

GUÍA EDITORIAL

SERVICIOS INFORMATIVOS DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA

QUITO, 2009

1

VALORES EDITORIALES

1. Los espacios periodísticos de Ecuador TV se definen como servicios informativos públicos, independientes, nacionales, defensores del Estado de Derecho y comprometidos con el orden democrático y legal establecido en la Constitución. Acogerán todas las tendencias de la sociedad con excepción de aquellas que propugnan la violencia para el cumplimiento de sus fines.
2. Los servicios informativos de Ecuador TV nacen con el fin de satisfacer el derecho constitucional del público a la información. Su obligación primordial es presentar diariamente una información veraz, imparcial, completa, interesante y clara, junto a las herramientas de análisis suficientes para que el público pueda comprender la realidad, formar su propio criterio y adoptar posiciones libres e informadas sobre los asuntos que son de su incumbencia.
3. El interés público prevalecerá por encima de cualquier otra consideración en materia de política editorial. Las decisiones editoriales se tomarán en función de las siguientes prioridades:
 - Satisfacer el derecho constitucional del público a la información.
 - Respetar la libertad de expresión.
 - Respetar y defender los derechos de las personas, su bienestar y su seguridad, especialmente de los niños y grupos vulnerables de la sociedad. Informar y debatir, por tanto, sobre las acciones que vulneren esos derechos: la injusticia, la corrupción, el abuso de poder, las conductas delictivas, etc.
 - Prevenir a las personas contra la manipulación y el engaño, informarlas sobre los casos de incompetencia o negligencia de las autoridades y de todos quienes haciendo uso de su poder afectaren al bienestar ciudadano.
4. La información es un bien social, pertenece al público y no a las fuentes que la originan. Por tanto, debe ser difundida sin censuras, cortapisas, cálculos de conveniencia o límites de cualquier naturaleza. No reconoceremos la validez de ninguna restricción en ese sentido pues consideramos que nuestra libertad de expresión es, en sí misma, un asunto de interés público.

5. La información tampoco pertenece al comunicador que la transmite. Los periodistas de Ecuador TV no buscarán obtener del ejercicio de su profesión ningún tipo de ventajas, y sus posiciones personales no condicionarán su manejo de la información ni su trato con las fuentes.

6. Los servicios informativos de la televisión pública perseguirán los más altos parámetros de calidad editorial. Su relación con el público, así como con las fuentes, colaboradores y protagonistas de la información, se regirá por la ética profesional y de respeto a los derechos de las personas. Nuestros valores éticos y editoriales se pueden resumir en cinco principios básicos.
 - Rigor: sobre el tratamiento de la información y la fidelidad a los hechos.
 - Imparcialidad: sobre el respeto a la libertad de expresión y la obligación de no ser actores de la información, tan solo mediadores de la misma.
 - Independencia: sobre nuestra propia agenda informativa y nuestras relaciones con el poder y las fuentes.
 - Responsabilidad pública: sobre los derechos de las personas.
 - Claridad: sobre nuestro estilo periodístico.

7. **Rigor.** El rigor y la veracidad son las primeras obligaciones de nuestros servicios informativos y constituyen valores periodísticos más importantes que la velocidad. Satisfacer el derecho a la información significa colocar a la ciudadanía en posición de tomar decisiones libres e informadas sobre los asuntos públicos. Para ello, la información ha de ser completa, confiable y contextualizada, *por lo que la televisión pública hará permanentes esfuerzos de capacitación de sus miembros*. Nos esforzaremos por presentar contenidos fundamentados, demostrables y basados en evidencia visual y sonora cuando sea posible. Seremos honestos con respecto a lo que ignoramos y evitaremos toda suerte de especulaciones y rumores. Emitiremos sólo noticias comprobadas y no afirmaremos nada que no podamos demostrar.

8. **Imparcialidad.** Los servicios informativos de la televisión pública respetan la libertad de expresión de las personas y tienen una mentalidad abierta para incluir a todos los ciudadanos sin importar sus posturas o tendencias. Su compromiso es reflejar la diversidad de opiniones, creencias y valores de la sociedad sin tomar

partido ni inducir al espectador a pronunciarse por una u otra postura. Con ese fin, no serán actores ni protagonistas de la información, no expresarán opiniones editoriales ni promoverán puntos de vista particulares sobre los debates públicos.

9. Independencia. El público tiene derecho a confiar en que nuestras decisiones editoriales y nuestros contenidos informativos en general no estén influenciados por presiones políticas, comerciales, personales o de otro tipo. Por ello, seleccionaremos y cubriremos la información en función de nuestras propias agendas editoriales. Nos mantendremos independientes tanto del gobierno como de los partidos y movimientos políticos. No endosaremos nuestro apoyo ni otorgaremos prominencia a ningún tipo de organización, producto, actividad o servicio.

10. Responsabilidad pública. Los servicios informativos de la televisión pública son concientes del enorme poder de la herramienta que tienen en sus manos y se comprometen a no utilizar jamás ese poder en perjuicio de los intereses públicos, ni a lesionar con él los derechos de las personas. Durante el proceso de recolección de la información consideraremos los derechos de aquellas personas que nos la facilitan o son objeto de ella, es decir, los derechos de las fuentes, colaboradores y protagonistas de la información. Durante el proceso de difusión de la información velaremos por los derechos de las personas a quienes esa información va dirigida, es decir, los derechos del público.

11. Claridad. El propósito de los servicios informativos de la televisión pública es comunicar hechos e ideas a un público heterogéneo y disperso. Por tanto, nuestro estilo periodístico será claro, preciso, conciso, fluido, fácilmente comprensible para la mayoría, respetuoso de las normas del idioma y capaz de captar el interés y la atención del público. Nos expresaremos con el lenguaje de los periodistas, no con el de las fuentes.

2

RIGOR

Principios generales	8
Recolección de datos	9
Rumores.....	10
Rigor del dato.....	11
Estadísticas.....	14
Encuestas.....	15
Las fuentes	16
Manipulación	20
Reconstrucciones	22
Archivo	23
Corrección de errores	24

PRINCIPIOS GENERALES

- 12.** Los servicios informativos de la televisión pública existen para satisfacer el derecho de los ciudadanos a la información. Ciudadanía informada es aquella que posee los suficientes elementos de análisis para comprender los asuntos públicos y, en consecuencia, se encuentra en posición de tomar decisiones libres sobre los temas que le conciernen. Eso sólo es posible cuando la información que se le proporciona es completa y confiable. Por eso el rigor informativo es nuestra primera obligación periodística. Por rigor informativo entendemos fidelidad a los hechos. **El rigor en el tratamiento de la noticia es más importante que la velocidad.**
- 13. La información ha de ser confiable.** – Nos esforzaremos por presentar contenidos fundamentados, demostrables y basados en evidencia visual y sonora cuando sea posible. Seremos honestos con respecto a lo que ignoramos y evitaremos toda suerte de especulaciones y rumores. Emitiremos sólo noticias comprobadas y no afirmaremos nada que no podamos demostrar.
- 14. La información ha de ser completa.** – Debe incluir todos los datos y detalles cuya omisión modificaría su percepción por parte del público. La regla de oro de la información completa es no omitir nada que el público tenga derecho a conocer. Con el propósito de garantizar el cumplimiento de este principio la televisión pública contará con el personal necesario y debidamente capacitado.
- 15. La información ha de estar contextualizada.** – Se trata no sólo de exponer con fidelidad los hechos, sino de proporcionar al público las pistas necesarias para comprenderlos, así como las circunstancias en que se dieron y cualquier otro factor que contribuya a situar los sucesos. No sólo es cuestión de proporcionar datos correctos: es necesario evaluarlos y confrontarlos para que el público pueda entenderlos en su contexto. En temas controversiales, que afecten los intereses del público, y cuando no exista suficiente documentación que sustente algunos hechos, se deberá contar con la autorización de la Presidencia Ejecutiva de EcuadorTV y en algunos casos del Consejo Editorial para poder emitir tales contenidos.

RECOLECCIÓN DE DATOS

- 16.** La televisión pública sólo transmitirá información comprobable y sus periodistas se sujetarán a los siguientes procedimientos de rigor:
- Recolectar de manera cuidadosa el material informativo, utilizando fuentes de primera mano siempre que sea posible.
 - Verificar de manera sistemática los hechos y cruzar todos los datos con el fin de contrastarlos entre sí.
 - Validar la confiabilidad de las fuentes y corroborar sus alegaciones.
 - Validar la autenticidad de las evidencias documentales. Hay que extremar cuidados cuando se trate de documentos conseguidos en Internet, donde hasta el más convincente material puede no ser lo que aparenta.
- 17.** Seremos reacios a confiar en la información obtenida de una fuente única. En casos controversiales o polémicos, la información ha de ser contrastada con al menos dos fuentes independientes entre sí, a las que se aludirá claramente.
- 18.** Procuraremos grabar todas nuestras entrevistas con las fuentes. En circunstancias en que la grabación pueda inhibir a la fuente, se tomarán notas detalladas de todo el diálogo.
- 19.** La publicación de informaciones de importancia en otros medios de comunicación antes que en el propio no es motivo para dejar de difundirlas o para negarles la valoración que merecen.
- 20.** La información proveniente de proveedores internacionales y despachos de agencia no está exenta de verificación por otras fuentes. Las noticias distribuidas por agencias nacionales de información deben ser corroboradas por nuestros propios corresponsales.

21. Todo periodista tiene la obligación de revisar y corregir las noticias que están a su cargo, verificar los datos y comprobar la pertinencia de las imágenes, ayudas visuales, titulares y demás información escrita en pantalla por el generador de caracteres. Todos esos elementos forman parte del contenido informativo y, por tanto, no hay razón para dejarlos bajo la responsabilidad de los técnicos.
22. Cuando la transmisión de una noticia o un reportaje tiene lugar algún tiempo después de la recolección de información, es obligación del periodista verificar si, en ese lapso, se produjo algún hecho de importancia capaz de modificar el contenido de su nota. La televisión pública siempre procurará dar seguimiento a noticias que tengan incidencia en la vida de los ciudadanos. En nuestro país hay una costumbre reiterada de difundir hechos que tienen impacto social, pero no se hace el seguimiento correspondiente, privándole al público de tener una información contextualizada y completa.

Rumores

23. Los rumores no son noticias y, por tanto, no tienen cabida en nuestros servicios informativos. Se tendrá especial cuidado con aquellos rumores que son utilizados por una persona o grupo de personas para desprestigiar a otra o sembrar dudas sobre el honor de un oponente. A veces los rumores forman parte del juego político. Por ello, nos mantendremos en guardia para nunca ser utilizados por aquellos que aplican la estrategia de “calumniar, que algo queda”. Cuando el rumor sea utilizado de esa manera, se podrá denunciar este hecho pero sin citar las acusaciones difundidas mediante tal argucia. Al contrario de lo que suele afirmarse, el rumor no es “la antesala de la noticia”, sino la antinoticia.
24. Expresiones como “al parecer”, “podría”, “no se descarta” o similares, muy comunes cuando se trata de exponer una información que no ha podido ser verificada lo suficiente, sólo sirven para añadir hechos no contrastados y convertir los rumores en noticias. En caso de utilizar alguna de esas fórmulas, el periodista

deberá incorporar los datos comprobables que le inducen a creer que algo “podría” ocurrir, o que ha sucedido “al parecer”.

25. Jamás ha de decirse que un personaje ha insinuado algo si no se reproduce a continuación la expresión textual, de modo que el espectador pueda corroborar la interpretación del periodista o discrepar de ella.
26. El condicional utilizado para expresar posibilidad informativa es la forma más común de convertir rumores en noticias. Aparte de ser una incorrección gramatical (→), esta práctica resta credibilidad a la información y proporciona al comunicador una coartada para transmitir información no comprobada y una cortina de humo para salvar responsabilidades. Cuando un informador dice, por ejemplo, que tal ministro “habría renunciado”, lo que está diciendo en realidad es que pudo haber renunciado, pero que no le consta. Si en efecto renunció, el periodista podrá adjudicarse una exclusiva; si no lo hizo, le quedará la excusa de no haber afirmado lo contrario. Se trata, pues, de una fórmula para esconder las inseguridades del periodista y cubrir su retirada en caso de error. Por tal razón el uso del condicional para expresar posibilidad informativa queda estrictamente prohibido en los servicios informativos de la televisión pública, por difundido que se encuentre en otros medios de comunicación.

Para evitar ese condicional es necesario acudir a la fuente y recordar que en los servicios informativos de la televisión pública no van más allá de lo que conocen a ciencia cierta. En lugar de “el ministro habría renunciado” se dirá, por ejemplo: “según asesores de la Casa de Gobierno, el ministro renunció”. Siempre será preferible citar con exactitud a la persona que provee la información.

Rigor del dato

27. El rigor del dato es fundamental para la información. Los periodistas de nuestros servicios informativos deben ofrecer a la audiencia todos los datos necesarios para comprender el entorno de los hechos que narran. Hay que evitar expresiones como

“varios”, “un grupo”, “algunos”, “numerosos”, etc., para sustituirlas por datos concretos. No basta decir “un grupo de ministros acompañó al Presidente”; habrá que precisar cuántos y quiénes.

28. El uso de adjetivos calificativos debe restringirse. Sólo se admiten los adjetivos que añaden información, y, en cualquier caso, es preferible sustituirlos por datos concretos: “un hombre de 26 años” y no “un hombre joven”; “una mujer de 1,90 de estatura” y no “una mujer alta”; “una casa de ocho habitaciones” y no “una casa grande”. Los adjetivos deben justificarse de inmediato en los hechos y nunca ser utilizados para encubrir las opiniones personales del periodista.
29. Las generalizaciones son enemigas de la exactitud. Por ello, las informaciones deben precisarse siempre. En lugar de “los medios de comunicación afirmaron” o “las organizaciones sociales se manifestaron”, se debe especificar los nombres de los medios y las organizaciones a que se refiere la noticia.
30. Corroboraremos los superlativos proporcionados por las fuentes. Si un constructor nos dice que su edificio es “la torre más alta de la costa del Pacífico”, o si un director de cine afirma que la suya es “la primera película ecuatoriana de karatekas”, tendremos el cuidado de no reproducir esos datos sin haberlos verificado.
31. Una reportería exhaustiva y cuidadosa no omite cierto tipo de detalles que pueden parecer insignificantes pero que, en realidad, añaden gran cantidad de contenidos a la información. A continuación, algunos ejemplos:
 - 31.1. **Población.** El número de habitantes de una localidad es un dato fundamental en cualquier información que se refiera a ella.
 - 31.2. **Edad.** Los años que tenga el protagonista de una noticia, entrevista o reportaje constituyen un dato informativo de primer orden. Por tanto, deben incluirse siempre, a no ser que se trate de un personaje sobradamente conocido (no es necesario repetir la edad el Presidente cada vez que se hable de él).
 - 31.3. **Multitudes.** En las concentraciones masivas de asistencia fácil de calcular porque ocurren en locales cuyo aforo es conocido, hay que incluir directamente el número de participantes, al margen de dar también las cifras facilitadas por

las autoridades o los organizadores. En las grandes manifestaciones procuraremos ofrecer una cifra propia, pero siempre explicando la fórmula que usamos para calcularla (preferentemente, el espacio ocupado por los manifestantes multiplicado por una media de personas por metro cuadrado). Esto no impide aportar también los datos facilitados por los organizadores o las autoridades, de ser posible con la fórmula que han empleado a su vez.

31.4. Grupos. El número de personas que componen un grupo también es un dato de gran importancia que, en ocasiones, ayuda al espectador a valorar correctamente la noticia. Cuando informamos sobre las actividades de tal o cual asociación o frente de ciudadanos, el público tiene derecho a saber si se trata de grupos representativos o minoritarios. La noticia de que “un grupo de vecinos cortó el tráfico” se valora de distinta manera si los vecinos son cinco o cincuenta.

31.5. Distancias. La distancia entre dos puntos al interior del territorio nacional se expresará en kilómetros por carretera y, fuera de él, en kilómetros en línea recta. Además se incluirá su ubicación geográfica (N,S,E,O...). En el caso de cantones, parroquias y otros puntos menores del Ecuador, la distancia es un dato de primer orden y ha de referirse a la capital provincial, así: “Paute, a 42 kilómetros al noroeste de Cuenca”. En el caso de las capitales provinciales, la distancia se puede obviar. De consignarla, ha de referirse a la capital de la República, así: Portoviejo, a 355 kilómetros al sur de Quito. Toda distancia no expresada en sistema métrico deberá ser convertida a su equivalente. Así, en lugar de decir “dos millas” se dirá “tres kilómetros”.

31.6. Monedas. Las cantidades en monedas diferentes del dólar se convertirán siempre a su equivalente. Cuando en una información se incluyan varias cantidades en una misma moneda, y siempre que se trate de cifras redondeadas, bastará con citar la equivalencia en el primer caso. Las reconversiones monetarias que no fueron realizadas en la Redacción sino facilitadas por una fuente, deben comprobarse de forma sistemática. Es importante, a la hora de hacer estas conversiones y cuando se trata de fuentes en otro idioma, no confundir ciertas cantidades por su proximidad fonética. El *billon* del inglés (lo mismo que el *milliard* del francés y el *miliardo* del italiano) equivale, en castellano, a mil millones, no a un billón.

31.7. Contextos políticos. Al informar sobre acontecimientos de matiz político ocurridos en un país, una provincia o un municipio, es primordial citar la filiación política de sus dirigentes, su alcalde, sus consejeros o concejales. No es lo mismo una protesta vecinal ante una política de Estado si la mayoría de los habitantes vota por la oposición o por el partido de gobierno. O la postura de un país ante un conflicto internacional si está regido por una democracia o una dictadura, si lo gobiernan liberales o conservadores.

31.8. Filiación o tendencia de voceros y/o expertos. Si es de nuestra obligación citar la filiación o tendencia de los funcionarios, también lo es citar la filiación, tendencia, funciones previas de aquellos expertos, analistas u observadores que brindan su opinión como expertos, en esa búsqueda de un periodismo interpretativo. Por ejemplo, no es lo mismo la opinión de un académico que la de un ex funcionario que ha ejercido cargos relevantes en gobiernos, instituciones políticas y financieras, nacionales o internacionales.

31.9. Marcas. Nunca se deben escamotear los nombres de empresas, productos o locales comerciales cuando añaden información. Se evitarán frases como las siguientes: “la modelo participó en el comercial de una bebida gaseosa”; “el asalto se produjo a la salida de un cine de la capital”; “la noticia se publicó en un diario de Guayaquil”. En estos casos, los nombres de la bebida gaseosa, el cine de la capital y el diario de Guayaquil añaden información. Por tanto deben ser citados: “la modelo participó en el comercial de Coca-Cola”. Las marcas comerciales sólo se omitirán cuando puedan aparentar publicidad encubierta (→).

31.10. Servicios. Cuando en una noticia se mencione una sociedad u organización cuyos fines sean asistenciales, de protección o ayuda (la Cruz Roja, por ejemplo), o cuando se anuncie un acto público de iguales características, se deberá incluir, por generador de caracteres, la información concerniente a la dirección de la sede o del local donde vaya a celebrarse tal acto. Nunca cuando pueda parecer una convocatoria por parte del canal o cuando pueda pasar por publicidad encubierta.

Estadísticas

32. Las estadísticas, censos, índices y todo tipo de mediciones sobre fenómenos económicos, sociales o naturales deberán ser avaladas por un especialista o provenir de fuentes autorizadas.
33. Toda información sobre estadísticas debe incluir el nombre de quien las avala y una breve explicación sobre sus fundamentos, es decir, sobre cómo están hechas.
34. En las informaciones que se basan principalmente en estadísticas, éstas deben ser mostradas en su contexto. No basta con proporcionar al público un puñado de datos, es necesario interpretar esos datos y comprenderlos como resultados de un proceso.
35. Las informaciones basadas exclusivamente en estadísticas no se utilizarán nunca como noticias de apertura en un noticiero.
36. Las afirmaciones de naturaleza estadística nunca han de hacerse a la ligera. No se puede hablar, por ejemplo, del “incremento de la delincuencia” (o de los precios, o de las lluvias) si no se cuenta con información estadística avalada y confiable que sustente tal afirmación.

