tiempos y formatos– entre la información y la opinión.

c) Los reporteros se abstendrán de incluir sus propias opiniones en las notas informativas.

d) Se favorecerá la publicación sin demora de correcciones y rectificaciones, así como el derecho de réplica de individuos e instituciones aludidos en el espacio informativo.

e) Se evitará la difusión de conjeturas, rumores o especulaciones como si fuesen noticias.

f) Deberá respetarse la vida privada de las personas públicas, pero de manera excepcional ésta será objeto de escrutinio público cuando se trate de hechos de notorio interés público.

g) Los periodistas tienen prohibido recibir dinero, regalos, prebendas, favores o privilegios que puedan influir en su trabajo periodístico.

h) Se respetará de manera escrupulosa la presunción de inocencia en informaciones relativas a casos penales en curso.

i) Ningún miembro de la redacción podrá realizar labores con entidades externas que interfieran o sean incompatibles con el quehacer informativo.

j) La información pagada, tanto de carácter político como de empresas privadas, será claramente diferenciada respecto del formato periodístico convencional y añadiendo al final del anuncio la frase “Inserción Pagada”.

k) Se evitará la publicación de fotos e imágenes que exalten el morbo o que dañen la dignidad y el honor de las personas.

l) En ningún texto periodístico podrá manejarse, sugerirse ni esbozarse algún tipo de discriminación por motivos de ideología, religión, sexo, raza, nivel socioeconómico, procedencia social o cultural.

m) Ningún integrante de la redacción está obligado a firmar como propios trabajos que no sean de su autoría o que hayan sido modificados de forma sustancial sin su previa consulta. En todo caso, el editor deberá probar que buscó al reportero al menos en dos ocasiones antes de hacer edición alguna que altere el fondo del trabajo periodístico del reportero.

5. Secreto profesional

Artículo 12. El medio de comunicación asume el secreto profesional como un derecho y deber ético de los periodistas habida cuenta que constituye una garantía ciudadana a la información y una salvaguarda del trabajo profesional. Por ello, cuando así lo considere pertinente, y sujetándose a las leyes, protegerá la identidad de sus fuentes informativas que soliciten el anonimato.

Artículo 13. Ningún reportero podrá ser obligado a revelar sus fuentes o las fuentes de sus compañeros dentro de la empresa informativa.

Artículo 14. No se aceptará la difusión de trabajos sin firma bajo ninguna excepción.

Artículo 15. La empresa informativa amparará con todos los medios a su alcance, el ejercicio del secreto profesional de sus reporteros frente a los tribunales de justicia o ante cualquier otro organismo.

6. Cláusula de conciencia

Artículo 16. Si el órgano periodístico se apartara de manera reiterada y drástica de la esencia de su línea editorial y sus principios medulares manifiestos en el presente documento, los periodistas adscritos podrán invocar la Cláusula de Conciencia arguyendo que se ven afectados en su libertad, honor e independencia profesional. Si ello fuera procedente tendrán derecho a exigir la rescisión unilateral del contrato laboral como si de despido injustificado se tratase.

Artículo 17. El Comité Editorial, a solicitud del informador interesado o de la empresa editora, mediará en el conflicto a fin de resolver la indemnización que corresponda que no podrá ser menor de lo que establezcan las leyes en la materia para el caso del despido injustificado.

Artículo 18. Los miembros de la redacción tienen derecho a negarse a realizar trabajos periodísticos contrarios a los principios deontológicos contenidos en el Código de Ética. El redactor o reportero deberá argumentar su decisión por escrito y enviarla al director y al Comité Editorial. Este último habrá de pronunciarse sobre la viabilidad del razonamiento y determinación expuestos por el afectado. **Artículo 19.** La invocación de la Cláusula de Conciencia nunca será motivo de sanciones, traslados o perjuicios laborales para el informador que la invoque.

Artículo 20. Cuando dos tercios de la redacción estimen que una postura editorial vulnera los principios establecidos en el Código de Ética, podrán exponer su opinión discrepante en los espacios del medio informativo sin que contra tal postura la dirección pueda exponer sus puntos de vista simultáneamente.

Disposición transitoria

Artículo 21. El presente estatuto será revisado y sometido anualmente a la aprobación del Comité Editorial, la dirección y el consejo de administración de la empresa informativa.

IV. ESTATUTO DEL DEFENSOR DEL PÚBLICO

Artículo 1. La dirección del medio de comunicación crea la figura del Defensor del Público con el propósito de proteger y garantizar los derechos de sus audiencias, atender sus inquietudes, dudas, quejas y sugerencias en torno a los contenidos periodísticos ofrecidos, así como para vigilar el cumplimiento del Código de Ética adoptado por el medio. El Defensor tendrá plenas garantías de independencia y autonomía en su quehacer y podrá intermediar entre receptores y editores o cualquier otra instancia.

Artículo 2. Para el desarrollo de las actividades del Defensor del Público, la dirección proveerá todos los recursos materiales necesarios y respetará su derecho a investigar y cuestionar sobre la forma o el procesamiento de los trabajos periodísticos cuando ello sea indispensable. De igual forma, firmará un contrato de prestación de servicios profesionales donde se garantice la plena independencia del Defensor para el desarrollo adecuado de sus funciones.

Artículo 3. El Defensor del Público ocupará esa función por un tiempo de dos años, periodo que podrá prorrogarse sólo una vez. Concluido el periodo respectivo, el Comité Editorial propondrá una terna de candidatos a la dirección a fin de que ella designe al nuevo Defensor, quien deberá gozar de reconocido prestigio, credibilidad y solvencia profesionales.

Artículo 4. El Defensor del Público tiene prohibido inmiscuirse en el derecho al secreto profesional de los periodistas. Tampoco podrá hacerlo en los demás derechos individuales o colectivos de los redactores, previstos en el marco del Estatuto de Redacción. **Artículo 5.** El Defensor del Público dispondrá de un espacio semanal, donde analizará o explicará determinadas decisiones editoriales o trabajos periodísticos que hayan incurrido en errores, omisiones o distorsiones.

Artículo 6. En sus respuestas al público, el Defensor procurará ofrecer un panorama completo sobre el proceso editorial del trabajo periodístico objeto de revisión y análisis – sin calificar o entrar en juicios de valor sobre la conducta profesional de los miembros de la redacción–, y satisfacer a suficiencia las dudas, quejas o consultas de la audiencia.

Artículo 7. Los redactores o reporteros implicados en alguna investigación del Defensor del Público tendrán pleno derecho a ser escuchados y corroborar que su versión de los hechos también sea dada a conocer.

Artículo 8. El Defensor del Público no podrá ser objetado en su trabajo profesional, salvo cuando:

- a) haya concluido el plazo para el que fue designado.

b) la dirección, con el apoyo del Comité Editorial por una mayoría de las dos terceras partes de los miembros presentes, considere que su actuación ha vulnerado los derechos de los miembros de la redacción o ha incumplido con los principios básicos del Código de Ética.