

Código de Ética*

COORDINADORA NACIONAL DE RADIO

I. INTRODUCCIÓN

La **COORDINADORA NACIONAL DE RADIO (CNR)** es una asociación civil sin fines de lucro integrada por radios educativas y comunitarias, y por centros de producción de diversas regiones del Perú. Se trata de instituciones comprometidas con los procesos de desarrollo, el fortalecimiento de la democracia y el ejercicio de derechos ciudadanos a la comunicación.

La CNR promueve la vigencia y el respeto de los derechos humanos y ciudadanos, principalmente los derechos a la comunicación. Estimula la participación de la sociedad civil y realiza un trabajo orientado a generar mayores oportunidades para el desarrollo de las personas y comunidades.

La Coordinadora Nacional de Radio es afiliada de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), y de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) - América Latina, movimientos de radio continental y mundial respectivamente que representan una acción desde la sociedad civil por la democratización de las comunicaciones y la mejora de la calidad de vida de los sectores excluidos y marginados, a través de un trabajo de comunicación radiofónica.

Las emisoras asociadas suscriben el Código de Ética de la CNR, como un marco orientador y de autorregulación de su trabajo informativo, de análisis, educativo, de entretenimiento y de servicios publicitarios. Las radios socias de la CNR consideran que el fin último de su trabajo comunicacional son las personas y las comunidades, su desarrollo integral. En este sentido, el presente Código ofrece los principios, normas y mecanismos de autorregulación con participación ciudadana, que garantizan un ejercicio radiofónico libre y con responsabilidad social en beneficio de las audiencias.

* Presentado al MTC, según la Ley de Radio y Televisión y su Reglamento.

II. PRINCIPIOS

El presente Código se inscribe en los principios y disposiciones del marco jurídico internacional y nacional referido a los derechos humanos, fundamentalmente los derechos de comunicación:

- Libertad de expresión y opinión, para todos los ciudadanos y ciudadanas sin distinción de clase social, origen étnico, religión, género y cultura
- Acceso ciudadano a información de interés público y a opiniones plurales
- Responsabilidad social de la radio

Tiene como marcos normativos principalmente los siguientes:

2.1. Declaración Universal de los Derechos Humanos, que en su artículo 19 remarca el derecho humano a la libertad de expresión y opinión.

2.2. La Constitución Política del Perú, que garantiza los derechos a la libertad de expresión, el acceso ciudadano a la información y el derecho a la intimidad y la buena imagen.

2.3. La Ley de Radio y Televisión y su reglamento, que especifica los derechos, responsabilidades y obligaciones de las empresas de radio y televisión en el Perú.

III. PROGRAMACIÓN PERIODÍSTICA

3.1. La información captada, procesada y difundida por las emisoras socias de CNR es de interés público y respetuosa de la vida privada de las personas. Los contenidos informativos son tratados bajo los principios de honestidad y veracidad.

3.2. Las voces, opiniones y propuestas de ciudadanos y ciudadanas son fundamentales en el trabajo periodístico de las emisoras de CNR. Como fuentes de información, así como en el campo de las opiniones y la deliberación sobre asuntos de interés público. Las programaciones de las radios deben ofrecer espacios y estimular la participación ciudadana, especialmente de sectores de la sociedad con limitado o nulo acceso a expresarse a través de medios de comunicación: minorías étnicas, pobladores de zonas rurales, entre otros.

3.3. Las emisoras deben elaborar sus informaciones recurriendo a fuentes confiables y, de ser el caso, las informaciones deben ser contrastadas con otras fuentes de manera que se logre un alto nivel de precisión y exactitud.

3.4. Los periodistas deben proteger la identidad de sus fuentes en caso se haya llegado a un acuerdo para la entrega de información.

3.5. En los casos en los que exista polémica y controversia sobre un tema de interés público, las emisoras buscarán que a través de los programas se expresen las partes en disputa o confrontadas. Si la emisora es parte interesada, podrá expresar sus posiciones explicitando que se trata de una posición institucional, pero dará oportunidad también a que se expresen puntos de vista divergentes.

3.6. En los programas periodísticos se hará la separación entre información y opinión, de forma que los y las oyentes puedan diferenciar la entrega de información y datos, de la formulación de juicios de valor sobre hechos y personas por parte de comentaristas colaboradores o editorialistas de las radios.

3.7. Las ediciones de entrevistas, encuestas y material sonoro que se incluya en notas, informes y reportajes, no deberá distorsionar el sentido de la información o los juicios emitidos.

3.8. Las informaciones que no correspondan con la realidad y que afecten injustificadamente la honra y buen nombre de instituciones y personas, serán rectificadas en un plazo no mayor de 48 horas una vez recibida la queja, y la rectificación tendrá similares proporciones en términos de tiempo y ubicación en los programas informativos.

3.9. En la línea de vigilancia y fiscalización de la gestión pública, no sólo del sector estatal sino también aquella que desarrollan empresas privadas que brindan servicios públicos, las emisoras socias de la CNR practican el periodismo de investigación, desarrollando sus pesquisas sobre hipótesis de trabajo de manera sistemática, consultando y contrastando diversas fuentes de información. En caso se trate de denuncias contra personas e instituciones, se buscará recoger la versión de los denunciados.