Encuestas

37. Cuando se informe sobre los resultados de encuestas de opinión, será indispensable que al menos existan dos encuestas y se deberá tener en cuenta datos relacionados con la naturaleza de dichas encuestas, que resultan esenciales para comprenderlas e interpretarlas. Estos datos añaden información que el público tiene derecho a conocer y, por tanto, es obligatorio incluirlos:
 - Nombre de las empresas encuestadoras y nombre de la persona u organización que contrató las encuestas.

- Datos sobre el tamaño y la naturaleza de las muestras, es decir, el número de personas encuestadas y los lugares donde se realizó el sondeo, si es local o nacional, urbana o rural, etc.
 - Información sobre el trabajo de campo, es decir, si se trata de encuestas puerta a puerta, telefónica, vía Internet u otras.
 - Margen de error de las encuestas.
 - Fecha en que se corrió la encuestas.
- 38.** En toda información sobre encuestas se reproducirán las preguntas textualmente, tal y como fueron planteadas a los encuestados, pues la formulación exacta de la pregunta es un dato fundamental para comprender el alcance las respuestas.
- 39.** La información que arrojan las encuestas será siempre valorada en el contexto de la tendencia, es decir, de la lectura comparada del mayor número posible de encuestas sobre un mismo tema a lo largo de un período determinado. Aquellas encuestas cuyos resultados desafíen la tendencia sin una explicación convincente resultan menos confiables y, por tanto, serán tratadas con particular cuidado.
- 40.** No utilizaremos un lenguaje que otorgue a las encuestas mayor credibilidad de la que merecen. No recurriremos a frases como “las encuestas demuestran que” o “las encuestas muestran que”. En su lugar diremos “los resultados de las encuestas son...”.
- 41.** No confiaremos en la interpretación dada a los resultados de una encuesta política por la organización o persona que la contrató.
- 42.** No tomaremos como “resultados nacionales” aquellos que arroje una encuesta realizada solamente en Quito y Guayaquil, por más que las empresas encuestadoras se esfuercen por convencernos de que esas dos ciudades representan por sí solas las tendencias del país.
- 43.** Los resultados de una encuesta no se utilizarán nunca como noticia de apertura de un noticiero, ni se citarán en titulares como elemento central de ninguna noticia. Así mismo, nunca dejaremos de recordarle al público los datos más significativos de los

encuestadores que proveen resultados de encuestas, tales como: *su tendencia política; sus clientes principales o sus cargos más relevantes, actuales o anteriores.*

FUENTES

44. Se citará una fuente siempre que el periodista informe sobre hechos que no atestiguó y que le fueron transmitidos por terceros. La atribución de una información a una fuente o fuentes no exime al periodista de la responsabilidad de haberla introducido en la noticia.
45. Si una información procede de una sola fuente, se hablará de “la fuente”, en singular. Evitaremos usar esa palabra de manera que pueda arrojar sombras en lugar de luces sobre el origen de la noticia. Así, por ejemplo, no emplearemos expresiones como “según fuentes municipales” cuando se trate de una información facilitada a todos los medios por un municipio. En su lugar se dirá “según informó el Municipio”.
46. La fuente debe ser suficientemente identificada al aire. A más de su nombre, es necesario informar aunque sea escuetamente sobre sus credenciales (su profesión, su cargo, su experiencia), con el fin de que el público pueda juzgar la validez de sus contribuciones. Una fuente es considerada confiable por su conocimiento y experiencia en el tema tratado y/o por su independencia respecto de intereses ajenos a la finalidad esencial de divulgar la verdad.
47. En caso de fuentes poco conocidas o anónimas, es necesario verificar sus credenciales para establecer su grado de confiabilidad y evitar posibles engaños. La naturaleza de esa verificación dependerá de la naturaleza y del peso de su contribución a nuestro servicio informativo.
48. Por lo general no confiaremos en fuentes que no hayan sido contactadas por nosotros sino provistas por terceros. **Cuando de buscar fuentes se trate, no**

utilizaremos los servicios de relacionadores públicos, asesores de imagen o agencias especializadas en posicionar a personas en los medios de comunicación.

49. Las fuentes escritas de información, tales como documentos oficiales, cartas, comunicados e informes, deben estar siempre avaladas por quien las emite. Los documentos que provienen de una institución o un organismo deben estar avaladas siempre por una persona. Nunca presentaremos información basada en documentos de cuya autenticidad no estemos cien por ciento seguros. En caso de documentos tomados del Internet, la verificación será aun más exhaustiva. Aquellos transmitidos por fax deberán ser avalados por una voz conocida por el periodista que la recibe.
50. **Hay que evitar el recurso de disimular como fuentes informativas a aquellas que sólo aportan opiniones.** Se descartan, por tanto, expresiones como “según los observadores” o “a juicio de analistas políticos”, que demasiado a menudo se utilizan para justificar las opiniones encubiertas del propio periodista. En tales casos, los observadores o analistas políticos consultados deben ser identificados: no tiene sentido conocer una opinión si no se sabe quién la avala.
51. Es necesario ser extremadamente cautelosos con las fuentes interesadas. Existen personajes con gran habilidad para facilitar buena información y convertirse así en fuentes privilegiadas, acostumbradas a hacer favores a los medios... Lo cual no tendría nada de malo si no fuera porque también esperan recibirlos a cambio. El periodista debe mantener distancia y comportarse de manera educada e independiente. Esto no significa que rechacemos las informaciones que provienen de fuentes interesadas, pues a menudo se trata de informaciones que también tienen interés para el público. Pero es importante no dejarse sujetar por las fuentes y nunca, en ningún caso, negociar con ellas los contenidos (→).
52. Jamás aceptaremos que algún informante dicte o influya en la orientación que debe tener la información que nos encontremos preparando, por más encomiable que sea su propósito.

MANIPULACIÓN

- 53.** Nunca distorsionaremos los hechos, ni presentaremos material inventado como si fuera noticia, ni confundiremos a sabiendas a nuestra audiencia.
- 54.** Las noticias son fragmentos de realidad que deben ser trasladados al público con rigurosa fidelidad. Imágenes y sonido han de transmitirse tal como fueron captados. Es decir que queda prohibida toda manipulación que no sea estrictamente técnica. Nunca intervendremos las imágenes con el fin de inducir al espectador. Por ejemplo: el recurso publicitario de contrastar imágenes en blanco y negro con imágenes en color para diferenciar un “antes” de un “ahora”, no se ajusta al rigor informativo que requieren las noticias.
- 55.** El sonido de las noticias será siempre original y directo. Están estrictamente prohibidos los efectos sonoros y otros añadidos que tengan su origen en la mesa de edición. Procedimientos como incrementar el sonido de un golpe o fabricar una banda sonora para añadir contenidos dramáticos a la información son propios de un periodismo amarillista que no se compadece con los valores de la televisión pública.
- 56.** La información no se musicaliza nunca. Esta regla no tiene excepciones: se aplica también a la información deportiva, a la crónica de sucesos y a los reportajes sobre hechos o personas ejemplares. La música crea sensaciones, produce estados de ánimo, induce actitudes, genera expectativas cuando se usa en los avances o en los titulares, en definitiva, añade a la información contenidos que van más allá de los hechos. Por tanto, los servicios informativos de la televisión pública sólo utilizarán música en la apertura, el cierre y las transiciones, y siempre que se trate de una música no subjetiva (puede ser, por ejemplo, serial o minimalista), es decir, una música que no ponga a la audiencia en suspenso o alerta, que no le provoque adhesión o rechazo, esperanza o resignación, ternura o miedo. La música no debe emplearse para añadir drama a la información o para generar en la audiencia otra

disposición de ánimo que no sea la de prepararse para las noticias. Fanfarrias romanas, timbales de tragedia, violines plañideros, efectos electroacústicos cargados de misterio, etc. quedan estrictamente prohibidos.

- 57.** La edición periodística, a diferencia de la cinematográfica o la publicitaria, debe ceñirse rigurosamente a los hechos demostrables. Por tanto, no se utilizarán recursos como el plano-contraplano para sugerir hechos que no ocurrieron, salvo cuando los dos planos fueran captados, en efecto, por dos cámaras operando al mismo tiempo en un lugar (en cuyo caso los hechos sí ocurrieron y así lo demostrará la continuidad del sonido). Tampoco se utilizarán técnicas de montaje paralelo para sugerir la simultaneidad de dos acciones. La edición no debe ser interpretativa, salvo en las notas analíticas y siempre que su intención no vaya más allá de reforzar el contenido del texto.
- 58.** En caso de declaraciones o entrevistas que necesitan ser editadas, se procederá con absoluta fidelidad a las intenciones del declarante. Las ideas deben ser trasladadas de forma completa y coherente. Queda prohibido sacar de su contexto las palabras de las fuentes y protagonistas de la información. Por sacar las palabras de su contexto entendemos suprimir alguna frase que aporte contenido a otras que sí se reproducen.
- 59.** A la hora de colocar unos hechos junto a otros para componer el relato de una noticia, evitaremos todo tipo de yuxtaposiciones ilegítimas. Por yuxtaposición ilegítima entendemos la técnica de situar juntos dos hechos comprobados con el fin de establecer, de manera subliminal o implícita, una relación de causalidad no demostrada. Ejemplo: “El cadáver de Pepe Mendieta, asesinado a puñaladas, fue encontrado por un vecino en el patio de su casa. Minutos antes del hallazgo se había visto en el barrio a Juan Sánchez, a quien Mendieta debía dinero”. Lo que esta información dice sin decir es que Sánchez tuvo algo que ver con la muerte de Mendieta. Esta causalidad que se establece por el simple hecho de colocar un dato junto a otro es poco rigurosa e ilegítima.

RECONSTRUCCIONES

- 60.** Las reconstrucciones –conocidas en nuestro medio como “dramatizados”– de hechos que no fueron atestiguados por nuestras cámaras, no son recomendables para los programas de noticias, pues pueden confundir a la audiencia y caen fácilmente en el ámbito de las interpretaciones indemostrables. Por tanto, están prohibidas en los noticieros salvo cuando una reconstrucción elaborada por terceros sea, en sí misma, objeto de la noticia.
- 61.** En otro tipo de espacios periodísticos distintos a los noticieros, las reconstrucciones pueden usarse como último recurso, siempre que cumplan con las siguientes condiciones:
- La reconstrucción debe estar basada en un sustancial y verificable cuerpo de evidencias. En caso de recurrir a testigos, habrá que explicárselo así al público y montar la reconstrucción con toma subjetiva, desde la perspectiva del testigo.
 - La reconstrucción no debe dramatizar los hechos. El uso de figurantes es preferible al de actores, pues la caracterización de personajes puede condicionar la percepción del espectador y no necesariamente corresponde a la realidad.
 - La reconstrucción debe estar claramente identificada como tal por el generador de caracteres durante todo el tiempo de su transmisión.
 - La reconstrucción debe diferenciarse por su estilo visual del resto del programa del que forma parte.
- 62.** Nunca pediremos a una fuente que reactúe o reinterprete una experiencia ante nuestras cámaras (por ejemplo: el momento de un hallazgo o de un reencuentro).
- 63.** Las mismas restricciones se aplican para las simulaciones digitales de acontecimientos que no fueron grabados por nuestras cámaras. Se preferirá siempre los planos y los diagramas a los montajes tridimensionales que pretenden simular la

realidad. Éstos se transmitirán sólo cuando sean elaborados por fuentes externas y autorizadas, en cuyo caso la información respectiva escrita por el generador de caracteres deberá figurar durante todo el tiempo que dure la transmisión.

ARCHIVO

- 64.** Todas las grabaciones, notas, documentos y correspondencia electrónica del día a día se archivarán en soporte digital y un respaldo adicional, de manera que puedan ser consultadas en el futuro, con toda la certeza y seguridades del caso. Lo mismo se hará con las grabaciones y las pautas de nuestros propios programas informativos.
- 65. Toda imagen de archivo será identificada como tal durante todo el tiempo que dure su transmisión.** Cuando se trate de presentar los antecedentes o el contexto histórico de una noticia se incluirá la fecha de la grabación, el lugar donde fue realizada y cualquier otro dato que sirva para situar los hechos.
- 66.** Las imágenes de archivo se utilizan comúnmente para ilustrar temas de actualidad. Por ejemplo, una noticia sobre una reforma universitaria puede acompañarse con tomas de estudiantes en un campus. O se puede recurrir a imágenes de un personaje en diferentes actitudes para ilustrar una información que trate sobre él. Cuando las imágenes de archivo se utilicen de esta forma, es necesario observar lo siguiente:
- **No se puede tomar imágenes de un hecho para ilustrar otro, aunque se trate de hechos de la misma naturaleza y similares características.** Cuando las imágenes de archivo se utilicen como ilustración, han de referirse siempre a ideas generales, no a acontecimientos concretos y actuales. Por ejemplo, las tomas de una manifestación de campesinos ocurrida en el pasado pueden usarse en un reportaje sobre la conflictividad en el agro, pero no en una noticia sobre otra manifestación de campesinos ocurrida hoy y de la que no tenemos imágenes.

- Cuando se recurra al archivo para ilustrar un tema, ha de tenerse en cuenta la actualidad de las imágenes en lo que se refiere a la apariencia de lugares, personas, tecnología, etc. No deben usarse, salvo para notas biográficas, imágenes en las que aparezca con barba un personaje que, en actualidad, no la tiene. Un ejemplo extremo: presentar tomas de Nueva York con las torres gemelas para ilustrar una información relacionada con esa ciudad en el presente.
- Cuando se recurra al archivo para ilustrar un tema, los periodistas han de velar para que las imágenes, extraídas del entorno en que fueron tomadas, no causen malentendidos en el público y, sobre todo, no afecten a las personas que aparecen en ellas.

CORRECCIÓN DE ERRORES

- 67. Los servicios informativos de la televisión pública serán los primeros en asumir públicamente sus errores y rectificar sus equivocaciones.** Lo harán de la manera más rápida, directa y franca. El reconocimiento de las propias meteduras de pata fortalece nuestra credibilidad, pues el espectador verá que anteponemos la verdad a nuestra vergüenza. El público sabe apreciar la diferencia entre hacerse el desentendido y rectificar.
- 68.** Cuando corregimos una equivocación debemos explicar claramente que el error ha existido y en qué consistió. No basta con enmendar una noticia falsa mediante la publicación de la correcta, o utilizando explicaciones confusas para sugerir que quizás hubo un error de interpretación por parte del público. Cuando corriamos una equivocación, lo primero que debe estar claro para el público es que nos equivocamos.
- 69.** No sólo los datos erróneos deben ser enmendados, sino también aquellos contenidos que, siendo rigurosos y veraces, tuvieron efectos públicos negativos, hirieron innecesariamente la sensibilidad de las personas o vulneraron derechos. En tales casos cabe, si no corregir, por lo menos pedir disculpas (→).

3

IMPARCIALIDAD

Principios generales.	27
Tratamiento justo.	29
Derecho a la réplica.	30
Protagonismo indebido.	32
La política.	34
Religión.	35

PRINCIPIOS GENERALES

70. Los servicios informativos de la televisión pública respetan la libertad de expresión de las personas y tienen una mentalidad abierta para incluir a todos los ciudadanos sin importar sus posturas o tendencias. Su compromiso es reflejar la diversidad de opiniones, creencias y valores de la sociedad sin tomar jamás partido ni inducir al espectador a pronunciarse por una u otra postura.
71. En ejercicio de la libertad de expresión, los servicios informativos de la televisión pública se reservan el derecho a producir contenidos sobre cualquier tema y a permitir al más amplio rango de personas, grupos u organizaciones, expresar sus puntos de vista, opiniones o creencias. Todas las voces que puedan aportar a la comprensión de los temas de debate público tienen cabida en nuestros servicios, especialmente aquellas que permitan a la audiencia entrar en contacto con perspectivas frescas y originales sobre asuntos de interés general.
72. *Cuando se trate de momentos excepcionales, que involucran al bienestar del país, el Consejo Editorial podrá emitir su opinión. Tal opinión será la voz oficial de la televisión pública.*
73. Los servicios informativos de la televisión pública no acogerán las opiniones y propuestas de las personas y grupos que propugnan la violencia para el cumplimiento de sus fines, o que deliberadamente mienten o disfrazan una realidad para engañar a la ciudadanía.
74. **Los periodistas y los presentadores de la televisión pública no expresan opiniones, no promueven puntos de vista particulares sobre los debates públicos, no editorializan, no comentan ni emiten su criterio sobre políticas públicas o temas de interés general susceptibles de ser debatidos.** Nuestro compromiso es producir contenidos comprensibles, autorizados y confiables sobre los asuntos de interés público, sin omitir ninguno de sus aspectos relevantes, con el fin de propiciar un debate libre e informado.

75. Lo dicho en el párrafo anterior no nos exime de la obligación de practicar un periodismo interpretativo. Para ello recurriremos al análisis, género periodístico cuya carga de subjetividad es menor a la del editorial. El análisis se construye sobre datos comprobables de la realidad y, a diferencia del editorial, elude todo juicio de valor o lo justifica de inmediato en los hechos. Si el editorial insta a la acción e induce a tomar posiciones, el análisis evita recomendar al público lo que se debe hacer, decir o pensar acerca de algo; si el editorial defiende una tesis, el análisis trabaja sobre hipótesis y reniega de las interpretaciones unívocas; al contrario: se enriquece si plantea hipótesis alternativas.

76. *Conservaremos la imparcialidad cuando nuestros propios servicios informativos sean parte u objeto de la información.* Puede ocurrir que una noticia o una posición editorial de nuestros noticieros se conviertan en objeto de polémica, traigan repercusiones importantes u originen críticas de personajes públicos. En tal caso es nuestra obligación hacer el seguimiento de la noticia. Para empezar, conviene no colocar a nuestros periodistas y reporteros en una situación de conflicto de intereses. Es necesario, también, establecer una clara separación editorial entre quienes reportan la noticia y quienes aparecen en ella hablando a nombre de Ecuador TV. Si el seguimiento demanda, por ejemplo, entrevistar al director de noticias del canal para que explique una postura editorial, le daremos el mismo tratamiento que a cualquier otra fuente de información. En cuanto a la forma, evitaremos referirnos a Ecuador TV como “nosotros”, o a los contenidos como “nuestros”.

FUENTES

77. Los servicios informativos de la televisión pública darán un tratamiento directo, honesto y equitativo a las personas involucradas en su trabajo periodístico, salvo que existan justificadas razones editoriales para no actuar de esa manera. En todo momento procuraremos ser justos con las fuentes, colaboradores y protagonistas de la información.

- 78. En temas de polémica exploraremos todas las opiniones enfrentadas y otorgaremos a cada una de ellas un adecuado tiempo de exposición y un tratamiento equitativo.** Nos aseguraremos de que ninguna corriente de pensamiento quede ausente o esté mal representada en nuestros servicios informativos.
- 79.** Si una información recoge versiones opuestas sobre un hecho, o hechos radicalmente distintos según los narre una fuente o los explique otra, ni el titular ni la entradilla ni los avances informativos podrán ser adjudicados a una de las dos versiones en detrimento de la otra.
- 80.** Nuestra apertura a todo tipo de opiniones no nos exime de la responsabilidad de contrastarlas. **La fidelidad a los hechos debe ser** aquí también **nuestra primera obligación periodística.** Por tanto, **cuando alguien exprese una opinión o una perspectiva que, de manera comprobable, contradice los hechos, es nuestra obligación consignarlo.**
- 81.** Cuando nuestras fuentes están asociadas con un particular punto -de vista, es importante informar sobre ello a nuestra audiencia de manera clara y directa. No asumiremos automáticamente que los académicos y los periodistas de otros medios son fuentes imparciales, por respetables que sean.

