

CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y MANUAL DE ESTILO

En Registro Oficial Suplemento No. 22 de 25 de Junio de 2013 fue publicada la Ley Orgánica de Comunicación. El Art. 9 de la indicada Ley prevé que los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deberán expedir por sí mismos códigos deontológicos orientados a mejorar sus prácticas de gestión interna y su trabajo comunicacional. El Art. 10 de la Ley Orgánica de Comunicación establece las normas generales de deontología profesional de los medios de comunicación. Con base en estos antecedentes se expide el siguiente:

CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y MANUAL DE ESTILO DE LA ESTACIÓN DE RADIODIFUSIÓN SONORA DENOMINADA “SOL 96”

CAPÍTULO I

De los principios deontológicos

Artículo 1.- Fundamentos Generales.- El presente Código establece los fundamentos generales de comportamiento profesional que deben observar los periodistas, comunicadores, productores, editorialistas y demás personas que, a cualquier título, presten servicios o usen espacios en la emisora “**SOL 96**”, que sirve a las ciudades de Riobamba, Guano, Chambo, Villa La Unión, Penipe y Guamote, Ambato, Latacunga, Pujilí, Saquisilí, San Miguel, Píllaro, Patate, Pelileo, Cevallos, Quero, Tisaleo y Mocha.

Los miembros, empleados y trabajadores de la radio, que mantengan o no relación de dependencia con ella, actuarán siempre manteniendo los principios de profesionalidad y ética contenidos en el presente Código Deontológico, cuya aceptación expresa y por escrito será condición necesaria para su contratación.

Quienes con posterioridad a su incorporación a la estación de radiodifusión actúen de manera no compatible con estos principios, incurrirán en infracciones que serán sancionadas de conformidad con las leyes vigentes.

Artículo 2.- El Presente Código Deontológico incorpora todas las normas previstas en el Artículo 10 de la Ley Orgánica de Comunicación, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial No. 022 del 25 de junio del 2013.

El incumplimiento de las normas deontológicas establecidas en este artículo podrá ser denunciado por cualquier ciudadano u organización ante la Superintendencia de la Información y Comunicación.

Artículo 3.- Los miembros de la emisora defenderán los principios de la Declaración Universal de Derechos Humanos y salvaguardarán, por encima del interés periodístico, los valores superiores del ordenamiento jurídico ecuatoriano que conforman el Estado de Derechos y Justicia.

Artículo 4.- Los espacios informativos de la radio se regirán por los principios de veracidad, objetividad, imparcialidad, responsabilidad y honestidad, para que la ciudadanía obtenga los datos relevantes y pueda formarse su propia opinión.

Sólo se difundirán informaciones de las que se conozca su origen. La emisora y sus miembros no se harán eco de anónimos y rumores y siempre pondrán en conocimiento de la ciudadanía los rasgos esenciales de esas noticias, sin que se autorice o consienta ni su supresión ni su ocultación. Se procurará que la presentación de los temas de interés público supere la frivolidad y el trato superficial.

Artículo 5.- Los periodistas y comunicadores que laboran en la estación se abstendrán de participar en actividades que supongan conflicto de intereses con su trabajo profesional. No aceptarán pagos, regalos o cualquier forma de vinculación que pueda comprometer la actividad radiofónica o la independencia editorial. Adicionalmente, deberán tomar distancia si la situación personal hace imposible procurar la imparcialidad.

Artículo 6.- Ni el concesionario de la frecuencia, ni la emisora, ni los periodistas, comunicadores, productores o editorialistas son dueños de la información.

Artículo 7.- Los miembros de la estación involucrados en el proceso de investigación, verificación y emisión de noticias deberán ejecutar sus tareas sin permitir que en ellas interfieran sus propias creencias y preferencias y tendrán cuidado de no permitir que los propios prejuicios influyan en la elaboración y difusión de la información, con clara distinción entre hechos y opiniones.

Igualmente, rechazarán cualquier tipo de presión de personas o grupos con intención de censurar, mediatizar o poner la información al servicio de sus intereses particulares.

Artículo 8.- La estación radial y las personas que en ella laboran tienen un compromiso ético a favor de la paz y la no violencia y se esforzará en defender los derechos humanos y la justicia social.

En consecuencia, deberán evitar cualquier forma de discriminación y asegurar que los programas sean respetuosos de todas las condiciones, creencias, formas de vivir y de pensar que se expresan en la sociedad.