3.10. La obtención de información de interés público se hará en lo posible con el consentimiento de las fuentes. Si una información obtenida no necesariamente por medios lícitos, está directamente relacionada con un tema de interés público: por ejemplo corrupción, chantaje, violaciones de derechos humanos, entre otros, deberá ser difundida por la emisora protegiendo la fuente.

3.11. Las emisoras socias de CNR protegen y defienden los derechos del niño y del adolescente y estimulan su participación en la radio. No revelan la identidad de los niños y las niñas en casos de violación de sus derechos que así lo ameriten.

3.12. En el marco de procesos electorales se buscará que los candidatos y candidatas tengan espacios y oportunidades similares de difundir sus propuestas y planes de gobierno a través de las emisoras, de forma que se garantice el derecho de los ciudadanos y ciudadanas a informarse sobre las diferentes propuestas de gobierno. El porcentaje de espacios e intervenciones puede variar con el desarrollo de los procesos electorales, en razón del propio proceso electoral y la popularidad de los candidatos y candidatas.

3.1.3. Las emisoras, en el marco de los procesos electorales, generarán espacios de opinión y debate ciudadano sobre las agendas de desarrollo local, regional y nacional, de forma que el debate, los planes y programas de gobierno se enriquezcan con los aportes de diversos actores sociales.

IV. PROGRAMAS EDUCATIVOS

4.1. Las emisoras socias de CNR producen y difunden programas educativos orientados promover el desarrollo integral de las personas, en los campos de la salud, medioambiente, los derechos humanos, la equidad de género, la participación política, la prevención de accidentes y desastres, entre otros.

4.2. Los programas educativos tienen un carácter participativo, promueven la expresión de diversas visiones sobre los temas y asuntos tratados, y no se rigen por dogmas que impidan una comprensión más integral de los fenómenos sociales, políticos y culturales.

4.3. Los programas educativos de las emisoras socias de CNR, como productos culturales, deben ser el espacio para el diálogo de la diversidad, de las diferentes expresiones culturales y lenguas, para la expresión de las sensibilidades y emociones principalmente de los sectores excluidos de nuestro país.

V. PROGRAMAS MUSICALES

5.1. Los programas musicales y de entretenimiento tienen como finalidad acompañar a las personas en su vida cotidiana generando condiciones para el esparcimiento y recreo. A través de los programas musicales, se buscará que se exprese la diversidad cultural y de creaciones artísticas de las diversas regiones de nuestro país.

5.2. En los programas de musicales y de entretenimiento no se difundirán contenidos y lenguaje que denigren a la persona humana, y el abordaje de temas dirigido a adultos se hará una vez finalizado el horario de protección al menor.

VI. PUBLICIDAD

6.1. Se evitará en los anuncios publicitarios un lenguaje obsceno, así como la discriminación por razones de género, étnico culturales, opción sexual, y otras.

6.2. La publicidad de productos, servicios y los anuncios de carácter electoral, deben diferenciarse de los programas periodísticos. Los anuncios y espacios políticos deben estar precedidos o seguidos de un aviso de la emisora señalando su naturaleza y carácter.

6.3. No se difundirá publicidad engañosa o se harán los correctivos necesarios si se detecta que algún anuncio no dice toda la verdad o induce al error a los consumidores.

VII. MECANISMOS DE DIFUSIÓN DEL CÓDIGO Y DE RESOLUCIÓN DE QUEJAS

7.1. Las radios socias de la CNR difundirán en sus programaciones y páginas Web, en caso de contar con ellas, los contenidos del presente código de ética.

7.2. Cada radio, a los 60 días posteriores a la presentación del presente código, designará una instancia para atender quejas y pedidos de los oyentes. Así mismo, diseñará un procedimiento, con plazos establecidos, para la resolución de las quejas y peticiones y su correspondiente anuncio, y de ser el caso, correctivo en la programación. A través de sus programaciones y páginas Web, las radios difundirán las referencias exactas y los procedimientos para la presentación de quejas.

7.3. Adicionalmente y como parte de un sistema institucional de autorregulación, La Coordinadora Nacional de Radio formará en un período de 60 días posteriores a la publicación del presente código, un Comité de Ética integrado por personas independientes de la asociación, cuya misión principal será velar para que las radios socias, y la Oficina Nacional de CNR, respeten los derechos de ciudadanos y ciudadanas y se promueva el ejercicio de derechos a la comunicación. Para ello, el Comité de Ética establecerá su reglamento y manual de procedimientos y funciones, que será difundido a través de la página Web de CNR.

VIII. DISPOSICIÓN FINAL

8.1. Los principios y disposiciones del presente Código de Ética rigen para la producción nacional de CNR, difundida por las emisoras socias y aliadas de la Coordinadora Nacional de Radio y a través de Internet por la señal en línea.

Lima, mayo del 2005.