Normas de tratamiento

- 82.** No hacer distinciones en nuestro trato con las fuentes implica eliminar todo tipo de tratamiento honorífico de nuestro vocabulario, incluso aquellos de uso corriente (“don” o “señor”, con sus equivalentes femeninos). Esta restricción comprende además los siguientes casos:
- Las palabras *mister*, *monsieur*, *herr*, *signor*, etc., precediendo a un apellido extranjero.
 - Las palabras “reverendo”, “monseñor” y “reverendísimo”, precediendo el nombre o apellido de sacerdotes y religiosos.

- Las palabras “licenciado”, “doctor”, “abogado”, “ingeniero”, “economista” y todas las demás que designan títulos académicos, se mantendrán cuando así lo desearan los profesionales a quienes citamos. Será preferible que el reportero pregunte previamente al personaje de qué modo prefiere ser citado.

83. Evitaremos hacer distinciones en nuestro trato con las fuentes aun en las apariencias. Toda persona entrevistada o que sea requerida por nuestros micrófonos para expresar una opinión, rendir un testimonio o proporcionar un dato será tratada de “usted”, aunque sea íntima amiga del reportero que la interroga. Esta norma se aplica tanto a los noticieros y coberturas especiales como a los programas de entrevistas u opinión.

Derecho de réplica

84. La imparcialidad es un principio que no debe perderse de vista aun en los casos en que nuestro trabajo periodístico nos lleve a presentar denuncias, plantear críticas o hacer alegaciones por venalidad o incompetencia contra personas o instituciones. Cuando eso ocurra, el respeto irrestricto al derecho de réplica es la mejor garantía de imparcialidad y de justicia con las personas implicadas.

85. **Cuando nos encontremos ante informaciones de claro interés público cuya difusión pudiera afectar el honor, el prestigio o la imagen profesional de personas o instituciones, el procedimiento obligatorio consiste en recoger la versión de los afectados antes de la publicación de la noticia** (→). Los afectados por las críticas, denuncias o alegaciones que resulten de nuestro trabajo periodístico tienen derecho a que sus réplicas figuren como parte del mismo contenido informativo que los inculpa.

86. Los afectados tienen derecho a elaborar una réplica informada y, por lo mismo, a conocer el contenido de las alegaciones en su contra sin que se les oculte detalle.

87. Las denuncias por venalidad o incompetencia se publicarán sin la versión de los afectados únicamente cuando éstos hayan declinado de su derecho a la réplica. Sólo

el consejo editorial del departamento de Noticias puede tomar la decisión de hacerlo por otras causas, y siempre en función del interés público.

- 88.** Si el afectado se niega expresamente a replicar, o huye de nuestros periodistas, se hará constar así de la manera más escueta posible, sin entrar en calificativos ni arriesgar juicios de valor. Una persona no es “ilocalizable”, ni “se esconde”, ni “desaparece”, sólo porque un periodista no pueda dar con ella. Tampoco una persona “huye” sólo porque no quiera aparecer ante las cámaras. (→).

- 89.** Toda persona o institución que se considere afectada por críticas, denuncias o alegaciones presentadas por terceros en nuestros servicios informativos (por ejemplo, durante una entrevista) tiene derecho a reclamar igual espacio para presentar sus argumentos de descargo. El canal está en la obligación de concederle el mismo tratamiento que a su acusador y a transmitir su replica en el mismo horario y como parte del mismo programa informativo.

- 90.** Toda persona o institución que se considere afectada por alguno de nuestros contenidos y solicite un espacio para ejercer su derecho de réplica, deberá sustentar en primer término la pertinencia de su reclamo, es decir, demostrar de qué manera real le afectaron nuestros contenidos. El derecho de réplica se concede para presentar argumentos de descargo contra acusaciones concretas, no para rebatir opiniones. Estaremos atentos para no dejarnos manipular por personas que pretendan servirse del derecho de réplica para su propia promoción o como una forma de chantaje.

- 91.** El reconocimiento del derecho de réplica no nos exime de nuestra obligación de mantenernos fieles a los hechos. Por tanto, toda réplica estará sujeta a comprobación periodística. En los casos en que la réplica contradiga los hechos de manera demostrable, es nuestra obligación consignarlo.

'Off the record'

92. La petición por parte de una fuente de no difundir al público una información que ha decidido compartir con nosotros, ha de ser respetada estrictamente. Lo mismo se aplica a otro tipo de restricciones, como los embargos, es decir, la petición de no difundir una información antes de una fecha y/o una hora establecida. En ningún caso los servicios informativos de la televisión pública traicionarán la confianza de sus fuentes.
93. El hecho de que una información haya sido facilitada por una fuente con la petición de que no sea difundida (*off the record*), no impide su publicación si se obtiene honestamente por otros medios u otras fuentes. De lo contrario, esa confidencialidad supondría una censura externa para una información que está al alcance del periodista.
94. El periodista que se haya comprometido a mantener en forma confidencial hechos, informaciones u opiniones, no debe darlos a conocer pública ni privadamente. Esto implica que tampoco podrá compartirlos con otro colega que, libre de este compromiso, pudiera divulgarlos.

Fuentes reservadas

95. Las fuentes que prefieren la reserva de su identidad se utilizarán como último recurso, exclusivamente cuando sean la única vía para conseguir información de interés público, y siempre que su confiabilidad haya sido verificada por el periodista y el director o directora de información. Una fuente anónima debe ser lo suficientemente creíble y calificada, es decir, debe estar en posición de conocer la materia sobre la cual se le consulta.

- 96.** Proteger la identidad de una fuente cuya reserva hemos garantizado es una obligación que debe respetarse hasta las últimas consecuencias. Cuando prometemos anonimato a una fuente debemos estar absolutamente seguros de que podremos honrar ese compromiso, aun cuando implique la necesidad de resistir órdenes judiciales en nuestra contra y, en casos extremos, afrontar la cárcel. De ahí la importancia de que podamos confiar plenamente en la honestidad de la fuente anónima. No hay que olvidar que, cuando concedemos un anonimato, estamos asumiendo completamente la responsabilidad por las informaciones que traslademos.
- 97.** Nunca garantizaremos a una fuente reservada que las informaciones o datos que nos proporcione serán transmitidos.
- 98.** Cuando no se puede citar el nombre del informante conviene huir de expresiones genéricas como “fuentes dignas de crédito” (se sobreentiende que lo son; en caso contrario, no debieran utilizarse). Habrá que buscar fórmulas que, sin revelar la identidad de la fuente, se aproximen lo máximo a ella o, por lo menos, transmitan información sobre sus credenciales. Así, por ejemplo, se podrá hablar de “fuente diplomática”, o “fuente gubernamental”. Se recomienda que sea la propia fuente la que elija el término adecuado mediante el cual considere que no será identificada, siempre y cuando ese término no resulte falso.
- 99.** Es necesario discutir con la fuente sobre los alcances de su anonimato. En ocasiones, puede ser suficiente asegurarle que no será reconocida por el público en general. En caso de contribuciones significativas, se debe garantizar que no será identificada incluso por sus familiares y amigos.
- 100.** En las entrevistas con fuentes reservadas es preferible recurrir a la técnica del contraluz que a los procedimientos digitales para cubrir la imagen (el pixelado, por ejemplo). Del mismo modo, una voz en *off* que se superponga a la voz de la persona que habla es mejor que cualquier tipo de trucaje sonoro. Como recurso adicional para respetar el derecho de la fuente que prefiere su privacidad, se realizará una redacción que deje en claro ese deseo.

101. Documentos numerados, placas de vehículos, direcciones, localizaciones, referencias a páginas de Internet, etc., son pistas que pueden conducir a la identificación de la fuente. Por tanto, es necesario omitirlos.

102. **Las fuentes reservadas se utilizarán exclusivamente para obtener información, nunca para recabar opiniones. Quien nos proporciona un dato tiene derecho a no revelar su identidad si así lo quiere; quien nos entrega una opinión, está obligado a avalarla.**

103. La decisión de conceder a una fuente el derecho al anonimato corresponde al Consejo Editorial de Noticias.

PROTAGONISMO INDEBIDO

104. **Los reporteros, presentadores y corresponsales son el rostro y la voz de nuestros servicios informativos. Su imagen y su comportamiento ante las cámaras pueden causar un significativo impacto en la manera como la audiencia percibe nuestra imparcialidad. Por tanto deben ser extremadamente cuidadosos para evitar cualquier forma de protagonismo indebido.** La obligación de mantenerse al margen de lo que se cuenta implica la prohibición de añadir opiniones a la información por cualquier medio que sea.

105. Los reporteros, presentadores de noticias y corresponsales de nuestros servicios informativos tienen estrictamente prohibido emitir sus opiniones personales sobre cualquier tema de interés general susceptible de ser debatido.

106. El tono de voz, los gestos, las inflexiones, los silencios cargados de significado, la manera de pronunciar ciertas palabras..., son otras tantas formas de agregar opinión y restar imparcialidad a la información. Nuestros reporteros, presentadores y corresponsales evitarán expresar su opinión también de manera implícita. Su

imagen, su tono de voz y su manera de pronunciar los textos deben ser cien por ciento neutrales. Queda estrictamente prohibido editorializar con las cejas.

107. Los reporteros, presentadores de noticias y corresponsales, así como los miembros de nuestro equipo técnico que desarrollan su labor en espacios públicos, tendrán el cuidado de no utilizar colores, símbolos o emblemas que pudieran interpretarse como propios de una militancia, una creencia, una postura política o el apoyo a una causa. El vestuario y los accesorios de los periodistas no deben, en ningún caso, añadir contenido a la información ni aparentar hacerlo. Por tanto queda estrictamente prohibido el uso de colores que puedan identificarse claramente como alusivos a una causa, una tendencia o un grupo político, así como las camisetas de clubes deportivos, las banderas de cualquier tipo, los crucifijos y otros símbolos religiosos, etc. (→)

108. Los reporteros, presentadores y corresponsales de los servicios informativos de la televisión pública deben permanecer al margen de lo que cuentan. Por lo mismo, no podrán utilizar la primera persona del singular ni del plural, salvo en casos excepcionales autorizados por el director de Noticias. Ni siquiera resultan convenientes expresiones comunes como “nuestro país”. El adjetivo posesivo “nuestro” incluye en este caso al espectador y al informador, y el espectador no tiene por qué ser ecuatoriano (en rigor, el informador tampoco).

109. **El principio de imparcialidad implica evitar toda forma de protagonismo. Las muletillas como “...en declaraciones exclusivas a Ecuador TV” u otras análogas, están prohibidas. El orgullo profesional que produce la consecución de una primicia no tiene por qué ser trasladado al espectador. Ya se encargará él de valorar o no este esfuerzo informativo.**

110. **Los servicios informativos de la televisión pública no adjetivan su propio trabajo periodístico. De nuestras investigaciones, informes o reportajes no diremos nunca que son “exhaustivos”, “completos” o “profundos”; simplemente, que son investigaciones, informes y reportajes. Ya se encargará el espectador de calificarlos.**

111. Los espacios informativos no están hechos para promover estrellatos ni para que el periodista cuente sus hazañas, exprese sus estados de ánimo, ejerza la literatura o desahogue sus humores, por justificados que sean. Las posiciones personales del informador nunca deben condicionar su manejo de la información ni su trato con las fuentes.
112. **Las dificultades que pueda tener un periodista para obtener los datos durante el proceso de cobertura tampoco son relevantes y no se harán constar en la noticia, salvo cuando añadan información.** En ningún caso otorgaremos a una fuente un trato desfavorable o le haremos el vacío porque nos haya causado problemas en una cobertura, o porque se niegue a colaborar con nuestros servicios informativos: si esos obstáculos añaden información, se cuentan; si no, se aguantan. **En cualquier caso, quedan estrictamente prohibidas las alusiones irónicas y las críticas veladas.**

LA POLÍTICA

113. Los temas relacionados con la política en general y las coyunturas electorales en particular demandan un especial cuidado de nuestra parte con el fin de mantener la imparcialidad tanto en los hechos como en las apariencias. Debemos asegurarnos continuamente de que los puntos de vista de todos los actores del espectro político sean incluidos en nuestras coberturas.
114. **En todas nuestras coberturas sobre temas políticos debemos asegurarnos de establecer claramente la diferencia entre las opiniones de los actores políticos y los hechos de la realidad.**
115. Los servicios informativos de la televisión pública no expresan opiniones ni adoptan posiciones políticas. No participan en campañas electorales, salvo para cubrirlas, ni permiten ser usados por terceros con fines proselitistas.

- 116.** Seremos siempre firmes, independientes y consistentes en nuestras relaciones con los actores políticos y administraremos sus apariciones en nuestros servicios informativos en función de intereses editoriales, especialmente en los períodos en que esos actores políticos gozan de gran exposición mediática. No los entrevistaremos a pedido (salvo en caso de alegaciones justificadas) ni discutiremos con ellos nuestros cuestionarios antes de la realización de la entrevista (→).
- 117.** Seremos extremadamente cuidadosos con las encuestas y sondeos políticos o electorales, especialmente cuando quien las provee a los medios de comunicación es una fuente interesada. A menudo las encuestas políticas se utilizan para tratar de incidir en la opinión pública. Para evitarlo, nuestros servicios informativos no otorgarán validez a las interpretaciones dadas a una encuesta por la persona, grupo o movimiento político que la comisionó. (→).

LA RELIGIÓN

- 118.** La televisión pública será siempre respetuosa del elemental derecho humano a la libertad de conciencia, religión y pensamiento, que incluye la libertad para predicar, enseñar y practicar cualquier creencia religiosa.
- 119. La televisión pública es laica. No asumirá el punto de vista de ninguna religión.** Cuando nuestro trabajo periodístico nos lleve a tratar temas que involucren creencias o posiciones religiosas, estableceremos muy claramente la distinción entre la naturaleza de la fe en cuestión y la de nuestros propósitos editoriales. Por lo general, ambas cosas no coinciden.
- 120.** Nuestros reporteros, presentadores de noticias y corresponsales se abstendrán de hacer cualquier tipo de manifestación pública de su fe. No darán por sentado que la audiencia comparte sus propias creencias, aunque sean las mayoritarias, y evitarán

todo tipo de expresiones que denoten religiosidad. Por tanto, queda prohibido el uso de muletillas como “Dios mediante”, “Dios quiera”, “gracias a Dios”, etc.

121. Nuestra aproximación a cualquier tipo de fenómenos o acontecimientos sociales, naturales o históricos será siempre racional y se remitirá a las evidencias fácticas. Nunca, bajo ningún concepto, atribuiremos a la intervención sobrenatural o divina la causa de algún fenómeno que no sepamos explicar. Los servicios informativos de la televisión pública no creen en ningún tipo de milagros.

122. Queda prohibido el uso de símbolos religiosos de cualquier tipo. Los reporteros, presentadores de noticias y corresponsales de nuestros servicios informativos no lucirán medallas, crucifijos, estrellas de David ni ninguna prenda de vestir o accesorio que revele su pertenencia a una religión.

123. Los servicios informativos de la televisión pública no celebran ninguna fiesta religiosa. Una moderada participación es aceptable cuando se trata de celebraciones cuya influencia social va más allá de lo estrictamente religioso, como la Navidad, sin que esto nos autorice a reproducir sus símbolos, echar mano de su música o asumir como propios sus rituales. En las diferentes culturas asentadas en el Ecuador, las celebraciones navideñas han alcanzado una identidad propia, como resultado de un mestizaje cultural. Por tanto, sus características y símbolos: dígame pases del niño; villancicos serán apropiadamente destacados en nuestras emisiones. No incluiremos valores o símbolos de culturas ajenas a las nuestras, como renos o campanitas. Periodísticamente si podrán ser citadas, pero no las haremos nuestras. Los servicios informativos de la televisión pública al aire no hacen árbol de Navidad o Nacimientos, no cantan villancicos, no rezan novenas ni adornan su logotipo con renos o campanitas. La Navidad, como cualquier otra celebración de carácter religioso, no es una fiesta que debamos celebrar, sino un tema que requiere tratamiento periodístico. Las personas que no festejan la Navidad, bien sea porque pertenecen a otra religión o porque no profesan ninguna, tienen derecho a confiar en que nuestra cobertura informativa sobre esa fiesta será imparcial y objetiva.

4

INDEPENDENCIA

Principios generales.	38
Agenda informativa.	39
Prominencia indebida.	42
Nuestra imagen.	43

PRINCIPIOS GENERALES

124. La reputación de los servicios informativos de la televisión pública debe construirse a fuerza de integridad editorial e independencia. El público tiene derecho a confiar en que las decisiones editoriales de su canal no están influenciadas por presiones políticas, comerciales, personales o de otro tipo. No debemos socavar esa confianza mediante acciones o procedimientos que puedan poner nuestras intenciones en entredicho.
125. **Los servicios informativos de la televisión pública seleccionan y cubren las noticias en función de su propia agenda y sus propias razones editoriales.**
126. Los servicios informativos de la televisión pública son independientes de los intereses del Estado y de los partidos y movimientos políticos. Rechazan cualquier presión de personas o grupos políticos, económicos, religiosos o ideológicos que traten de poner la información a su servicio.
127. **Los servicios informativos de la televisión pública no garantizan ni endosan su apoyo, ni aparentan hacerlo, a ninguna organización, producto, actividad o servicio.**
128. Los servicios informativos de la televisión pública no conceden prominencia comercial a marcas, productos o servicios.
129. Los servicios informativos de la televisión pública serán independientes de los intereses de sus propios miembros. Las actividades externas de la gente que trabaja en o está relacionada con los servicios informativos de la televisión pública (incluidos los miembros del Consejo Editorial), así como sus posiciones políticas, sus creencias y sus compromisos personales, no tendrán influencia alguna sobre las decisiones editoriales y los contenidos informativos.

130. El Comité Editorial resolverá los casos de conflicto de intereses en que pudieran estar involucrados los periodistas, presentadores y, en general, cualquier persona con responsabilidad sobre los contenidos. Si alguna de estas personas creyera que una actividad personal, un compromiso, una relación de amistad, una ideología o una creencia puede afectar la manera como realiza su trabajo, está obligada a declararlo. Aquí se incluyen militancias políticas, conexiones con organizaciones de acción social o de beneficencia, intereses económicos y compromisos personales de cualquier tipo.

AGENDA INFORMATIVA

131. La primera amarra que debemos romper para garantizar una información independiente es aquella que nos mantiene atados a una serie de ideas preconcebidas (a menudo manejadas por las fuentes) sobre lo que es y deja de ser noticia. **A diferencia de los medios que se manejan por una agenda “estándar”, nosotros, como medio público estaremos obligados a diseñar una agenda propia, que atienda la necesidad de desarrollar contenidos que tengan que ver con los grandes temas nacionales, más que con los de coyuntura que promueven sectores interesados, reconociendo una vez más que somos un medio público.**

132. Existe una agenda mediática estándar, hecha de coberturas que suelen considerarse inevitables y hasta obligatorias: ruedas de prensa, declaraciones, boletines, discursos... Ese menú desnaturaliza la noticia, porque se desentiende de los procesos y reduce la realidad a un puñado de discursos que se tejen sobre ella. En la televisión pública afrontaremos esa agenda con creatividad e imaginación, a fin de evitar que nuestros servicios informativos se conviertan en antenas repetidoras de los discursos de un grupo reducido de personas.