Artículo 9.- La estación garantiza a sus periodistas, productores, comunicadores y editorialistas la cláusula de conciencia, el secreto profesional y la reserva de fuente.

Artículo 10.- La radiodifusora y sus integrantes respetarán en su trabajo informativo la intimidad y la dignidad de las personas, al tiempo que eludirán proporcionar datos que identifiquen a los protagonistas de la información cuando puedan ocasionarles daños morales, tanto en su esfera personal como en su entorno familiar y social.

No podrán ser difundidas informaciones o conversaciones que hayan sido grabadas sin conocimiento de la persona afectada, excepto que se trate de la investigación periodística de un hecho delictivo, la que será ejecutada en la forma prevista en la Ley Orgánica de Comunicación.

Artículo 11.- Cualquier error informativo propio deberá ser rectificado y reconocido públicamente en el menor tiempo posible. La persona responsable por el error asumirá las disculpas y responsabilidades a que hubiera lugar. Se garantiza, con imparcialidad, el dere-

cho de réplica.

Artículo 12.- Se debe diferenciar claramente, evitando toda confusión, entre noticias y opiniones. Las noticias son informaciones de hechos y datos, y las opiniones expresan pensamientos, ideas, creencias o juicios de valor por parte de la emisora, editores y periodistas.

La expresión de opiniones debe versar sobre reflexiones en relación con ideas generales o referirse a comentarios sobre noticias relacionadas con acontecimientos concretos. En la expresión de opiniones por ser subjetivas, no debe ni es posible exigirse la veracidad, sin embargo, la emisión de opiniones debe realizarse desde planteamientos honestos y éticos. La opinión referente a comentarios sobre acontecimientos o acciones de personas o instituciones, no debe intentar negar u ocultar la realidad de los hechos o de los datos.

Artículo 13.- La emisora, sus periodistas, productores, editorialistas y demás personal, en relación de dependencia directa o no, en el ejercicio de sus actividades se abstendrán de incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud; igualmente no podrán emitir datos o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades.

Tampoco podrán emitir datos o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos.

No podrá emitirse contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

Artículo 14.- En la radioestación no se transmitirá por ningún concepto programas dirigidos por mentalistas, parasicólogos, adivinos, así como programas o publicidad que induzcan a errores médicos o culturales, que afecten a la salud física o mental de la población. Se exceptúan los programas dirigidos por profesionales en las áreas de la medicina, psicología y psiquiatría.

Artículo 15.- Se receptorá las denuncias a personas que deseen formularlas, previa concienciación, hecha al aire por el locutor, de la responsabilidad ulterior que conlleva el expresar una opinión o aseverar un hecho. Se receptorán los datos como nombres, apellidos, número de cédula del denunciante y todas las afirmaciones que realice en el curso de sus expresiones quedarán bajo su responsabilidad ulterior exclusiva. El denunciado tendrá derecho a la réplica en las condiciones establecidas en la Constitución y en la Ley.

Artículo 16.- Ninguna disposición del presente Código puede entenderse limitativa o restrictiva respecto del derecho a las libertades de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento y del derecho al secreto y la inviolabilidad de las comunicaciones, consagrados en la Constitución.

Artículo 17.- Los periodistas, comunicadores, productores, editorialistas y demás personas que, a cualquier título, presten servicios o usen espacios en la emisora deben adoptar

las medidas necesarias para dar al público la posibilidad de conocer si las opiniones vertidas provienen del titular del servicio, de los responsables de un determinado programa, o de terceros, sin perjuicio del secreto profesional y de la reserva de fuente.

CAPÍTULO II

Manual de estilo y guía editorial

Artículo 18.- El manual de estilo será de conocimiento público y forma parte del Código Deontológico, conforme lo establecido en el inciso segundo del Art. 8 del Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación. Contiene las políticas, los principios y criterios propios de la emisora, con los cuales se protegen los derechos de la audiencia, se evita la incitación a la violencia, a la discriminación y se garantiza el pluralismo informativo, de conformidad con los fines de la estación y los mandatos de la Constitución y la Ley.

En los productos comunicativos o informativos que se produzca, realice y difunda, es obligación primordial de los periodistas, comunicadores, productores y editorialistas cumplir con las normas del presente capítulo.

Artículo 19.- El trabajo de la estación se regirá por los siguientes principios editoriales:

a) Veracidad.- Los productos informativos y comunicativos que se produzca, realice y difunda deben informar solamente sobre hechos reales respaldados por documentos o testimonios plenamente confirmados.

b) Imparcialidad.- Siempre que una información pueda generar controversia, los materiales informativos o comunicativos deben dar a conocer las posiciones de las personas involucradas en la misma y evitar hacer afirmaciones propias que puedan señalar a alguna de las partes como portadora de la razón. Deben recogerse y entregarse suficiente información para que la audiencia pueda hacer su propio juicio.

c) Objetividad.- Las noticias e información deben ser emitidas tal como se presentan en su ambiente, prescindiendo de intereses, preferencias y posturas propias de la estación, del productor, editorialista o periodista. Se podrán elaborar análisis noticiosos, pero en ninguno de ellos se podrá incorporar opiniones personales sobre los hechos que está informando o sobre las personas objeto de la información.

d) Honestidad.- Es la congruencia entre el pensamiento, la palabra y la acción. Al ser una emisora al servicio del público, este valor está presente en cada una de nuestras acciones.

e) Independencia.- No deben aceptarse presiones de fuentes ni de grupos políticos, económicos, religiosos o ideológicos para tratar de intervenir en el tratamiento de sus informaciones.

f) Responsabilidad Social.- Se debe privilegiar la información que refleje las necesidades y el sentir ciudadano y desechar todo aquello que pueda ser interpretado como especulaciones sobre cualquier tema al margen de la ley o sobre hechos violentos.

g) Capacidad de rectificación.- Cuando por cualquier razón se incurra en alguna falta contra los principios editoriales aquí expresados o se hayan difundido informaciones falsas o erróneas, se debe rectificar de inmediato y con el mismo grado de importancia que tuvo la información original, sin necesidad de que exista un requerimiento legal previo.

h) Prudencia y sentido estético.- Se deben evitar el sensacionalismo y la exageración en el tratamiento y divulgación de la información. Por lo tanto, se deben abstener de emitir audios que puedan resultar degradantes del ser humano. Sin desvirtuar la realidad en la información se debe privilegiar el sentido estético en el tratamiento narrativo del hecho informativo en sus diversas formas del lenguaje.

i) Pluralidad.- En todo material informativo y comunicativo que se produzca, realice y difunda se deben consultar todas las fuentes posibles y registrar la información que producen distintos sectores que conviven en nuestra sociedad, incluyendo a las minorías étnicas, de género, políticas y religiosas.

j) Compromiso con el área geográfica de trabajo.- Los materiales informativos y comunicativos que produzca, realice y difunda la estación de radiodifusión deben ser, ante todo, locales y regionales.

Artículo 20.- Siempre que se comunica un acontecimiento de actualidad, ignorado hasta el momento, verídico y que despierta el interés del público al que se dirige, estamos ante una noticia. Además de estas características, la noticia deberá cumplir con estos requisitos:

- **Debe ser completa:** Es decir, contener todos los datos necesarios para comprender lo sucedido.
- **Debe ser concisa:** Explicar el acontecimiento de forma breve.
- **De ser emitida en forma clara:** No da lugar a confusiones ni a falsas interpretaciones.
- **Debe ser correcta:** Reflejar la realidad fielmente.

Artículo 21.- La entrevista será usada como una técnica de producción noticiosa. Según su valor y la manera como se le utilice, el diálogo puede formar parte de una noticia, un reportaje o una crónica.

Quienes participen en los programas de la estación no serán citados fuera de contexto y conocerán previamente el asunto por el cual son entrevistados. En caso de programas de panel, los invitados estarán informados sobre las otras personas que participarán. Por la naturaleza de determinadas emisiones, con frecuencia habrá que editar las declaraciones de los entrevistados, en cuyo caso debe aclararse cuál fue la pregunta específica realizada al entrevistado y se evitará que los cortes interfieran con el sentido de sus dichos.

En todos los casos, a las declaraciones del entrevistado se aplicarán las siguientes normas:

a) La finalidad de toda entrevista es dar a conocer las opiniones e ideas del personaje,

nunca las del comunicador. Por esta razón hay que dejar hablar al entrevistado, aunque las respuestas demasiado largas se pueden condensar, siempre que no se mutile la idea ni se le saque de su contexto.

b) Las preguntas deben ser breves y directas y no contener ninguna opinión del comunicador. Al llegar a la entrevista, él ya debe tener una noción bastante concreta de las preguntas que va a plantear, después de haber estudiado todo lo correspondiente al tema y al entrevistado.

c) El entrevistador no debe presentarse como un enemigo o adversario del entrevistado. Es su deber cumplir con las normas elementales de cortesía, sin utilizar términos de trato familiar, y no utilizar trampas o argucias para hacerlo caer en contradicciones o errores. Si el entrevistado no está diciendo la verdad y el comunicador se da cuenta de ello, debe seguir haciéndole preguntas directas y claras, sin trucos de ninguna clase, hasta cuando él mismo caiga en contradicción.