133. Las ruedas de prensa y las declaraciones en general, por importante que sea la persona que las pronuncia, no son noticia por sí mismas, sino en relación con los procesos informativos y en función de su interés público. Los servicios informativos de la televisión pública se interesan en cubrir procesos, no en fomentar pantallazos.

Por eso no debemos dejarnos inducir por la retórica de las fuentes. Especialmente de aquellas que, como ocurre en la política, manejan una serie de recursos discursivos destinados, precisamente, a seducir a los medios, y con ese fin organizan sus ruedas de prensa y administran sus declaraciones.

134. Debemos mantenernos en guardia frente a los cabildeos de relacionadores públicos y jefes de información de instituciones públicas o privadas, empresas y organizaciones de cualquier tipo. El trabajo de los relacionadores públicos consiste en posicionar sus discursos en los medios; el de los medios, en entregar a la audiencia los elementos necesarios para comprender en su contexto esos discursos. Como se ve, no son intereses necesariamente compatibles. El contacto con los relacionadores públicos será siempre objetivo, político y cordial, pero firme y apegado a nuestra propia agenda informativa.
135. Somos parte de un canal de televisión pública, no estatal. Confundir ambos conceptos nos llevaría a convertir nuestros servicios informativos en órganos del gobierno de turno. Las agendas públicas de los gobiernos son sólo una parte de una realidad informativa mucho más compleja que nos esforzamos por llevar a la pantalla y por tanto no deben, por acertadas que sean, inducir o determinar el contenido de nuestras agendas editoriales. En ningún caso debemos confundir el concepto de “lo público” con el de los “poderes públicos”.
136. **Nos aseguraremos de no proyectar la impresión de que estamos haciendo nuestras las agendas de las fuentes.** Ofreceremos a todas ellas un trato objetivo e igualitario, sin favorecer jamás, ni aparentar hacerlo, a una sobre otra.
137. Los servicios informativos de la televisión pública tampoco hacen suyas las agendas de sus proveedores de noticias. Todos los contenidos proporcionados por agencias de noticias y/o por servicios de noticias, serán editados en función de nuestras propias agendas informativas.
138. Los servicios informativos de la televisión pública no realizan entrevistas a pedido, salvo en caso de alegaciones justificadas por el derecho de réplica (→), ni discuten sus cuestionarios con los entrevistados antes de la grabación.

- 139.** Salvo consideraciones éticas o legales, los espacios periodísticos de la televisión pública no revelan a terceros el contenido de una información o la edición de una entrevista antes de su transmisión pública. En caso de hacerlo, debemos estar muy seguros de los motivos que nos obligan a actuar de esa manera. Cuando concedemos a una fuente el derecho de revisar nuestros contenidos antes de su transmisión, es necesario dejar claramente establecido que, con ello, no estamos cediendo el control editorial del producto final. Cualquier cambio en el contenido que resulte de este proceso sólo se justificará si atañe a la corrección de errores en datos concretos o a razones evidentes de protección, privacidad o seguridad.
- 140.** Es necesario ser extremadamente cautelosos con las fuentes interesadas. Existen personajes con habilidad para facilitar información y convertirse en fuentes privilegiadas, acostumbradas a hacer favores a los medios. El periodista debe mantener distancia y comportarse de manera educada e independiente. Esto no significa que rechacemos informaciones de fuentes interesadas, pues a menudo también tienen interés para el público. Pero es importante no dejarse sujetar por las fuentes y nunca, en ningún caso, negociar con ellas los contenidos (→).
- 141.** Los servicios informativos de la televisión pública no suscriben ninguna campaña de opinión ni de acción social (beneficencia u otras) que implique la recolección de ayuda o fondos y que sea organizada por cualquier institución pública o privada, empresa o asociación independiente. Mantendremos nuestra objetividad e independencia a la hora de cubrir campañas de ese tipo.
- 142.** De juzgarlo necesario, organizaremos nuestras propias campañas de acción social. En tal caso, queda estrictamente prohibido hacer *lobby* en empresas o instituciones, o cabildear con personas influyentes con el fin de levantar ayuda financiera o de otro tipo, obtener ventajas o recibir favores para nuestras iniciativas.

PROMINENCIA INDEBIDA

143. En su empeño por reflejar el mundo real, a menudo los noticieros de la televisión pública tendrán que referirse a productos comerciales, organizaciones o servicios. Al hacerlo, es importante evitar cualquier prominencia indebida, o dar la impresión de que estamos promoviendo esos productos. Nos aseguraremos de que toda alusión o referencia a una marca, un eslogan o un logotipo esté editorialmente justificada y sea usada solamente en tanto añada información.
144. Los servicios informativos de la televisión pública no usarán ningún material, visual o sonoro, proveniente de campañas publicitarias de cualquier tipo, a menos que sea editorialmente justificado. En tal caso, reproducir un corto extracto será suficiente.
145. Está estrictamente prohibido negociar la inclusión en nuestros servicios informativos de imágenes o referencias a productos, organizaciones o servicios a cambio de dinero, prestaciones, ayudas o ventajas de cualquier tipo (por ejemplo: mencionar a una aerolínea a cambio de un pasaje aéreo). Tampoco aceptamos servicios o productos de nuestros proveedores a cambio de una referencia o de su inclusión en la lista de créditos. Esta última se manejará de forma objetiva y se elaborará en función de criterios estrictamente editoriales, nunca comerciales.
146. **Bajo ninguna circunstancia una persona que trabaje en los servicios informativos de la televisión pública recibirá beneficios personales de los proveedores o de las fuentes, ni aceptará bienes o servicios de cualquier tipo, aun cuando sean ofrecidos sin la aparente intención de pedir algo a cambio.** En la práctica, este tipo de dones siempre termina por comprometer la independencia de quien los recibe. Por tanto, esta regla no tiene excepciones: está prohibido recibir regalos, incluidos aquellos que suelen entregarse en épocas navideñas, “día del periodista” o fechas similares.
147. En el mismo orden de ideas, los servicios informativos de la televisión pública pagarán por los viajes, alojamientos y todo tipo de gastos relacionados con el traslado de su personal cuando éste deba desplazarse para cubrir una noticia. No aceptaremos viajes con gastos pagados, salvo cuando ésta sea la única manera de cubrir una información relevante. Tal cosa puede ocurrir, por ejemplo, en las giras

oficiales a bordo del avión presidencial. Aun en esos casos, será necesario evaluar la posibilidad de cubrir la información de otra manera antes de aceptar la invitación.

NUESTRA IMAGEN

148. Nos aseguraremos de que el nombre de los servicios informativos de la televisión pública, sus logotipos, títulos, formatos y tipografías registradas no sean utilizados por compañías o instituciones externas de manera que pueda comprometer nuestra independencia. Ningún aviso publicitario ni material promocional de una compañía o institución exterior al canal debe dar la impresión de contar con nuestro apoyo comercial.
149. Los servicios informativos de la televisión pública no permiten que sus logotipos, formatos y tipografías registradas sean usados en publicidad externa.
150. **Los reporteros, presentadores y corresponsales son el rostro y la voz de nuestros servicios informativos. Por tanto, están obligados a preservar su imagen. Tienen estrictamente prohibido utilizarla para promocionar cualquier tipo de productos, servicios o actividades ajenas a su trabajo informativo. En ningún caso pueden aparecer en anuncios publicitarios.** El periodismo y la publicidad son incompatibles, aun si se practican por separado.

5

RESPONSABILIDAD PÚBLICA

Principios generales.	45
Consentimiento informado.	47
La privacidad de las personas.	49
Grabaciones secretas.	51
El honor de las personas.	52
Derechos de los niños.	55
Protección.	56
Consentimiento.	57
Anonimato.	58
Delito y crimen.	59
Entrevistas.	62
Investigaciones.	63
Protección de inocentes.	65
Ofensa y daño.	67
Horario de protección al menor.	68
Violencia, sufrimiento y muerte.	69
Groserías.	70
Racismo.	72
Sexismo.	73
Religión y cultura.	75

PRINCIPIOS GENERALES

- 151.** Un medio de comunicación es un instrumento de poder. Manejado con incompetencia, descuido o mala fe puede causar daños enormes e irreparables. Quienes hacemos los servicios informativos de la televisión pública debemos ser concientes de ese poder en cada momento de nuestro proceso de trabajo para nunca utilizarlo en perjuicio de los intereses públicos o lesionar con él los derechos de las personas.
- 152.** Si bien la fidelidad a los hechos es nuestra primera obligación periodística (→), ella sola no basta para validar un contenido informativo. Se puede ser rigurosamente fiel a los hechos, se puede construir una información exclusivamente a partir de datos comprobables y, aun así, producir efectos sociales indeseados, dañar a las personas o propiciar sentimientos negativos, como el odio y el miedo. **Para los servicios informativos de la televisión pública no basta con estar en lo cierto: es necesario ser justos.** Por eso el principio de responsabilidad pública ante los derechos de las personas constituye el más importante de nuestros valores editoriales, al punto que todos los principios expuestos hasta aquí podrían estar contenidos en este capítulo: *es el derecho de las personas a estar informadas lo que impone el principio del rigor, o la fidelidad a los hechos; el derecho de las personas a expresarse libremente y a no ser condicionadas en su pensamiento nos impone el principio de la imparcialidad; el derecho a disponer de una información que no responda a otros intereses que los del público nos impone el principio de la independencia.*
- 153.** El respeto a los derechos de las personas se practicará más allá de lo estipulado por las leyes. **No solo que las personas tendrán derecho a la réplica, sino que se les contactará antes de transmitir cualquier noticia que afecte su integridad.** Es importante hacer esta distinción porque ambos momentos implican derechos de diferente naturaleza:

153.1. Durante el proceso de recolección de la información hay que considerar los derechos de aquellas personas que nos la facilitan o son objeto de ella, es decir, los derechos de las fuentes, contribuidores y protagonistas de la información. El trabajo periodístico consiste, básicamente, en una constante interacción con todo tipo de personas: reportamos sobre lo que ellas hacen o nos cuentan, recogemos sus opiniones y sus testimonios, las buscamos en sus hogares o en sus lugares de trabajo, las seguimos de un sitio a otro, las interrogamos, las grabamos en diferentes actitudes o, simplemente, las mencionamos en relación con tal o cual noticia. Esa interacción con las personas implica, de nuestra parte, una serie de obligaciones relacionadas con su consentimiento (→), su privacidad (→) y su derecho al honor (→). Se pondrá especial atención en los derechos específicos de los niños y adolescentes en su condición de fuentes, contribuidores y protagonistas de la información (→).

153.2. Durante el proceso de difusión de la información hemos de considerar los derechos de las personas a quienes esa información va dirigida, es decir, los derechos del público. Existe un delicado equilibrio que es preciso mantener entre el derecho del público a estar informado y los derechos de las personas a que la información no las ofenda ni les cause daños (→), no las perturbe innecesariamente ni produzca efectos sociales negativos por la manera como es presentada, especialmente cuando se trata de información relativa a delitos, crímenes o comportamientos antisociales (→). **Las imágenes y las palabras producen reacciones, crean temores, fobias o, simplemente, representaciones equivocadas. Por tal motivo, seremos extremadamente respetuosos con los sentimientos, las emociones, los miedos y los credos de las audiencias.**

CONSENTIMIENTO INFORMADO

154. La información se obtiene con el consentimiento de las fuentes y contribuidores, jamás bajo presión o por sorpresa o espionaje, ni recurriendo a trucos, engaños o artimañas.
155. Ninguna persona será grabada por sorpresa, a escondidas o en contra de su voluntad salvo razones de evidente interés público. Por lo general, los camarógrafos de Ecuador TV pedirán permiso antes de poner su equipo en funcionamiento. Se respetará el derecho de las personas a no aparecer en la televisión si no quieren y a guardar silencio ante los micrófonos si lo prefieren.
156. **Una cámara de televisión es un instrumento de poder. Las de nuestros noticieros no se utilizarán jamás para intimidar o perseguir personas, forzar declaraciones o ejercer presión sobre las fuentes. Este criterio ha de tenerse especialmente en cuenta con los grupos vulnerables y socialmente desplazados.**
157. Dondequiera que operen los reporteros y camarógrafos de Ecuador TV lo harán abiertamente y sin ocultarse. Este principio se aplica también cuando el equipo audiovisual utilizado no es obvio, como en el caso de pequeñas cámaras, teléfonos celulares, *webcams*, etc. Cada vez que se realicen grabaciones en lugares públicos, se hará saber a los presentes o transeúntes que están siendo filmados. Muchas veces bastará con hacerse notar para que las personas otorguen su consentimiento tácito a la grabación o, por el contrario, tengan la posibilidad de evitar las cámaras. En caso de transmisiones en directo desde lugares públicos, se definirá un área específica en la que operará el canal y se informará de ella a la gente mediante carteles o señales.
158. Toda persona que sea requerida por nuestros periodistas para expresar una opinión o referir un testimonio tiene derecho a ser informada de lo siguiente:
- El nombre de la persona que lo entrevista.

- Por qué razón los noticieros de la televisión pública requieren de su opinión o su testimonio.
 - Cómo y en dónde será transmitida la opinión o el testimonio recabado.
 - El contexto de la transmisión.
 - La naturaleza de su participación.
- 159.** Mientras mayor sea la participación de una persona, más detalles se le proporcionarán con el fin de obtener su consentimiento. Si se trata de un invitado a un programa especial o un espacio de entrevistas y debate, se le debe explicar el rango de los temas que serán tratados, nuestras expectativas sobre su participación y, cuando la logística lo permita, los nombres de los otros invitados o participantes, en caso de haberlos.
- 160.** Cuando una persona es requerida para expresar una opinión o referir un testimonio, el canal no garantiza la transmisión del material grabado. Esa condición debe estar clara para todos los que intervengan en una grabación.
- 161.** El canal sí garantiza que el contenido editado de testimonios y opiniones será fiel a sus expresiones originales y hará justicia con las intenciones de quienes los enunciaron.
- 162.** Los menores de edad y adultos vulnerables no siempre están en capacidad de otorgar su consentimiento informado. Cuando se trata, por ejemplo, de personas con problemas de aprendizaje, enfermedad mental o padecimiento terminal, se puede necesitar el consentimiento de algún familiar o de la persona a cargo de su cuidado. Al momento de solicitar un consentimiento, el periodista ha de asegurarse de que el interpelado entiende a cabalidad la naturaleza de lo que se le pide. Los niños en condiciones de riesgo de ninguna manera serán expuestos informativamente.

LA PRIVACIDAD DE LAS PERSONAS

- 163.** Ecuador TV no infringirá el derecho de las personas a mantener sus comportamientos, sus creencias, su correspondencia y sus conversaciones en la esfera de lo privado. El irrespeto a ese derecho es un abuso de poder. Sólo la demostración de un claro interés público puede justificar una intrusión en la vida privada de la gente. El equilibrio entre el interés público y las legítimas expectativas de privacidad y respeto a la dignidad de las personas es uno de los temas fundamentales de la libertad de expresión y ha de manejarse con extremo cuidado, a menos que se trate de un delito flagrante.
- 164.** El sufrimiento, la enfermedad y la muerte pertenecen al ámbito de lo privado. Ninguna persona será grabada sin su consentimiento mientras recibe atención médica. Ningún cadáver será mostrado sin el consentimiento de los familiares. En las coberturas de accidentes y tragedias se respetará el dolor de las personas (víctimas o parientes) y sólo se las grabará si ellas voluntariamente se exponen ante las cámaras. En ocasiones la simple petición de consentimiento puede configurar ya un caso de intrusión en la privacidad. Los noticieros de Ecuador TV buscarán siempre el equilibrio entre el interés del público por conocer los detalles de una noticia y el respeto a la dignidad humana de las personas involucradas.
- 165.** Lo mismo se aplica para el caso de personas sometidas a condiciones que ellas puedan considerar vergonzosas o indignas. Ninguna persona detenida o encarcelada será grabada sin su consentimiento o sin una clara justificación editorial.
- 166.** El derecho a la privacidad de las personas se califica en función de su conducta. Cuando el comportamiento de una persona amenaza la seguridad o el bienestar de otros, su derecho a la privacidad disminuye en función del interés público, con el fin de prevenir el daño que puedan causar tales amenazas

- 167.** El derecho a la información de las personas se califica también en función de su localización. Queda prohibido realizar grabaciones al interior de una propiedad privada sin el consentimiento de sus propietarios u ocupantes. Toda persona tiene derecho a no ser filmada en su casa si no quiere. También tiene derecho a guardar en secreto la información relativa a su domicilio, número telefónico, dirección electrónica, etc. Los noticieros de Ecuador TV no revelarán datos que puedan permitir la localización de una persona o de su familia sin contar con una razón evidente (por ejemplo, si en tal dirección se declaró un incendio).
- 168.** En los espacios públicos o semipúblicos tales como aeropuertos, dependencias públicas, calles, plazas o centros comerciales, la gente no puede esperar el mismo grado de información de que goza en sus hogares. Sin embargo hay circunstancias en que las personas requieren de una razonable medida de intimidad aun en lugares públicos. Por ejemplo, cuando alguien es víctima de una tragedia o se encuentra con tratamiento médico.
- 169.** Salvo interés público justificado, las coberturas informativas en ambulancias, escuelas y cárceles precisan de dos consentimientos que se solicitan por separado: uno para grabar las informaciones y otro para transmitir las.
- 170.** Cuando debamos informar acerca de personas que han fallecido en accidentes, mostraremos sus fotografías de cuando éstas estuvieron con vida. De ese modo no afectaremos los sentimientos de sus familiares, amigos, conocidos y de los espectadores en general que sienten dolor por hechos que acaban con la vida.
- 171.** Si una persona pide detener una grabación alegando su derecho a la información, el canal acogerá por lo general ese pedido, salvo razones de interés público justificado. Se evaluará si ese hecho (el que alguien solicite detener una grabación) merece ser consignado como un dato más de la noticia o no.

Grabaciones secretas

172. Las grabaciones secretas deben estar justificadas por un claro interés público y sólo se usarán como último recurso para obtener información importante que, de otra manera, permanecería oculta. Para recurrir a ellas debemos ser capaces de demostrar la imposibilidad de obtener la información por otro modo. El mal uso y el uso excesivo de este recurso terminan por desacreditarlo y por devaluar su impacto.

173. Por grabaciones secretas ha de entenderse lo siguiente:

- El ocultamiento de cualquier tecnología de audio o video.
- El uso de cualquier tecnología de audio o video para grabar a personas desprevenidas (en conversaciones telefónicas, por ejemplo) o a personas que, aunque los equipos no estén ocultos, no saben que están siendo grabadas.
- El encubrimiento deliberado de las intenciones con que se efectúa una grabación..
- La reanudación deliberada de una grabación cuando las personas involucradas creen que ésta ya ha concluido.

174. La televisión pública utilizará grabaciones secretas solo con los siguientes propósitos:

- Como una herramienta de información periodística en asuntos de interés público, para poner al descubierto cualquier tipo de evidencia que demuestre la intención de cometer un delito o provocar un daño.
- Como método de información social y científica. Por ejemplo, cuando se trata de estudiar hábitos, costumbres, actitudes, reacciones y comportamientos que, de otro modo, no podrían ser captados con naturalidad. En estos casos el consentimiento habrá de solicitarse por escrito, luego de la grabación pero antes de la transmisión. Las grabaciones sólo podrán hacerse públicas si se cuenta con tal consentimiento. En ocasiones, será necesario encubrir la identificación de los involucrados mediante procedimientos digitales.

175. El uso de grabaciones secretas es una decisión que compete al Consejo Editorial del Departamento de Noticias y sólo puede ser adoptada por

decisión de sus miembros. Se trata, además, de un proceso que siempre deberá contemplar dos pasos: la decisión de efectuar una grabación secreta y la decisión de transmitirla serán tomadas por separado.