Artículo 22.- La radioestación y sus miembros podrá producir y realizar reportajes. Se entenderá por tales a las informaciones que tienen determinadas interpretaciones, descripciones e impresiones para enfocar un hecho desde diversos puntos de vista, y darle a la audiencia final los elementos que contribuyan a contextualizarla.

En su desarrollo se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

a) El reportaje debe tener todos los elementos de la noticia. Es válido alternar distintos estilos narrativos como la descripción, la narración escueta, o el desarrollo cronológico, para despertar y mantener el interés de nuestro público;

b) Aunque admite cierto grado de interpretación y la exposición de antecedentes y perspectivas, debe procurarse que se tienda más hacia un análisis de los hechos que a la expresión de opiniones personales del comunicador, las cuales siguen prohibidas; y,

c) El reportaje no admite la consulta de una sola fuente dadas sus características especiales.

Artículo 23.- En los espacios destinados a opinión los periodistas y editorialistas podrán emitir su parecer sobre las noticias relevantes. En estos casos se debe, con anterioridad a su formulación, advertir previamente a la audiencia que se trata de este tipo de manifestación periodística.

Las opiniones y comentarios serán emitidos como interpretación valorativa sobre la actualidad, que se presentarán en forma de monólogo breve sin otro complemento sonoro que el texto elaborado por el propio comentarista. Se explicitará la autoría del comentario, se aclarará que única y exclusivamente responde a la opinión y al punto de vista del propio comentarista.

Artículo 24.- Las expresiones vulgares, obscenas o blasfemas están prohibidas. Como única excepción a esta norma, cabe incluirlas cuando se trate de citas textuales, y aun así, siempre que procedan de una persona relevante, que hayan sido dichas en público o

estén impresas y que no sean gratuitas, es decir, sólo y exclusivamente cuando añadan información.

Artículo 25.- En los espacios de entretenimiento se presentará una oferta programática de calidad para todos los ciudadanos. Esta programación no podrá entrar en contradicción, en ningún caso, con los objetivos generales y las definiciones básicas que rigen la actividad de la radiodifusora.

Las personas que trabajen en espacios de entretenimiento están obligados a ofrecer al público un ocio activo, crítico, imaginativo, culto, enriquecedor y divertido. El entretenimiento debe evitar la vulgaridad y la banalidad y cultivar contenidos de calidad capaces de interesar a la gran mayoría, hechos con rigor profesional, creatividad y buen gusto.

En los espacios de entretenimiento deben prevalecer el conocimiento, la comunicación, la innovación, la imaginación, la capacidad de reflexión y el humor inteligente. Además de los contenidos, deberá extremarse la precaución en las formas empleadas en los espacios de entretenimiento. Los receptores de los programas de entretenimiento tienen derecho a exigir, al igual que en los espacios informativos, los niveles de calidad más altos.

Los espacios de entretenimiento promoverán contenidos y estilos innovadores, capaces de despertar el interés de los ciudadanos. Para ello, el principal activo es la creatividad. El entretenimiento debe dotarse de un sello propio que identifique a la estación. Se prestarán especial atención a las nuevas posibilidades tecnológicas, tanto en lo referido a contenidos como a formatos.

En los espacios de entretenimiento destinados a niños y adolescentes, los valores que deben primar, además de la diversión inteligente y el buen humor, son el apoyo a la creatividad, el fomento de una actitud crítica, el gusto por el trabajo en equipo, el estudio, el esfuerzo y los valores de libertad, igualdad, solidaridad y no violencia.

Artículo 26.- La radiodifusora podrá llevar adelante concursos y promociones que incluyan el otorgamiento de premios a miembros de la audiencia. Los concursos y promociones son métodos legítimos para atraer audiencia. Deben ser conducidos con licitud y buen gusto y se deberá verificar que no causen al público perturbaciones o inconvenientes.

Los concursos difundidos deben tener fines y métodos de participación acordes con los principios que inspiran la actividad de la radiodifusora como son el fomento del conocimiento, el valor del esfuerzo, la creatividad y la habilidad de los concursantes. Los concursos no deben alentar valores negativos o de pura competitividad ni fomentar estereotipos o prejuicios.