176. Todo lo dicho en este capítulo sobre la decisión de grabaciones secretas se aplicará también a aquellas realizadas por terceras personas y facilitadas al canal por distintas vías.

EL HONOR DE LAS PERSONAS

177. El honor, la reputación y el buen nombre son los bienes más preciados de hombres y mujeres y, por lo mismo, no pueden ser rotos a la ligera. La información garantiza esos derechos y protege la imagen y la voz de las personas. Sin embargo, la reputación de un personaje público o de una persona en particular se convierte en tema periodístico cuando así lo exige el beneficio público, en particular si se trata de conductas que atentan contra el interés común.

178. Cuando sea necesario difundir información que vulneran el honor ajeno se seguirán dos procedimientos obligatorios:

- Contrastar la información con al menos dos fuentes, independientes entre sí, a las que se aludirá siquiera sea vagamente.
- *Recoger la versión de la persona afectada. Si ésta no puede ser localizada o se niega a hablar, se hará constar así de la manera más escueta posible y sin arriesgar juicios de valor. Una persona no es “ilocalizable”, ni “se esconde”, ni “desaparece”, sólo porque un periodista no pueda dar con ella. Tampoco una persona “huye” sólo porque no quiera aparecer ante las cámaras.*

179. El derecho a la réplica (→) es un principio que se aplica durante el proceso de levantamiento de la información, es decir, antes de su difusión pública. Cuando

trabajamos con informaciones que vulneran el honor ajeno, la réplica no es una cuestión que puede quedar para el día siguiente, sino que ha de ser parte de la noticia.

180. Si una persona siente vulnerado su honor por el contenido de una información o de una declaración dada por terceros en nuestros espacios informativos, tiene derecho a un espacio similar para presentar su alegación (→). Esto no afecta nuestro derecho de contrastar la alegación con fuentes independientes.

181. La calumnia (acusación hecha a sabiendas de su falsedad) es un delito y es la falta profesional más grave que puede cometer un periodista. La difusión de una calumnia en nuestros servicios informativos exige dos medidas inmediatas: la sanción del responsable y la restitución del honor de la persona afectada.

182. Las personas procesadas o acusadas de un delito serán tratadas en los espacios informativos de Ecuador TV como inocentes hasta que no exista una sentencia judicial ejecutoriada en su contra.

183. La presunción de inocencia no sólo será respetada sino también protegida de posibles malentendidos. Ninguna persona será mostrada en contextos que pudieran dar a entender su complicidad con un comportamiento antisocial o su participación en un delito mientras no exista un veredicto de culpabilidad en su contra.

184. Aquellas ruedas de prensa de la Policía donde las personas detenidas son mostradas ante las cámaras posando junto a la evidencia confiscada, son un atentado contra el derecho a la presunción de inocencia. Tales exhibiciones transmiten el mensaje de que todos los detenidos son responsables por igual del delito que se les imputa. Sin embargo, eso es algo que sólo en un proceso judicial puede establecerse. Por tal motivo, la práctica policial aquí descrita es inconstitucional por naturaleza. En los servicios informativos de la televisión pública queda estrictamente prohibido transmitir ese tipo de imágenes salvo caso evidente de interés público.

185. Nuestros servicios informativos no presumen la culpabilidad de ninguna persona. Quedan desterradas expresiones como “presunto asaltante”, “presunto traficante”, “presunto asesino”, etc. Según el principio constitucional, lo que se presume es la inocencia, no la culpabilidad. En consecuencia, diremos “acusado” o “sospechoso” de asalto, de tráfico, de asesinato...
186. Nuestros servicios informativos se abstendrán de identificar a las víctimas, testigos o inculpados en causas criminales sin su consentimiento, sobre todo en relación a delitos sexuales, cualquiera sea su condición social y en especial cuando se trate de menores de edad. Asimismo, evitaremos identificar contra su voluntad a personas relacionadas, tales como parientes, amigos o vecinos de acusados o convictos de procedimientos penales.
187. **Los servicios informativos de Ecuador TV no anticiparán decisiones judiciales ni proyectarán sus deseos o los de un segmento de la audiencia en informaciones que conciernan a la culpabilidad o inocencia de personas.**
188. Cuando las primeras fases de un proceso judicial (una indagación fiscal, una orden de detención) han sido objeto de noticia, es obligación de nuestros servicios informativos hacer el seguimiento completo del proceso hasta su veredicto final (→).

DERECHOS DE LOS NIÑOS

189. La protección de los niños, niñas y adolescentes es uno de los principios de responsabilidad más importantes de la televisión pública. Debemos considerar cuidadosamente el impacto y las posibles consecuencias de cualquier material informativo que involucre a menores de edad en su condición de fuentes, colaboradores o protagonistas de la información. Eso implica evaluar los efectos a largo plazo que la difusión de informaciones puede ocasionar en la vida del menor involucrado.

- 190.** Todo menor de edad tiene derecho a la libertad de expresión. Incluiremos su punto de vista en toda información que los concierna, pero estaremos atentos para discernir cuando los niños exageran, mienten o actúan bajo presiones superiores a sus fuerzas o en circunstancias que no pueden controlar.
- 191.** Cuando entrevistemos a menores de edad sobre temas sensibles o que puedan impactarlos en forma negativa, es aconsejable contar con la presencia de un adulto conocido (familiar, amigo, profesor...) que pueda respaldarlo anímicamente.
- 192.** Nos aseguraremos de que la participación de menores de edad en nuestros servicios informativos no se convierta para ellos en fuente de ansiedad o estrés innecesarios, o signifique una presión emocional difícil de manejar. El bienestar de los menores se colocará siempre por delante de nuestros objetivos periodísticos.
- 193.** Debemos considerar la posibilidad de consultar a expertos que puedan asesorarnos sobre la mejor manera de aproximarnos a menores de edad en situaciones extremas, con el fin de evitarles daños y perjuicios. Esto incluye casos relacionados con actividades ilegales o delictivas, situaciones de abuso, consumo de drogas, crisis familiares, tragedias, desórdenes alimenticios, enfermedades, etc.

Protección

- 194.** El bienestar y la seguridad de los menores de edad es una prioridad máxima. Prevalecerá por encima de cualquier otro criterio editorial o cualquier otro principio de responsabilidad pública.
- 195.** Si en el curso de nuestro trabajo periodístico llegamos a sospechar, a tener indicios o a ser informados por terceros de que un menor de edad se encuentra en riesgo, el caso debe comunicarse con urgencia al Consejo Editorial para que éste tome inmediatas medidas de protección. Dependiendo de la circunstancia, el Consejo Editorial, en coordinación con la asesoría jurídica del canal, decidirá si procede comunicárselo a una persona adulta a cargo del cuidado del menor, a las

autoridades de los organismos públicos de cuidado de la infancia o incluso a la Policía. En cualquier caso, la protección del menor amenazado se convertirá en nuestra prioridad máxima, por encima de nuestros intereses periodísticos.

- 196.** La información que proporcionemos a los padres o tutores, a las autoridades o a la Policía con el fin de proteger a un menor de edad amenazado, no será utilizada para negociar coberturas exclusivas ni ventajas editoriales o de otro tipo; tampoco para ganar protagonismo informativo.
- 197.** Todo trabajo periodístico que llegue a poner en situación de riesgo a un menor de edad debe ser suspendido de inmediato.

Consentimiento

- 198.** Antes de entrevistar a un menor de edad, grabarlo en imágenes, tomarlo como informante o involucrarlo de cualquier manera en nuestro trabajo periodístico, es necesario contar con dos consentimientos que se solicitan por separado: en primer lugar, el propio consentimiento del menor, desde que tiene edad para darlo; en segundo lugar, el de sus padres, tutores o quienes ejerzan ese papel ante las leyes. La única excepción a esta regla son los sondeos a micrófono abierto (*vox pops*) sobre temas no controversiales de la vida cotidiana.
- 199.** Para obtener el consentimiento de un menor de edad, nuestros periodistas se asegurarán de que éste conozca y comprenda la naturaleza del programa y la de su propia participación en él. Igualmente, se preocuparán de hacerle entender las razonables consecuencias que dicha participación puede acarrearle (por ejemplo, si puede convertirle en objeto de burlas de sus compañeros).
- 200.** La negativa de consentimiento por parte del menor será respetada estrictamente, salvo cuando ponga en riesgo su seguridad.

- 201.** La negativa de consentimiento por parte de padres o tutores será respetada siempre y cuando no ponga en peligro la seguridad del menor ni atente contra su libertad de expresión. La decisión de proceder sin el consentimiento paterno debe estar editorialmente justificada por un interés público evidente y sólo puede ser tomada por el Consejo Editorial de Noticias en coordinación con el departamento jurídico del canal.
- 202.** Cuando tratamos con menores de edad, el consentimiento es menos importante que el principio de protección. Esto significa que el consentimiento, por sí sólo, no basta para justificar la aparición de un menor de edad en nuestros servicios informativos, sobre todo cuando su seguridad o su bienestar pueden hallarse en riesgo. Nuestro deber es proteger a los menores de edad aun por encima de las expectativas de sus propios padres o tutores.
- 203.** En ningún caso se ofrecerá compensaciones económicas o de otro tipo a los menores de edad o a sus padres a cambio de su consentimiento.
- 204.** Para filmar o entrevistar a menores de edad al interior de las escuelas, durante el horario de clases, es necesario contar con una autorización del rector del establecimiento.
- 205.** Todo propósito de revelar a terceros la información personal de un menor de edad sin su consentimiento expreso (por ejemplo, cuando tratemos de evitar un abuso o un daño) deberá ser estudiado por el Consejo Editorial en coordinación con el departamento jurídico del canal.

Anonimato

- 206.** Por regla general, se protegerá la identidad de todo menor involucrado en actos delictivos, conductas antisociales o comportamientos criminales. Esto implica no sólo ocultar el rostro y la voz, sino también evitar la publicación de cualquier indicio que pueda servir para identificarlo (mostrar su casa, por ejemplo). El anonimato de un menor de edad conlleva el de sus padres y familiares.

207. La misma protección de identidad se aplicará a los menores de edad que hubieran sido víctimas de violencia social o doméstica, abuso sexual, rapto o cualquier otro tipo de delito.
208. Se protegerá la identidad de los menores de edad cuyos padres o apoderados estuvieran involucrados en actos delictivos, conductas antisociales o comportamientos criminales. Esta regla es particularmente importante cuando los niños pueden estar en riesgo. Por ejemplo, cuando viven con un padre alcohólico o han sido forzados a cometer acciones ilegales.
209. En cualquiera de los casos anteriores, la decisión de identificar a un menor de edad debe ser analizada por el Consejo Editorial de Noticias y sólo puede justificarse si la propia seguridad del menor depende de ello.

DELITO Y CRIMEN

210. Cuando los servicios informativos de la televisión pública reportan sobre casos de delitos, crímenes o comportamientos antisociales, su objetivo es entregar a la audiencia los hechos en su contexto y en su correcta dimensión. No es misión de la televisión pública alertar a las personas, inquietarlas, incrementar sus miedos o ponerlas a la defensiva frente a la posibilidad (desmentida por las estadísticas) de que se conviertan ellas en las próximas víctimas del hampa. Toda información sobre delitos, crímenes y comportamientos antisociales debe estar editorialmente justificada y sólo podrá ser emitida tras considerarse todos los posibles impactos que pueda tener sobre la audiencia y sobre las personas involucradas, especialmente las víctimas.
211. **Toda información que pretenda cuantificar el fenómeno delictivo debe estar fundamentada en estadísticas claras y confiables. No se puede afirmar a la ligera que “la delincuencia se incrementó” o “recrudesció” si no se cuenta con cifras que respalden tal afirmación (→).**

- 212.** No se utilizarán expresiones hiperbólicas de ningún tipo cuando se quiera describir el impacto de la delincuencia en la sociedad. Quedan estrictamente prohibidas muletillas como “la ciudad está tomada por la delincuencia”, “la población está aterrorizada por el hampa”, etc. Lo único que se consigue con tales expresiones es incrementar la paranoia, la crispación y la conflictividad social. Por añadidura, son estadísticamente falsas o, en el mejor de los casos, indemostrables.
- 213.** Los temas relacionados con la delincuencia, el crimen y las actividades antisociales serán tratados con un lenguaje no beligerante y neutro. Los servicios informativos de la televisión pública no incrementarán los temores, la crispación y la conflictividad social que genera la delincuencia. Se excluirán las expresiones que aportan cargas emocionales y juicios de valor para referirse a cualquier tipo de personas. En lugar de “truhanes”, “malandrines”, “pillos”, “facinerosos”, “sinvergüenzas”, etc., se dirá, simplemente, “delincuentes” o “sospechosos”. También se evitará calificar a una persona como “antisocial”. Por lo general este calificativo se reserva para las conductas, no para las personas.
- 214.** Los servicios informativos de la televisión pública no interferirán jamás, directa o indirectamente, en los procesos judiciales. No ejercerán ningún tipo de presión sobre los jueces ni dirigirán a la opinión pública de manera que pudiera condicionar las decisiones de los tribunales. Esto incluye la prohibición de anticipar las decisiones judiciales (→).
- 215.** Nuestros servicios informativos no divulgarán secretos judiciales salvo en casos de evidente interés público.
- 216.** Los servicios informativos de la televisión pública no proyectarán sus deseos ni los de un segmento de la audiencia en informaciones relacionadas con procesos judiciales.
- 217.** Los servicios informativos de la televisión pública se asegurarán de no incluir ningún tipo de material que pueda incitar a las personas a la comisión de un delito o alentar su participación en desórdenes sociales.

- 218.** Los servicios informativos de la televisión pública se asegurarán de no hacer descripciones o demostraciones detalladas sobre técnicas delictivas que pudieran capacitar a las personas para la comisión de actos ilegales. Por ejemplo, describir cómo se hace una bomba, o de qué manera se monta una empresa fantasma para la captación ilegal de dinero por Internet.
- 219.** Los noticieros de la televisión pública serán especialmente prudentes con las informaciones referentes a suicidios. La psicología ha demostrado que estas noticias incitan a quitarse la vida a aquellas personas que tienen inclinaciones suicidas y que pueden sentir, en ese momento, un estímulo de imitación. Por lo tanto, los suicidios serán noticia solamente cuando se trate de personas de relevancia o supongan un hecho de interés público general. En tales casos se debe evitar la descripción detallada de los métodos, así como cualquier presunción sobre los motivos.
- 220.** Las falsas amenazas de bomba jamás serán recogidas como noticia, salvo cuando acarreen graves consecuencias de interés general. Esto tiene una explicación muy simple: sea cual fuere el objetivo que se persigue con una falsa amenaza de bomba (sembrar el miedo, ejercer una venganza, jugar una broma pesada...), está claro que la publicación de la noticia no hace sino favorecerlo y, por tanto, contribuye a extender este tipo de conductas.
- 221.** Queda prohibido cualquier tipo de material que condescienda con la violencia o, peor aún, la convierta en objeto de glamour.
- 222.** Solamente el consejo editorial del departamento de Noticias, en coordinación con la asesoría jurídica del canal, podrá tomar decisiones sobre los siguientes aspectos:
- Contactar o entrevistar a delincuentes activos, prófugos o personas buscadas por la policía ecuatoriana.
 - Garantizar el anonimato de cualquier persona que evada la ley ecuatoriana.
 - Entrar a centros de reclusión con el fin de entrevistar a personas detenidas sin el consentimiento de las autoridades carcelarias.
 - Empezar investigaciones periodísticas sobre actividades criminales.

223. La televisión pública no paga, ni ofrece pagar, ni realiza pagos en especie, directa o indirectamente, a delincuentes, ex delincuentes, víctimas o testigos de un crimen, así como a sus familiares, a cambio de información o testimonios.

Entrevistas

224. En los casos en que tengamos que entrevistar a delincuentes activos o convictos es necesario tomar en cuenta lo siguiente:

- La televisión pública nunca puede mostrarse condescendiente con las conductas ilegales ni convertirlas en objeto de glamour.
- Nos aseguraremos de no revelar detalles sobre comportamientos delictivos que puedan ser copiados o imitados.
- Evitaremos que los asuntos tocados en la entrevista o la manera de abordar esos asuntos pueda interferir de cualquier manera con el desarrollo de procesos judiciales.

225. En los casos en que tengamos que entrevistar a testigos o potenciales testigos de actividades ilegales debemos ser escrupulosos con el fin de evitar que los asuntos tocados en la entrevista o la manera de abordar esos asuntos pueda interferir de cualquier manera con el desarrollo de procesos judiciales. Por regla general, los testigos no serán entrevistados sobre el contenido de sus evidencias mientras los procesos judiciales se encuentren en marcha y hasta que la sentencia no sea dictada.

226. Las entrevistas con delincuentes activos o convictos, así como con testigos de actividades ilegales, deben ser archivadas en su totalidad, incluyendo pausas, interrupciones, repetición de preguntas, etc., ya que estas, eventualmente, pueden servir como pruebas para los tribunales de justicia, teniendo en cuenta de ese modo el interés de la vindicta pública.

Investigaciones

- 227.** La investigación periodística es una manera legítima y valiosa de poner al descubierto asuntos de interés público significativo. Cuando se trate de emprender investigaciones sobre actividades criminales, delictivas o antisociales es necesaria una clara justificación editorial. Esta decisión sólo puede ser tomada por el Consejo Editorial del Departamento de Noticias, al que le corresponderá solicitar el apoyo técnico de la asesoría jurídica del canal.
- 228.** La decisión de emprender una investigación periodística sobre actividades delictivas y la de hacer públicos sus resultados deben ser tomadas por separado. Ninguna investigación se hará pública si no ha logrado acumular evidencias suficientes sobre la materia de que trata.
- 229.** En cada ocasión en que se recurra a trabajo periodístico encubierto o a grabaciones secretas, será necesaria una autorización específica por parte del consejo editorial. La decisión de usar esos recursos y la de hacer pública la información con ellos obtenida deben ser tomadas por separado (→).
- 230.** A los miembros del equipo de investigación periodística les corresponderá evaluar a sus fuentes de forma constante y cuidadosa. Los testimonios o informaciones relacionadas con delitos, crímenes o actividades antisociales sólo serán considerados como parte de la investigación cuando los periodistas no tengan dudas sobre la motivación de las fuentes.
- 231.** Durante el proceso de investigación de casos relacionados con delitos, crímenes o actividades antisociales puede ocurrir, en raras ocasiones, que algún miembro de nuestro equipo periodístico encuentre la posibilidad de grabar o presenciar actividades ilegales específicas. Esto podría generar dudas en la audiencia con respecto a nuestra relación con los delincuentes. Sólo al consejo editorial le compete decidir sobre la pertinencia de tales procedimientos. La aprobación para grabar o

presenciar actividades ilegales específicas debe ser tomada en función de un claro interés público. Aun en dicho caso, es necesario evitar lo siguiente:

- Establecer una relación de colaboración o complicidad con cualquier clase de comportamiento delictivo o actividad ilegal.
- Alentar o provocar comportamientos delictivos o actividades ilegales que no se producirían en nuestra ausencia.
- Tener cualquier grado de participación en comportamientos delictivos o actividades ilegales.

232. Todas las notas, imágenes y cualquier tipo de evidencias escritas o grabadas que recabemos en el transcurso de nuestra investigación pueden ser puestas a disposición de la Policía mediante una orden judicial. No debemos descartar que dicho material pueda también servir como evidencia en los tribunales. Por esa razón, todo el material recabado, incluido aquél que se desecha en la mesa de edición, debe ser cuidadosamente archivado, lo mismo que los cuadernos de notas de los reporteros y la documentación de cualquier tipo.

Protección de inocentes

233. En las informaciones sobre delitos, crímenes y comportamientos antisociales, es necesario balancear el derecho del público a la información con la privacidad y la dignidad de las víctimas y demás personas inocentes.

234. Se protegerá la identidad de las víctimas y los testigos de un delito salvo razones de evidente interés público o por causas editoriales justificadas; por ejemplo, si el objeto de la noticia fuera una denuncia presentada por la víctima. Proteger la identidad significa garantizar el anonimato tanto de las víctimas y testigos como de sus familiares, mantener en reserva su dirección, omitir su imagen y evitar la emisión de cualquier pista que permita identificarlos.

- 235.** Se protegerá la identidad de todo menor de edad que haya sido víctima o testigo de un delito, o que estuviera involucrado en él de cualquier modo (→).
- 236.** Cuando nos refiramos a hechos delictivos ocurridos en el pasado, puede ocurrir que alguna de las personas involucradas (delincuentes, sospechosos, testigos o víctimas) decidiera cambiar su dirección o su identidad con el fin de recomenzar su vida. Respetaremos esas decisiones salvo razones de evidente interés público.
- 237.** La difusión de informaciones sobre crímenes, delitos y conductas antisociales puede resultar perturbadora para las víctimas y sus familiares. Por tanto, con el fin de minimizar cualquier impacto emocional negativo por causa de nuestro trabajo periodístico, les comunicaremos con anticipación sobre nuestros propósitos y planes editoriales.
- 238.** Es necesario también considerar a los familiares de los delincuentes y sus derechos. Cuando reportamos sobre hechos delictivos con el propósito de comprender su contexto, puede ser necesario indagar en las circunstancias familiares del delincuente. En tal caso, evitaremos perturbar a los parientes, violar su derecho a la privacidad y afectar su reputación. Antes de la transmisión, debemos considerar cuidadosamente los efectos que tendrán nuestros contenidos informativos en el entorno social de los familiares de los delincuentes.
- 239.** Cuando una persona está claramente involucrada en actividades delictivas, el procedimiento normal será revelar su identidad sin perjuicio de su derecho a la presunción de inocencia (→). Sin embargo, hay circunstancias en las que será necesario mantener la identidad en reserva:
- Cuando existen razones legales que lo imponen. Por ejemplo, la posibilidad de un juicio por difamación en contra del Canal.
 - Cuando hemos garantizado el anonimato de la persona en cuestión. Esta puede no ser la más feliz de las circunstancias pero así de seria es la obligación de respetar el anonimato una vez que lo hemos concedido (→).

- Cuando la identificación puede llevar a la audiencia a la conclusión, razonable pero errónea, de que la responsabilidad penal de la persona en cuestión es mayor de la que se puede demostrar.
 - Cuando la evidencia documental inculpa a un grupo de personas pero no a individuos específicos dentro de ese grupo.
 - Cuando la identificación puede involucrar a personas inocentes.
- 240.** Evitaremos todo tipo de suspicacia con delincuentes que sean excarcelados después de haber cumplido su sentencia. La identidad y el paradero de dichas personas sólo se podrán revelar cuando existan indicios claros y demostrables de su disposición a reincidir en el delito.
- 241.** Los servicios informativos de la televisión pública no revelarán las fechas de excarcelación de delincuentes que han cumplido su sentencia.

OFENSA Y DAÑO

- 242.** Los espacios informativos de la televisión pública aspiran a reflejar el mundo tal como es. Eso incluye ciertos aspectos de la experiencia humana que pueden resultar ofensivos o perturbadores para algunas personas. Debemos ser cuidadosos con las emociones y los miedos de la audiencia cuando reportemos sobre hechos que involucren riesgo, sufrimiento o muerte; respetuosos con sus creencias cuando abordemos temas controversiales sobre moral y costumbres; atentos a sus expectativas en relación con la protección de los niños y las personas vulnerables.
- 243.** Sin perjuicio de lo señalado en el párrafo anterior, la televisión pública se reserva el derecho de tratar temas perturbadores, confrontar a la audiencia con sus temores o debatir, en provecho público, asuntos relacionados con la moral y las costumbres socialmente aceptadas. Es obligación de los noticieros ofrecer al

espectador adulto un amplio rango de información sobre temas controversiales de interés público, a fin de facilitar su libre toma de posición al respecto.

244. Cuando trabajemos con contenidos que puedan herir la sensibilidad de la audiencia o de un segmento de ella, es preciso que seamos capaces de demostrar un claro propósito editorial. En todos los casos se deberán observar los siguientes principios:

- La televisión pública no transmite, a ninguna hora del día o de la noche, ningún tipo de material que pueda ocasionar daños graves en el desarrollo mental, moral o físico de los niños.
- La televisión pública respeta estrictamente los horarios de protección al menor. Todos los espacios informativos anteriores al umbral de las 21h00 deben ser cuidadosamente editados en función de proteger a la audiencia infantil.
- Los espacios informativos de la televisión pública etiquetarán mediante generador de caracteres todo material que pueda herir la sensibilidad de un segmento de la audiencia, y advertirán con anticipación, en forma oral, sobre la naturaleza de su contenido.
- No existe una ciencia exacta para juzgar la conveniencia de los contenidos frente a las audiencias. Ésta depende de las propias expectativas del público y de la naturaleza del servicio informativo. Es necesario considerar la probable composición de la audiencia, incluyendo niños, en función de los calendarios y horarios escolares.

Horario de protección al menor

245. Todo servicio informativo anterior al umbral de las 21h00 se etiquetará como apto para menores en compañía de un adulto. Aunque nuestros contenidos no se dirigen específicamente a los menores de edad, es un hecho cierto que ellos también son parte de nuestra audiencia. Por tanto, no podemos desentendernos de las obligaciones que esa presencia nos impone.

246. Los niños pueden ser negativamente influenciados por lo que ven, escuchan o leen. Los servicios informativos de la televisión pública se asegurarán de que ningún comportamiento peligroso que sea fácilmente imitable se transmita antes del umbral de las 21h00. Se pondrá especial cuidado cuando dichos comportamientos peligrosos se relacionen con el manejo de objetos o herramientas domésticas (martillos, cuchillos, tijeras...).
247. **Los noticieros de la televisión pública se asegurarán de no transmitir hechos de violencia gratuita (→), sea física o verbal, antes del umbral de las 21h00.**
248. La desnudez antes del umbral de las 21h00 debe estar justificada por el contexto.
249. Toda exploración de temas sexuales debe ser editorialmente justificada en función de su interés público y tratada con respeto hacia la sensibilidad de las audiencias.
250. Imágenes que recojan cualquier tipo de trato sexual sólo podrán ser mostradas con un claro propósito educativo.
251. Imágenes que muestren tratos sexuales entre niños y adultos son ilegales y están estrictamente prohibidas.

Violencia, sufrimiento y muerte

252. Nuestra audiencia, especialmente los niños, puede verse perturbada por el retrato de la violencia, el sufrimiento y la muerte. Por lo tanto, todo contenido de esa naturaleza será claramente etiquetado. Es necesario establecer un balance entre las demandas de información de la audiencia y los peligros de causarle impactos innecesarios.

- 253.** La violencia gratuita no tiene cabida en nuestros servicios informativos en ningún horario. Por violencia gratuita entendemos aquella que no está contextualizada, o cuya transmisión no entraña beneficio público alguno. Al reportar un hecho violento trataremos de mostrar no sólo el hecho en sí, sino sus efectos sobre las víctimas y sus consecuencias sobre el perpetrador.
- 254.** Las imágenes que retraten hechos de violencia, sufrimiento o muerte de personas serán editadas con el fin de disminuir su impacto negativo sobre la audiencia. En este punto es necesario plantearse algunas preguntas. En primer lugar: ¿hasta dónde es preciso mostrar?, es decir, ¿a partir de qué momento la violencia mostrada será excesiva o innecesaria? De otro lado: ¿cómo evitar que la edición reste contenido informativo a la noticia? Por regla general, bastará con mostrar lo suficiente para que el espectador entienda la naturaleza del hecho, sin necesidad de ver todos sus detalles. En el caso de un accidente de tránsito, por ejemplo, la imagen de los automóviles tras la colisión nos relevará de exhibir a las víctimas.
- 255.** El impacto negativo de la violencia puede incrementarse por una serie de factores sobre los que también es necesario reflexionar en cada caso. Por ejemplo, el efecto de la violencia aumenta si ésta ocurre en lugares normalmente considerados seguros, tales como escuelas, hospitales u hogares. O si entre sus víctimas se cuentan niños, ancianos o mujeres. O si incluye sadismo, tortura o muerte.
- 256.** Algunos efectos de posproducción, tales como velos u otras técnicas para esconder segmentos de la imagen, pueden utilizarse para disminuir el impacto negativo de las escenas violentas. En ningún caso se usará efectos de posproducción para incrementarlas. La música y los efectos de sonido quedan estrictamente prohibidos en los noticieros de la televisión pública (→).
- 257.** Muchas personas, especialmente los niños, pueden sentirse perturbados por imágenes o escenas que muestren violencia cometida por seres humanos en contra de animales. Sin embargo, seremos tolerantes con ciertos usos culturales difundidos en el país (el toreo, por ejemplo, o algunas ceremonias indígenas), siempre que sean debidamente contextualizados y sin que eso implique renunciar al derecho de cuestionarlos o debatirlos

Expresiones malsonantes

- 258.** El lenguaje ofensivo es una de las causas más frecuentes de queja por parte de las audiencias. La conveniencia o no de las palabras es un asunto difícil de juzgar, pues depende del tono y del contexto. No hay consensos con respecto a lo que es o no aceptable, cuándo o en boca de quién. Entre otros factores, el nivel de ofensa que puedan causar las palabras depende de la educación, el sexo, la edad, las creencias, la nacionalidad y la cultura de las audiencias.
- 259.** El lenguaje más ofensivo es aquel que incluye los siguientes tipos de expresiones:
- Palabras de connotación sexual.
 - Términos de abuso racista.
 - Términos de abuso sexual o sexista.
 - Palabras peyorativas con respecto a enfermedades o particularidades físicas.
 - Palabras peyorativas con respecto a nombres considerados sagrados o al vocabulario religioso en general, especialmente si se pronuncian en combinación con otros tipos de lenguaje ofensivo.
- 260.** Las expresiones que caigan en alguna de las categorías anteriores están prohibidas en los espacios informativos anteriores al umbral de las 21h00.
- 261.** En los espacios informativos que se transmiten después del umbral de las 21h00, podrán ser incluidas únicamente cuando se trate de citas textuales pronunciadas por alguno de los actores de la noticia y, aun así, sólo en el caso de que hayan sido pronunciadas por una persona relevante, que hayan sido dichas en público y que no sean gratuitas. Es decir, exclusivamente cuando añaden información. El que una palabrota sea pronunciada durante una rueda de prensa o una entrevista grabada, no justifica su inclusión en el noticiero.

262. Si, de acuerdo con lo anterior, es necesario reproducir una palabra o frase malsonante, se lo hará con todas sus letras, es decir: tiene que escucharse. Los espacios informativos de Ecuador TV no utilizarán aquel mojigato recurso del pitido para cubrir una palabra o palabras de una frase.

Racismo

263. Aquellos dichos o frases comunes que implican un trato peyorativo sobre la base de diferencias étnicas, reflejan un triste capítulo de la historia de la humanidad que la televisión pública se esfuerza por dejar en el pasado. Conviene huir de ese tipo de expresiones (“merienda de negros”, por ejemplo) aun cuando se pronuncien sin intención de causar ofensa.

264. El origen étnico de las personas no debe citarse en las informaciones a menos que ello constituya un elemento fundamental de la noticia. Especialmente cuando se trate de informaciones relacionadas con crímenes o delitos. Es común escuchar en los noticieros frases como “dos personas de raza negra asaltaron un autobús”. El sesgo racista de esa fórmula queda evidenciado en el hecho de que no se aplica por igual para todos los casos. Nunca, por ejemplo, se escucha que “dos rubios de ojos azules” fueran detenidos por narcotráfico.

265. Algunas palabras utilizadas para denominar a ciertos grupos humanos implican también, a menudo, un trato peyorativo hacia ellos. La palabra “sudaca”, por ejemplo, empleada en el habla cotidiana de los españoles para designar a los emigrantes de origen latinoamericano, puede resultarnos ofensiva. Entre nosotros existen expresiones equivalentes de las que conviene huir. Los periodistas de la televisión pública no emplearán, sin justificación editorial, palabras como “yanqui” o “gringo”. En su lugar dirán “estadounidense” o “anglosajón”, según fuera del caso.

Sexismo

- 266.** Todo periodista de la televisión pública –hombre o mujer– prestará mucha atención a las palabras e imágenes con que compone sus notas, a fin de despejar a la información de cualquier tipo de prejuicio sexista. El sesgo sexista puede originarse en el propio enfoque de la información (por ejemplo, cuando se omiten los efectos que determinado hecho puede acarrear sobre la mitad femenina de la población) o provenir de la reproducción de estereotipos, muchas veces inconscientes, o del uso discriminatorio del lenguaje. En todo momento seremos extremadamente cuidadosos para no contribuir a la vigencia de fórmulas injustas de nuestra sociedad.
- 267. El protagonismo masculino.** Un personaje o grupo de personajes masculinos que originan una información en compañía de otros personajes femeninos, no han de acaparar el protagonismo gramatical de la noticia. Ejemplos: “los huaorani marcharon hacia la capital en compañía de sus mujeres”, o “Brad Pitt salió del hotel acompañado de Angelina Jolie”. ¿Por qué no decirlo al revés?
- 268. La población femenina.** En los reportajes sobre pueblos, etnias, países o comunidades no se debe olvidar el papel que la mujer cumpla en esas sociedades. Ninguna información será completa si excluimos de ella a la mitad de la población. Del mismo modo, incluiremos la visión de las mujeres cuando reportemos sobre hechos que acarrear efectos específicos sobre la población femenina, como la emigración, por ejemplo, la deserción escolar o los problemas de acceso a los servicios de salud.
- 269. Los estereotipos.** Cuando un periodista de la televisión pública tenga necesidad de acudir a un ejemplo, debe evitar los estereotipos de reparto de tareas entre hombres y mujeres. La mujer no debe ser representada siempre como ama de casa, esposa o madre. Lo mismo se aplica para el uso de imágenes de archivo con el fin de ilustrar contenidos informativos. Se ha de evitar la representación de los papeles tradicionales en los menores de edad (los niños juegan a los vaqueros, las niñas a las muñecas) en los roles domésticos (el marido lee el diario en el sofá, la esposa prepara la cena) y en las actividades profesionales (el hombre gerencia la empresa,

la mujer le sirve como secretaria). Del mismo modo, las imágenes sobre playas, vacaciones o turismo, no necesariamente tienen que centrarse en mujeres en bikini.

Aun más condenable es la reproducción de estereotipos sexistas en la propia puesta en escena de los noticieros: los periodistas hombres (y las mujeres maduras) visten conservadoramente y se sitúan tras una mesa, mientras las mujeres jóvenes visten minifalda y gran escote, y se sientan sobre una silla alta.

Las asimetrías. Siempre que un periodista se disponga a utilizar alguna palabra especial para una mujer, debe preguntarse si la emplearía igualmente para un hombre. De no ser así, conviene huir de ese término. Por lo general, las asimetrías de género esconden un sesgo sexista. Ocurre, por ejemplo, con la palabra “señorita”, que no tiene equivalente masculino. O el término “mujer” para designar “esposa” (se dice “el señor X y su mujer” pero no “la señora X y su hombre”). O la expresión “mujer pública” para referirse a aquella que vive de la prostitución y que, aplicada al género masculino (“hombre público”), tiene un significado totalmente diferente. Por la misma razón, evitaremos aquella vieja costumbre periodística de colocar un artículo delante del apellido de mujeres relevantes, sobre todo del espectáculo pero también de la política: “la Thatcher” pero no “el Bush”; “la Pantoja” pero no “el Serrat”. Por regla general, los servicios informativos de la televisión pública concederán idéntico tratamiento a hombres y mujeres. Esto implica citar a unos y otras solamente con su apellido cuando se trata de personalidades relevantes. Así, por ejemplo, para referirse a los jefes de Estado de Ecuador y Chile, se dirá “Correa y Bachelet”, pero no “Correa y la señora Bachelet” o cualquier otra fórmula asimétrica.

270. El masculino genérico. Este manual proscribire todo tipo de lenguaje excluyente y recomienda evitar aquél que podría parecerlo a un segmento de la audiencia. Pero compagina esos principios con su obligación de proteger el lenguaje y explotar todas sus posibilidades expresivas (→). Cuando sea posible evitaremos el uso del masculino como genérico singular. No hablaremos de “los derechos del hombre”, sino de “los derechos humanos” o “de las personas”. En lugar de “el hombre de la calle” o “el ciudadano de a pie”, diremos “la gente de la calle” o “la gente de a pie”. Pero cuando esas equivalencias sean impracticables, no tendremos reparo alguno en

echar mano del masculino genérico: “El hombre es el lobo del hombre”. También podemos recurrir, a veces, a palabras que engloben ambos sexos para evitar el masculino como genérico plural: “el profesorado” en lugar de “los profesores”; “el alumnado” en lugar de “los alumnos”; “el pueblo ecuatoriano” en lugar de “los ecuatorianos”; “la ciudadanía” en lugar de “los ciudadanos”. Igualmente, usaremos el masculino genérico con naturalidad cuando esas equivalencias no sean posibles, como ocurre con las palabras que se usan para identificar grupos de edad: “los niños”, “los jóvenes”, “los ancianos”. “Niñez” no designa al conjunto de niños y niñas, sino a la etapa de la vida durante la cual se es niño o niña. Lo mismo se aplica a “juventud” y “ancianidad”. Para designar a niños de ambos sexos, los periodistas de la televisión pública preferirán decir “los niños”, que no encierra contenido sexista alguno, a “los niños y las niñas”, salvo cuando al hacerlo se reste información. La fórmula “los niños y las niñas” (“los ciudadanos y las ciudadanas”, “todos y todas”...), suele acarrear problemas de concordancia y, por tanto, termina por restar claridad a los mensajes informativos. Nunca se dirá de ese modo cuando precisemos concordar adjetivos posteriores, por ejemplo “los niños y las niñas se sintieron contentos”, pues las reglas de la concordancia son implacables y no emplearlas conduce al plurisignificado. Lo correcto sería “los niños y las niñas se sintieron contentos y contentas”, lo cual nos lleva a una absurda e impracticable reingeniería lingüística que los servicios informativos de la televisión pública deben evitar a toda costa.

Religión y cultura

- 271.** Los servicios informativos de la televisión pública serán siempre respetuosos del elemental derecho humano a la libertad de conciencia, religión y pensamiento (→), así como del derecho de todas las personas a practicar su propia cultura. En consecuencia, se asegurarán en todo momento de que sus contenidos no denigren, ridiculicen o menosprecien las creencias o las costumbres de otros.
- 272.** La ignorancia no es excusa para cometer esta falta. Al contrario, es un agravante. Cuando un reportero, presentador de noticias o corresponsal de nuestros

servicios informativos tenga que informar sobre temas relacionados con una religión o una cultura que no le pertenece, se asegurará de aprender lo suficiente para que sus contenidos informativos sean pertinentes y respetuosos. En particular, la televisión pública no puede permitirse ningún tipo de desliz con respecto a las grandes religiones históricas del mundo (las distintas iglesias cristianas, el judaísmo, el islamismo, el hinduismo, el budismo, etc.) o las distintas tradiciones culturales del país (quichuas, shuaras, huaorani, etc.).