Las reglas de todos los concursos deben ser públicas y estar al alcance de quienes deseen consultarlas en la página web de la radioestación.

Los premios en metálico están restringidos a concursos cuyos contendientes sean obligatoriamente mayores de 18 años.

Artículo 27.- En la emisión de programas con contenidos musicales se procurará la difusión de los diferentes géneros musicales. En tales espacios se procurará la investigación de géneros, historias y contextos de la música; se abrirá espacios y promoverá en los programas, a los músicos locales.

Se podrá excepcional de estas regulaciones, salvo de la referente a la promoción de los músicos nacionales, a los programas especializados o temáticos.

Artículo 28.- La estación podrá pautar publicidad comercial y propaganda a través de ventas de espacios destinados a ellas. El contenido de la publicidad comercial y la propaganda que se emita estará sincronizado con clasificación de audiencias y la franja horaria.

Se considera propaganda a aquellos mensajes que promueven ideas y conceptos para la construcción de ciudadanía, análisis, opinión, sensibilización y formación del público; se tendrá como publicidad comercial a los mensajes que promocionan bienes y servicios, con el fin de atraer y retener clientes o consumidores de un producto.

La publicidad comercial y la propaganda no deben ser engañosas, discriminatorias, sexistas, racistas ni que atentar contra los derechos humanos de las personas.

Los criterios de aceptación de publicidad comercial y propaganda en la estación son:

- 1.- Que no atente contra el bienestar físico, mental o moral de la comunidad. No se emitirá pautas publicitarias de bebidas alcohólicas, de cigarrillos y sustancias estupefacientes y psicotrópica;
- 2.- Darle prioridad a los productos de la localidad y ciudad;
- 3.- Exigir registro legal e investigar la procedencia de los productos alimenticios y de salud. La publicidad de productos destinados a la alimentación y la salud deberá tener autorización previa del Ministerio de Salud.
- 4.- La publicidad y la propaganda deberán hacer uso de lenguaje radial adecuado;
- 5.- No deberán desacreditar a otros productos, servicios y bienes.
- 6.- Sin perjuicio de las disposiciones particulares que se incluyan en los acuerdos respectivos con productoras, agencias de publicidad, anunciantes o proveedores de material fílmico, la estación, el concesionario, los productores de programación, realizadores y locutores podrán, como responsables del contenido de sus programaciones, negarse a la difusión de secuencias o de publicidad que puedan ser consideradas atentatorias a los derechos fundamentales de las personas, a la Constitución, a la Ley, así como en el presente Código de Ética.

Esta decisión comunicada a la contraparte, en ningún sentido podrá ser asumida por esta última como incumplimiento con las obligaciones de la estación o transgresión a los derechos de la contraparte o de terceros.

Artículo 29.- Los lineamientos sobre la relación de la emisora con los anunciantes que contraten espacios para publicidad comercial o propaganda son los siguientes:

- 1.- Independencia de la emisora con respecto a la publicidad contratada;
- 2.- Es obligación de la emisora atender y escuchar al cliente o dueño del producto cuando este lo desee;
- 3.- Los clientes deben acogerse a lo establecido en el manual de estilo de la de la emisora;
- 4.- El cliente debe tener todos sus documentos en regla ante la ley;
- 5.- El cliente deberá firmar el contrato de publicidad estipulado por la emisora que deberá ser cumplido de buena fe por las partes; y,
- 6.- Los datos de los clientes ingresaran a la base de datos de la emisora, esta deberá actualizarlos cuando hay algún cambio. La información deberá guardarse con reserva.

Artículo 30.- Los contenidos que se publiquen en la página web de la emisora y en las redes sociales deben apegarse estrictamente al presente Código Deontológico y Manual de Estilo y nunca, por ningún motivo, atentar contra la imagen y preceptos de la emisora ni de persona alguna.

Sólo se podrán reproducir y difundir los mensajes de las redes sociales cuando el emisor de tales mensajes esté debidamente identificado. No se responderá a insultos o provocaciones en foros virtuales y redes sociales, ni se contestará de manera violenta o denigrante a mensajes que cuestionen el desempeño del periodista o de la emisora.

Artículo 31.- Los demás aspectos estarán sujetos a la Constitución y demás leyes que rigen el país.

Artículo 32.- Este Código será publicado en la página web de la radio para su fácil acceso.