- 273.** Seremos respetuosos con las diferentes sensibilidades religiosas y culturales cuando debamos hacer referencia (visual o verbal) a nombres, símbolos, deidades, rituales o escrituras relacionadas con la fe (por ejemplo: la crucifixión, la Eucaristía, el Corán, el Sabbat, etc.). Nos aseguraremos siempre de que tales referencias sean pertinentes y estén editorialmente justificadas.
- 274.** Seremos respetuosos con las diferentes sensibilidades religiosas en lo relacionado con días considerados sagrados. Así, evitaremos causar ofensas innecesarias con la difusión de material que resultaría más aceptable en otras fechas.
- 275.** No permitiremos a nuestras fuentes, entrevistados o contribuidores irrespetar o denigrar las creencias religiosas o la cultura de otras personas.

6

CLARIDAD

Principios generales.	22
El valor de las imágenes.	22
Ayudas visuales.	10
El lenguaje de las fuentes.	11
Jergas, tecnicismo, lenguaje especializado.	14
Eufemismos.	15
Uso del lenguaje.	17
Sustantivos.	18
Verbos.	19
Nombres.	19

PRINCIPIOS GENERALES

- 276.** El propósito de los servicios informativos de la televisión pública es comunicar hechos e ideas a un público heterogéneo y disperso. Por tanto, nuestro estilo periodístico será claro, preciso, conciso, fluido, fácilmente comprensible para la mayoría, respetuoso de las normas del idioma y capaz de captar el interés y la atención del público.
- 277.** Los periodistas de la televisión pública están obligados a ser los primeros en entender a cabalidad los contenidos que transmiten.
- 278.** Todo contenido informativo debe construirse de tal forma que no sólo se entienda bien, sino que no pueda entenderse de otro modo. Especialmente es necesario prestar atención a las pequeñas trampas del lenguaje. A menudo la concisión, que es una virtud, acarrea el plurisignificado. Esto puede ocurrir sobre todo en los titulares y en los textos de las claquetas. Ejemplos: “El Presidente pide respeto a la prensa” (¿pide que se respete a la prensa o pide que la prensa lo respete a él?); “El ministro alertó al subsecretario del problema” (¿puso al subsecretario en alerta sobre un problema o el subsecretario alertado es un problema?).
- 279.** Todo contenido informativo debe explicarse por sí mismo. Ha de estar concebido de manera que el espectador no necesite conocer o recordar los antecedentes para comprenderlo. Hay que considerar que no todas las personas vieron el noticiero del día anterior. Por tanto, cada noticia debe ser construida como unidad informativa, sin sobreentenderla ligada a otras, ni siquiera cuando se transmitan en un mismo noticiero.
- 280.** Nuestros contenidos informativos serán coherentes, es decir, no incurrirán en contradicciones y no dejarán cabos sueltos, ideas sin explicar o nociones inconclusas.
- 281.** Cada frase informativa y cada segmento de imagen editada deben entenderse con claridad en relación con las demás. La edición nunca fragmentará la realidad al

extremo de que los segmentos pierdan su propio sentido o adquieran uno nuevo. Esto último es particularmente importante en el caso de las declaraciones o entrevistas: cuando una persona es requerida por nuestros servicios informativos para rendir un testimonio, proporcionar una información o expresar un punto de vista en el contexto de una información más amplia, es obligación del periodista velar para que las intenciones del declarante se respeten en la mesa de edición. No basta con que las declaraciones se comprendan en el contexto de la información, es necesario que tengan sentido por sí mismas. Por ello, sobre todo cuando se trate de una argumentación o un relato, la edición no debe omitir ninguna frase que aporte contenido a otra que sí se reproduce. Esto se llama sacar las palabras de su contexto y, aparte de un atentado a la claridad periodística, es una grave falta de abuso de poder (→).

EL VALOR DE LAS IMÁGENES

- 282.** La imagen es una parte esencial del contenido informativo y ha de tratarse como tal, es decir, con criterio periodístico. Camarógrafos y editores deben trabajar de manera coordinada con los reporteros con el fin de establecer objetivos editoriales comunes y dotar a sus contenidos de unidad de sentido.
- 283.** Las imágenes de una información deben ser capaces de contar una historia o transmitir una idea completa por sí solas, es decir, con independencia del texto de la noticia.
- 284.** *El trabajo de los camarógrafos y editores no se realizará sin la coordinación periodística del reportero, teniendo en cuenta que su trabajo no es exclusivamente técnico, sino, sobre todo, periodístico. Los camarógrafos deben estar al tanto de los temas que cubren y ser capaces de desentrañar el valor informativo de las imágenes.*

- 285.** Los contenidos visuales resultantes de un proceso de edición son responsabilidad del reportero o corresponsal a cargo de la información y del editor(→). En la edición se evitarán los collages de imágenes inconexas y se cuidará de que ningún segmento de imágenes deje la sensación de que un aspecto de la noticia quedó sin ser explicado. Realizaremos la edición de noticias solamente con cortes. En reportajes o informes especiales excepcionalmente utilizaremos fundidos. Esto tiene el propósito de tratar de transmitir los hechos con la mayor veracidad posible, sin que los efectos de edición, música u otros induzcan a una comprensión diferente de los acontecimientos.
- 286.** Las imágenes no solamente transmiten informaciones. Tienen, además, un valor simbólico del que reporteros, camarógrafos y editores no pueden desentenderse. De manera especial, los camarógrafos deben ser sensibles a este trasfondo simbólico, con el fin de extraer de la realidad una visión diferente que también contribuya a explicarla.
- 287.** Las imágenes de archivo se identificarán como tales durante todo el tiempo que dure su transmisión. Cuando se trate de presentar los antecedentes o el contexto histórico de una noticia se incluirá la fecha de la grabación, el lugar donde fue realizada y cualquier otro dato que sirva para situar los hechos (→).
- 288.** Las imágenes proporcionadas por terceros deben identificarse como tales durante todo el tiempo que dure su transmisión.
- 289.** Seremos reticentes a confiar en filmaciones proporcionadas por terceros cuya edición deje cabos sueltos o no permita descifrar el contexto de lo que se muestra. No se pasará ninguna imagen que previamente no haya sido revisada y autenticada por el productor del noticiero y/o el Director de Noticias

AYUDAS VISUALES

- 290.** Por ayudas visuales entendemos en este manual todos aquellos recursos adicionales a la imagen filmada que utilizamos para añadir información. Esto incluye cuadros y gráficos (estadísticas, mapas, planos), simulaciones digitales y todo tipo de contenido escrito.
- 291.** Recurriremos a ayudas visuales únicamente cuando éstas sean la mejor manera de exponer la información que queremos trasladar a la audiencia. Las ayudas visuales no son un relleno, no están ahí para suplir la falta de imágenes o para cuando no hay con qué ocupar el tiempo de pantalla. Se las usa exclusivamente cuando añaden información y permiten ofrecerle al público una información de calidad, sobre todo cuando se trata de temas complejos o de difícil comprensión.
- 292.** La responsabilidad por el contenido de las ayudas visuales no debe ser delegada a los técnicos o a los operadores: debe ser asumida por los periodistas a cargo de la información.
- 293.** La claridad debe ser la principal característica de las ayudas visuales. Los cuadros y gráficos deben entenderse a primera vista y tienen que explicarse por sí solos. Aun así, irán siempre acompañados de su respectiva explicación oral por parte del periodista. La idea es que el espectador no necesite escuchar la noticia para comprender el gráfico, ni mirar el gráfico para comprender la noticia.
- 294.** Los cuadros estadísticos y demás ayudas visuales que trasladan información numérica deben ser matemáticamente exactos y metodológicamente correctos. En un cuadro de barras, por ejemplo, el tamaño de cada columna debe ser adecuado a la cifra correspondiente. Las proporciones se verificarán antes de la transmisión.
- 295.** No recurriremos a simulaciones digitales que supongan una interpretación de los hechos o que puedan dar lugar a interpretaciones erróneas por parte de la audiencia (→).
- 296.** Cuando se trate de imágenes obtenidas a través de proveedores externos (agencias internacionales, por ejemplo), que tienen sus propios titulares, subtítulos o símbolos, evitaremos a toda costa sobreimprimir los nuestros. A menudo eso

implicará cambiar de posición nuestro logotipo o desaparecerlo por unos momentos. Cualquier cosa es mejor que el efecto producido por un contenido visual que cubre a otro. La sobreimpresión de contenidos causa un ruido visual que resta claridad a los contenidos informativos. Se evitará que logotipos, símbolos u otros elementos, tapen, borren o limiten nuestra identidad institucional.

Textos

- 297.** Todos los textos escritos en pantalla observarán estrictamente las reglas gramaticales, ortográficas y de sintaxis, y se acogerán a las normas contenidas en este manual sobre el uso del lenguaje (→). Las palabras se acentuarán según las normas ortográficas, incluso aquellas escritas en mayúsculas. Las comillas sólo se utilizarán para las citas textuales o para destacar un alias, un apodo, un neologismo o una palabra procedente de otro idioma.
- 298.** Los titulares que se colocan en las claquetas de introducción a una noticia o un tema cualquiera deben ser claros y fieles a la información a la que preceden. No pueden dar lugar a dobles interpretaciones ni despertar en la audiencia falsas expectativas sobre los contenidos. En los titulares se evitará, por lo general, el uso de adjetivos así como de cualquier expresión que suponga una interpretación de los hechos, incluido el lenguaje del sensacionalismo.
- 299.** Los textos escritos por generador de caracteres en la parte inferior de la pantalla con el objeto de aclarar, resumir o contextualizar una información, serán igualmente claros y fieles a los hechos. Estos textos deben tener unidad de sentido. Para ello, sólo se escribirán oraciones completas, esto es, con sujeto, verbo y predicado, y sin omitir ninguno de los artículos. En lugar de “Alcalde critica fundaciones” se escribirá “El alcalde critica a las fundaciones”. No incluirán abreviaturas (éstas se destinan exclusivamente a los cuadros y gráficos), siglas (salvo que sean sobradamente conocidas, como ONU, OEA, FARC, etc.) ni iniciales, excepto las de uso generalizado (George W. Bush).
- 300.** Toda transcripción de un documento, una declaración o una lista y, en general, cualquier texto escrito en la pantalla por generador de caracteres con el fin de servir de apoyo a la información, se leerá íntegra y pausadamente durante su tiempo de exposición en pantalla. Esta lectura no libera al periodista de su obligación de explicar esos textos, sobre todo cuando se trata de documentos (jurídicos, por ejemplo) escritos en jergas profesionales ajenas al lenguaje periodístico (→).

301. Utilizaremos subtítulos cinematográficos cuando necesitemos traducir una declaración o cuando el audio original de una grabación sea defectuoso o poco claro. En esos casos, transcribiremos fielmente las palabras del declarante pero sin reproducir sus eventuales defectos de dicción o de construcción idiomática. Sólo cabe hacerlo en circunstancias muy excepcionales, más que nada como nota de color, pero siempre que no se ponga en ridículo a esa persona.

EL LENGUAJE DE LAS FUENTES

302. Los periodistas de la televisión pública han de expresarse con el estilo de los periodistas, no con el de los políticos, los economistas, los abogados o los policías. Nuestros servicios informativos no reproducirán el lenguaje de las fuentes a nombre de una supuesta objetividad que consiste en trasladarlo al pie de la letra. Seremos especialmente cuidadosos con los tecnicismos que proceden de fuentes especializadas y, sobre todo, con los eufemismos que utilizan algunos informantes con el fin de encubrir o disfrazar la realidad.

Jergas, tecnicismos, lenguaje especializado

303. La utilización de palabras eruditas no refleja los vastos conocimientos del periodista sino su incapacidad para explicarlas. Cuando los tecnicismos resulten ineludibles en un contenido informativo, habrán de ir acompañados de una aclaración sencilla en palabras accesibles para la mayoría.

304. Las informaciones sobre ciencia y tecnología se expresarán con el lenguaje de la divulgación.

- 305.** Evitaremos por sistema reproducir las jergas profesionales de las fuentes jurídicas y económicas. Cuando informemos sobre los procedimientos legales o los fenómenos de la población y el mercado lo haremos con un lenguaje accesible para la mayoría. Al entrevistar a especialistas de esas áreas, afinaremos nuestro cuestionario con el fin de obtener explicaciones comprensibles. No debemos descartar la posibilidad de contar con apoyos profesionales externos a los cuales recurrir para despejar nuestras dudas.
- 306.** Siempre que transcribamos textos jurídicos en la pantalla, éstos deben ser suficientemente explicados por el periodista. Se presentará la información de tal manera que no se necesite leer el documento para comprenderla. El objetivo de la transcripción es simplemente permitir que el espectador, si quiere, verifique por sí mismo lo que le dice el periodista, no contarle la noticia.
- 307.** Traduciremos la jerga que utiliza la Policía para referirse a las especialidades delictivas. No todo el mundo tiene por qué saber en qué consisten las actividades a las que se dedica un “lanza”, un “estruchante” o un “sacapintas”.
- 308.** Otro de los usos del lenguaje policial que conviene evitar a toda costa es aquel que consiste en identificar a ciertos delincuentes peligrosos exclusivamente por su alias. Éste puede proporcionarse como un dato más de la noticia, en la medida en que añade información, pero a la hora de identificar a la persona se recurrirá siempre a su nombre.

Eufemismos

- 309.** Los eufemismos afloran con naturalidad en el lenguaje del poder y se posicionan como expresiones de prestigio a través de los medios de comunicación. Son enemigos de la claridad periodística por naturaleza, pues no sólo encubren o disfrazan la realidad para ajustarla a intereses particulares sino que, por lo general, trasladan ideología. Los hay que pretenden justificar lo injustificable. Para evitarlos es necesaria una constante reflexión sobre el lenguaje.

310. Si el trabajo de los periodistas consiste en descubrir la realidad, el objetivo de los eufemismos es ocultarla o disfrazarla. Por tanto, no sólo evitaremos usarlos sino que procuraremos no pasárselos por alto a nuestras fuentes. Cuando una persona a la que entrevistamos utiliza un eufemismo, es nuestra obligación confrontarla con el fin de obtener mayor precisión en el lenguaje.

311. Una lista razonada de eufemismos no sólo debe contener la expresión eufemística y su traducción al lenguaje llano sino que, además, tiene que ensayar una interpretación semántica que ponga al descubierto la forma como cada eufemismo cumple su función de ocultamiento de la realidad. Es decir, si opera por redundancia, perífrasis, contradicción en los términos, etc. El problema con las listas de este tipo es que pierden vigencia con gran rapidez, pues los eufemismos se actualizan constantemente. Para los efectos de este manual, basta con interpretar aquellos con mayor difusión en los medios, clasificados según su campo de aplicación.

311.1. La guerra. En todas las lenguas, la información sobre conflictos armados ha asumido con naturalidad una gran cantidad de expresiones que encubren la realidad o, directamente, la tergiversan por vía de perífrasis:

- Con la frase “fuerzas de la coalición” aplicada al ejército de ocupación en Irak, se sugiere la existencia de un consenso mundial detrás de lo que fue, en realidad, una decisión unilateral de Estados Unidos.
- La expresión “incursiones aéreas” para designar a los “bombardeos” omite mencionar la parte más importante de la noticia: los aviones no incursionan y nada más, incursionan para bombardear.
- La expresión “contratistas civiles”, cuando se trata de personal armado, define sólo una parte de la realidad. Es más exacto decir “mercenarios”, palabra que supone tanto la naturaleza civil del contrato como sus objetivos militares.
- “Daños colaterales” es la manera más infame de referirse a las “víctimas civiles”, y no requiere explicación.

- En “limpieza étnica” se utiliza una palabra de connotaciones positivas para disminuir la monstruosidad de un crimen que tiene nombre propio: “genocidio”. En lugar de relacionarlo con la muerte, lo relaciona con la higiene.
- La expresión “bajas civiles” es, además de un eufemismo, una estupidez: son los militares quienes registran sus bajas; los civiles lloran a sus muertos. Por tanto, en lugar de “bajas civiles” se dirá “civiles muertos”.

311.2. El terrorismo. Por lo general, los eufemismos acuñados por los terroristas tienen como objetivo legitimar sus acciones equiparándolas a las del Estado.

- La expresión “acciones militares” aplicada al secuestro de personas, la matanza de civiles indefensos y el desplazamiento forzado de poblaciones, legitima los actos terroristas.
- La expresión “impuesto revolucionario” (también conocido como “vacuna”) legitima la extorsión y el chantaje.
- La expresión “ejecución de rehenes” legitima el asesinato impune. Los delincuentes no ejecutan, simplemente matan.
- La expresión “cárceles clandestinas” para designar los lugares de confinamiento de rehenes legitima el secuestro. Es más exacto decir “escondites” o “guaridas”.
- Tampoco cabe que calificuemos como “ejecución”, al asesinato de reos a quienes se les quita la vida, mediante penas capitales avaladas por sistemas judiciales en distintos países. EcuadorTV defiende la vida en su más amplio sentido.

311.3. La Policía. Los eufemismos relacionados con las actividades de las fuerzas del orden son probablemente los más difundidos y los más difíciles de extirpar, debido a la aceptación general de que gozan en los medios de comunicación.

- La expresión “servicios de inteligencia” encubre la verdadera naturaleza de lo que nombra. La inteligencia, se espera, no es una cualidad privativa de esos servicios policíacos entre los otros: se supone que también se la puede encontrar en la Policía de tránsito. Lo que distingue a los “servicios de

inteligencia” de los demás cuerpos policíacos es su ocultamiento del público. Por eso, en lugar de “servicios de inteligencia” se dirá “servicios secretos”. Y en lugar de “inteligencia” a secas, “espionaje” a secas.

- Decir que la Policía “tuvo que” actuar de tal o cual manera cuando se trata de acciones represivas equivale a justificarlas. En lugar de “la Policía tuvo que usar los carros antimotines” diremos, simplemente, que los usó.
- “Abatir” significa “derribar”, “echar por tierra”. Verbo apropiado para un árbol, no para una persona que ha muerto por mano ajena. Por eso, en lugar de “un policía abatió a un delincuente” diremos, directamente, que lo mató.
- La expresión “ejecución extrajudicial” pretende justificar el terrorismo de Estado. Se trata de una proposición de términos contradictorios. En efecto, la palabra “ejecución”, aplicable solamente en aquellos países donde rige la pena capital, supone un juicio y una sentencia que ejecutar. Por tanto, si es “extrajudicial”, no se trata de una ejecución sino de un asesinato.

311.4. La economía. Fuera de dudas es el sector de la información más pródigo en eufemismos. Muchas veces las fuentes aprovechan la poca pericia de los periodistas en esta materia para poner en circulación perífrasis con las cuales lograr que la realidad luzca menos terrible de lo que es, o para encubrir a los culpables de que así sea.

- Las fórmulas “comportamiento de la economía”, “comportamiento de los precios”, “comportamiento del mercado” (como si la economía, los precios o el mercado pudieran ser, como los niños de la escuela, bien o mal portados) se usan para trasladar responsabilidades humanas al terreno de las abstracciones, de modo que si el público se pregunta por los responsables de su situación deberá dirigirse a la economía en sí, no a quienes la manejan, y se engañará pensando que la economía se comporta sola y no a consecuencia de las decisiones que toman personas concretas.
- Hay eufemismos que son auténticos atentados contra la lógica. Es el caso de “crecimiento cero” y “crecimiento negativo”, fórmulas con las que se quiere edulcorar una realidad negativa mediante una palabra (crecimiento) de connotaciones positivas, sin importar que se incurra en un caso de

contradictio in terminis. En lugar de “crecimiento cero” y “crecimiento negativo”, los periodistas de la televisión pública dirán “estancamiento” y “decrecimiento”, que son precisamente las palabras que los inventores de esos eufemismos quisieron evitar.

- Otro tanto sucede con la palabra “desaceleración”. Se dice, por ejemplo, que “el crecimiento económico se desacelera”. El verbo “acelerar” implica incremento pero el prefijo “des” sugiere lo contrario. El sustituto lógico de “desaceleración” es “frenazo”, y así diremos en los servicios informativos de la televisión pública: “el crecimiento económico se frena”.
- Ante una subida de los precios o un incremento en las tarifas de los servicios, el lenguaje económico hablará de “reajustes”. Se trata de otra palabra engañosa que busca disfrazar con sus connotaciones positivas una realidad que es, en el fondo, negativa. “Reajuste” sugiere una medida indispensable para solucionar una situación de “desajuste”. En lugar de decir que el ministro “decidió reajustar los precios” diremos que “tomó medidas para subir los precios”.
- “Flexibilidad laboral” es otra expresión llena de connotaciones positivas para definir realidades negativas. “Flexible” es lo contrario de “rígido”. Significa elástico, moldeable, adaptable y por lo tanto ágil, dinámico, resistente. Capaz de encogerse y estirarse y salir indemne. Sin embargo, cuando los empresarios hablan de la flexibilidad que necesitan sus empresas aluden siempre a una cosa: su capacidad de reducir las plantillas laborales. La expresión “flexibilidad laboral” vuelve aceptable un sistema que facilita el despido de trabajadores y no fomenta necesariamente su contratación. Es una flexibilidad que se encoge pero no se estira. Por tanto, la expresión “Flexibilidad laboral” debe ser sustituida por “facilidades para el despido”.
- Los empresarios suelen ser reacios a pronunciar directamente la palabra “despidos”. En su lugar hablarán de “reingeniería”, pondrán en marcha un “plan de racionalización” o propondrán una “optimización de roles”. Por lo general, la noticia que se esconde tras todas estas construcciones verbales –y que nos ocuparemos de dejar clara– es que varias personas perderán sus trabajos.

311.5. La política y la administración. Los eufemismos de la política y la administración parecen científicamente diseñados para evitar la vergüenza que los políticos y los funcionarios sentirían si tan solo llamaran a las cosas por su nombre. Algunos ejemplos:

- Los políticos no suelen reconocer fácilmente las divisiones internas de su partido. Por lo general, evitan pronunciar la palabra “tendencias”. En su lugar hablan de “distintas sensibilidades” o de “discrepancias naturales”.
- Por las mismas razones, los políticos prefieren hablar de “confrontaciones” que de “enfrentamientos”.
- Los voceros de los gobiernos evitan pronunciar las palabras “crisis de gabinete” aunque los ministros hayan presentado sus renuncias en tropel. Prefieren hablar de “reestructuración de gabinete”.
- La expresión “fuerzas vivas” es uno de los eufemismos de la política que más estragos ha causado en el Ecuador. Por “fuerzas vivas” se entiende el conjunto de los grupos sociales representativos de un cantón o una provincia. Sin embargo sólo se aplica, en realidad, al conjunto de representantes de un reducido grupo de corporaciones. Ante un manifiesto emitido por las “fuerzas vivas” de tal o cual ciudad, un periodista advertido se cuidará de identificar a los firmantes por ese nombre y dejará claro que se trata de “grupos de presión”.
- En la administración pública se huye de la palabra “desigualdades” como de la peste. Se prefiere decir “desequilibrios”. Hay, por ejemplo, “desequilibrios regionales”, como si las regiones estuvieran a punto de caerse de la bicicleta. O tuvieran trastornos de la personalidad. Sin embargo, cuando se adoptan medidas para superar esas desigualdades no se habla de “medidas de reequilibrio”, sino de “medidas de compensación”. Como se ve, nada de esto se compadece con la claridad periodística.
- La expresión “prestaciones sociales” transmite la incómoda idea de un préstamo ahí donde lo que existe es una devolución o una redistribución.
- La rimbombante denominación de “escuelas unidocentes” confiere importancia administrativa y categoría de solución técnica a lo que no es sino una lastimosa expresión de la crisis educativa del país. En la televisión

pública evitaremos este eufemismo por más que el ministro de Educación de turno se empeñe en usarlo. En su lugar diremos “escuelas atendidas por un solo profesor”.

- Si pasamos de la educación a la vivienda encontramos un caso idéntico: “soluciones habitacionales”. La mayor parte de las veces este eufemismo podría traducirse por “casas fabricadas en serie”.

311.6. Lo políticamente correcto es una actitud orientada a lograr cierta igualdad en beneficio de las minorías (étnicas, políticas, sexuales, ideológicas, culturales...) por la vía de invertir el equilibrio de poder. Esta corriente surgió en los círculos de izquierda de Estados Unidos, en el contexto de la lucha de la minoría negra por sus derechos civiles, y tuvo como baluarte la sustitución del ofensivo término “nigger” por el más objetivo “black”. Con el tiempo, la creencia (infundada) de que cambiar el nombre de las cosas tiene efectos beneficiosos sobre la realidad, condujo a los abanderados de la corrección política por un sendero de disquisiciones terminológicas de naturaleza eufemística. Así, la palabra “black” resultó a su vez ofensiva y cedió el paso a “afroamerican”. En ese momento de su desarrollo (años 80), la corrección política fue asimilada por el discurso neoconservador y se convirtió en una fórmula reaccionaria para ocultar la realidad, suavizar sus aspectos más desagradables o referirse a ellos con la frialdad administrativa de un diagnóstico.

- La expresión “afroecuatoriano” es aceptable por su uso generalizado pero no invalida la fórmula “negro”, que no tiene nada de peyorativa e incluso es reivindicada por muchos de los integrantes de esa minoría. Se debe evitar la expresión “persona de color”, con la cual el prurito de la corrección deriva en la discriminación positiva, que es otra forma de racismo. Llamar a los negros “gente de color”, equivale a afirmar que los blancos no tienen ninguno, que son incoloros o transparentes.
- Son engañosas las expresiones “culturas ancestrales” y “lenguas ancestrales” para referirse a las culturas indígenas del país y a sus idiomas. Dan a entender que los ecuatorianos no indígenas, o aquellos que hablan castellano, carecen de ancestros lingüísticos y, por tanto, culturales. No obstante, al

hablar de culturas ancestrales, estamos reafirmando que provienen de antiguas culturas relacionadas con los individuos contemporáneos, por razones históricas, lingüísticas, geográficas, etc.

- La palabra “anciano” puede aplicarse como un insulto pero puede, también, usarse de manera digna y respetuosa. Debemos evitar lo primero, pero no al extremo de expulsarla de nuestro vocabulario. El término “anciano” dice mucho más sobre la condición vital de una persona que la fría y administrativa expresión “persona de la tercera edad”. Eso de dividir la vida humana en tres etapas puede estar bien para las estadísticas, pero es empobrecedor cuando se habla de personas concretas. Lo mismo se aplica a la fórmula “adultos mayores”.
- En lo que se refiere a discapacidades físicas o mentales, la evolución del lenguaje políticamente correcto ha sido desconcertante. Consistió, en principio, en eliminar todas las palabras que designan discapacidades específicas (paralítico, ciego, sordo, mudo, cojo, manco...) por considerarlas ofensivas. En su lugar, se adoptó un solo término genérico: primero fue “minusválido” y, luego, cuando incluso esta palabra resultó peyorativa para algunos, “discapacitado”. En muchas ocasiones, cuando los medios hablan de una “persona discapacitada”, nos quedamos sin saber de qué discapacidad concreta padece. Claro que también hay eufemismos específicos para algunas discapacidades, por ejemplo, “invidente” en lugar de ciego. En los noticieros de la televisión pública, preferiremos siempre el empleo del término específico común, pues consideramos que la discriminación no se encuentra en las palabras, sino en la mente de quien las usa: sólo quien tiene una visión peyorativa sobre la ceguera puede encontrar peyorativa la palabra “ciego”.

311.7. Filaterías. “Filatería”, ecuatorianismo aceptado por la Real Academia de la Lengua, significa “abundancia de palabras rebuscadas”. Lo propio del filático es la ostentación por medio del lenguaje, es decir, la pretensión de otorgar importancia a cosas que no la tienen, para lo cual se recurre a palabras rimbombantes y sonoras.

- 312.** Ocurre lo mismo con la expresión “corredores periféricos” para designar aquellas vías que, con palabras más exactas, se llaman “avenidas de circunvalación”.

USO DEL LENGUAJE

- 313.** Los servicios informativos de la televisión pública velarán por el buen uso del lenguaje y serán estrictos en la aplicación de las normas gramaticales, ortográficas y de sintaxis. El idioma es un patrimonio cultural intangible común a todos los hablantes. Es nuestra obligación protegerlo por razones de claridad periodística y por un sentido básico de responsabilidad pública. El mal uso de la lengua dificulta la comprensión, pues las oraciones con errores de léxico o sintaxis suelen tener varios significados posibles o uno diferente al que pretenden. A largo plazo, el mal uso de la lengua, especialmente cuando tiene lugar en los medios de comunicación masiva, contribuye a empobrecerla y afecta sus posibilidades expresivas. El público suele confiar (si bien cada vez menos) en que los periodistas se expresan con corrección, y les confiere una autoridad en materia de lenguaje que es preciso merecer. Un noticiero de televisión que no respete las normas gramaticales ejerce una mala pedagogía y contribuye al desgaste social de la lengua, en detrimento de todos.
- 314.** El hecho de que una mala construcción gramatical o semántica sea de uso común en otros medios no autoriza a nadie a reproducirla en la televisión pública. En la actualidad, la televisión ecuatoriana menosprecia el lenguaje, cuando no lo desprecia abiertamente. Por lo general, su concepto de “lo televisivo” privilegia la presencia física de los comunicadores por sobre su capacidad de comunicar por medio del idioma. Nuestros servicios informativos deben marcar la diferencia. Nuestros periodistas deben estar familiarizados con el lenguaje y sus estructuras, a fin de no incurrir en los errores frecuentes de la televisión ecuatoriana que se recogen en el apéndice de esta Guía Editorial (→).

315. Los servicios informativos de la televisión pública que se transmitan en lengua castellana no utilizarán palabras o expresiones de otros idiomas, incluidos aquellos de las culturas originarias del país. Los únicos criterios de excepción para esta norma son los siguientes:

- Se aceptarán las palabras no castellanas impuestas por su uso generalizado, por ejemplo: “show”.
- Se aceptarán las palabras no castellanas que no tienen una traducción exacta, por ejemplo: “zapping”.
- Se aceptarán las palabras no castellanas que, de ser traducidas, perderían parte de sus connotaciones, por ejemplo: “yawarlocro”.

316. Los términos empleados deben ser comunes pero no vulgares. Cuando sea necesario incluir palabras poco frecuentes –por estar en desuso o por ser excesivamente técnicas– será preciso explicar su significado a la audiencia. La necesidad de utilizar un lenguaje común, hecho de palabras accesibles para la mayoría, no supone empobrecer el léxico. Al contrario, mientras mayores sean el vocabulario de un periodista y su familiaridad con las estructuras de la lengua, mejor preparado estará para informar con claridad.

NOMBRES PROPIOS

317. Cuando en una información se cite por primera vez a una persona, por conocida que sea, se mencionará siempre el cargo o la ocupación que la identifiquen y su nombre propio completo. El segundo apellido sólo es necesario cuando la persona sea conocida por los dos, o lo prefiera así, y en los casos de posible identificación dudosa. En las restantes referencias dentro de esa misma información puede omitirse el nombre de pila y, si no hay riesgo de confusión, el segundo apellido. No es necesario aplicar esta norma en los casos de personajes universalmente famosos ya fallecidos: Bolívar, Cervantes, Mozart.

- 318.** Los apellidos compuestos se escribirán íntegros en el generador de caracteres aunque resulte dificultoso ajustarlos al espacio disponible: Febres Cordero y no Febres o F. Cordero.
- 319.** Los nombres propios de personas y animales no se traducen, salvo cuando correspondan a personajes históricos y el uso los haya castellanizado, y cuando se trate de papas y miembros de familias reales: George Bush y no Jorge Bush, pero Carlos Marx y no Karl Marx; Juan Pablo II y no Johannes Paulus; Isabel de Inglaterra y no Elizabeth.
- 320.** El hecho de que los nombres de personas y animales, así como de muchos lugares, no se traduzcan al castellano, exige de los reporteros y, sobre todo, de los presentadores de nuestros servicios informativos, un conocimiento básico de las reglas de pronunciación de, por lo menos, los principales idiomas occidentales. Evitarán, sobre todo, el error frecuente de aplicar las reglas del inglés a los demás idiomas. Por ejemplo, el nombre francés Henri se pronuncia *Anrrí* y no *Jénry*.
- 321.** Sin menoscabo de lo dicho en el párrafo anterior, los nombres propios extranjeros de personas, animales o lugares se pronunciarán sin afectación, esto es, sin introducir sonidos demasiado distantes a la fonética castellana.
- 322.** La transcripción de nombres procedentes de idiomas escritos en caracteres no latinos (ruso, griego, árabe, hebreo, etc.) será fonética, es decir, se transcribirán los sonidos originales con el alfabeto y la ortografía del castellano. Jamás debe emplearse una transcripción no castellana de esos idiomas: se dirá Gueorgui (ruso) y no George (inglés) o Goerges (francés); Gorvachov y no Gorvachev; Sájarov y o Sakharov; Jartum y no Khartum.
- 323.** Los nombres no castellanos escritos con caracteres latinos se acentuarán según las reglas de su idioma: Windsor y no Wíndsor; Dario Fo y no Darío Fo. Los nombres no castellanos escritos con caracteres no latinos se acentuarán según las reglas del castellano. Por ejemplo: “el ex primer ministro de Israel Simón Peres”.

- 324.** En árabe, el nombre completo de una persona consta de tres palabras: el nombre propio, el nombre del padre y el nombre del abuelo. Este último equivale al apellido o nombre de familia. Así, pues, en las segundas referencias, basta con citar el tercer nombre. Las palabras “ibn”, “bin” o “ben”, que significan “hijo de”, así como “abu”, cuyo significado es “padre de”, forman parte del apellido al que preceden.
- 325.** Las transcripciones francesas del árabe que constituyen adjetivos terminados en “ite” o “ide” se expresan en español mediante la terminación “í”, no “ita”. Así, se dirá “saudí”, “hachemí”, “suní” o “shí”, en lugar de “saudita”, “hachemita”, “sunita” o “shiita”.
- 326.** En los nombres chinos de personas la primera palabra corresponde al apellido. Por tanto, después de haber pronunciado completo el nombre de una persona la primera vez que se le cite en una información, es la palabra inicial la que debe usarse en las siguientes referencias: Deng Xiaoping se citará como Deng.

Topónimos

- 327.** Todos los idiomas modernos desarrollaron transcripciones de topónimos extranjeros adecuándolos a su propia ortografía. Son los llamados exónimos. Una conocida ciudad china, por ejemplo, recibe el nombre de Soochow en inglés, Soutcheou en francés y Suchou en castellano, nombre que fácilmente se puede confundir con el de otra ciudad china que se llama Hsuchou, en inglés, y Siutcheou, en francés. Esta acumulación de traducciones causa numerosos malentendidos a escala internacional y ha llevado a cometer errores graves a organismos como la Cruz Roja. Por ello, la tendencia actual es aportar a la elaboración de una nomenclatura geográfica única para todas las lenguas, tal como recomienda la Conferencia para la regulación de nombres geográficos de las Naciones Unidas. Dejar que cada país decida sobre cómo deben escribirse sus propias toponimias parece ser la manera más sensata de lograr ese objetivo. Así, la toponimia universal adopta, por lo general, las denominaciones oficiales de cada país. En el caso del chino, rige un sistema de escritura fonética según se pronuncia en lengua mandarín.

De acuerdo con este sistema, llamado pinyin, las dos ciudades antes mencionadas han pasado a ser, respectivamente, Suzhou y Xuzhou. El problema se da cuando la nueva nomenclatura entra en conflicto con exónimos vigentes y muy arraigados, lo cual traslada la confusión al interior de cada lengua. El periodismo en inglés se ha adaptado a las nuevas formas con mayor facilidad que el de otros idiomas. En francés, por ejemplo, Ecuador se sigue llamando Equateur, así como los hispanohablantes continuamos usando la palabra Francia para designar al país que se autodenomina France, sin que existan indicios para suponer que eso pueda cambiar. Por tanto, es necesario mantener una mentalidad abierta con respecto a la nomenclatura universal pero, al mismo tiempo, reglamentar el uso de los exónimos con el fin de no traicionar los usos propios de los hablantes de cada lengua.

- 328.** En el caso de topónimos extranjeros que cuenten con un exónimo en lengua castellano cuyo uso esté absolutamente vigente, se preferirá este último, es decir, el nombre tradicional en español: Amberes y no Antwerpen o Anvers; Milán y no Milano; Londres y no London; Aquisgrán y no Aachen o Aiz-la-Chapelle; Bombay y no Mumbai; Calcuta y no Kolkata; Moldavia y no Moldova; Bielorrusia y no Belarus... En cuanto a los topónimos chinos, seguiremos diciendo Pekín en lugar de Beijing, Cantón en lugar de Guangdong y China, Tíbet, Formosa, Hong Kong o Mongolia en lugar de sus equivalentes en pinyin. Todas estas transcripciones se acentúan según las normas ortográficas del español.
- 329.** En el caso de topónimos cuya forma tradicional española ha caído en desuso, se dará primacía a la nomenclatura en idioma original: Ankara (antes Angora), Bremen (antes Berma), Maastricht (antes Mastrique).
- 330.** Los topónimos que no cuentan con formas tradicionales en español se emplearán con la grafía de su propia lengua. La ortografía original se respetará incluso en lo concerniente a las normas de acentuación: Washington y no Wáshington.
- 331.** Los topónimos que se emplean a menudo con la transliteración de otras lenguas (por lo general el inglés y el francés) se adaptarán a las formas del sistema gráfico español: Punjab y no Punjab, Zimbabue y no Zimbabwe.

- 332.** Cuando una ciudad o un país hayan cambiado de nombre recientemente, el anterior se citará siempre en la primera mención, así: “Myanmar, antes Birmania”; “Burkina Faso, antes Alto Volta”; “Sri Lanka, antes Ceilán”.
- 333.** Conviene recordar los nombres de los 16 estados de los Estados Unidos de América cuyo nombre se escribe de distinta forma en inglés y en español: Carolina del Norte (no North Carolina), Carolina del Sur (no South Carolina), Dakota del Norte (no North Dakota), Dakota del Sur (no South Dakota), Hawai (no Hawaii), Luisiana (no Louisiana), Misisipi (no Mississippi), Misuri (no Missouri), Nuevo Hampshire (no New Hampshire), Nueva Jersey (no New Jersey), Nueva York (no New York), Nuevo México (no New Mexico), Oregón (con tilde en la "o"), Pensilvania (no Pennsylvania), Texas o Tejas (ambas válidas), Virginia Occidental (no West Virginia).
- 334.** Los nombres chinos de ultramar (es decir, de Taiwán, Hong Kong, Singapur y otras comunidades chinas del mundo) se escribirán de acuerdo con la ortografía que ellos mismos acostumbren a usar y no según las normas del pinyin: “Taipei” y no “Taibeí”.

Por HONESTIDAD INTELLECTUAL CON EL PUBLICO Y CON LA HISTORIA DE LOS MEDIOS, PERIODISTAS, UNIVERSIDADES Y OTROS QUE HAN DESARROLLADO A LO LARGO DEL TIEMPO REFLEXIONES TENDIENTES A ELABORAR CODIGOS ETICOS PARA EL TRATAMIENTO DE LAS NOTICIAS, ES PRECISO CITAR LAS FUENTES QUE FUERON CONSULTADAS PARA LA ELABORACIÓN DEL PRESENTE DOCUMENTO. SERIA CONTRAPRODUCENTE PARA LOS POSTULADOS ETICOS QUE EXHIBIMOS, SI EN EL FUTURO NOS HICIERAN NOTAR ESA OMISIÓN.