

## **INTRODUCCION**

El tema de los medios de comunicación tiene que ver con el futuro de nuestras democracias, porque en América Latina, hoy en día, la dictadura mediática quiere – y a veces logra- suplantar a la dictadura militar. Son los grandes grupos económicos que usan a los medios y deciden quien tiene o no la palabra, quien es el protagonista y el antagonista, y quien más vocifera contra los cambios, contra los logros de las mayorías, logra más pantalla.

Lo cierto es que aún no se ha asumido que el discurso comercial -bombardeado a través de información, publicidad y el entretenimiento alienante, con un mismo envase, disfrazándolo de realidad o de hechos naturales- es también un discurso ideológico, agresivo, limitante de nuestra libertad de ciudadano.

Se debe tener en cuenta que la revolución digital de las últimas dos décadas provocó la mezcla del texto, el sonido y la imagen y, desde entonces, las fronteras entre el mundo de la información, el del entrenamiento alienante y el de la publicidad son cada vez más tenues y las grandes empresas comerciales de la comunicación, a través de las megafusiones, se han adelantado a gestionar el contenido de las distintas esferas.

Nuestras sociedades consumen hoy grandes dosis de información sin siquiera saber que ésta es falsa. La clave es un sistema de instantaneidad difícil de verificar y que en muchas ocasiones es una aviesa manipulación de laboratorios y estudios de cine o televisión.

En el mundo de hoy, por delante del poder económico y financiero, está el poder mediático, que es el aparato ideológico de la globalización. Hoy, los medios de comunicación comerciales juegan su papel para deformar la realidad en beneficio de sus intereses y fabricar una opinión pública favorable al sistema.

Los medios comerciales cumplen una misión ideológica. Su finalidad no es dar al ciudadano el conocimiento objetivo del sistema social en que viven, sino ofrecerles por el contrario una representación mistificada de este sistema social, para mantenerlos en su lugar, dentro del sistema de explotación.

En Latinoamérica los medios comerciales cumplen de manera estricta este papel. Ocultando o tergiversando la realidad crean opinión pública, como lo hacen también las firmas encuestadoras, generalmente contratadas por el mismo medio.

Los grandes medios comerciales de comunicación, convertidos en negocio del libre mercado, son tolerantes con la mentira, la falacia y los montajes. La concentración de riqueza de los países más ricos ha sido en desmedro de la cultura, del bienestar y el desarrollo de las naciones más

pobres, o sea, que cuanto más se concentra la riqueza en los países industrializados, más se siente la exclusión en el mundo en desarrollo.

A ello se debe sumar la creciente concentración del poder de la comunicación social en los planos nacionales y también en el transnacional, para manejar a su antojo el bombardeo en tres dimensiones que parecen unificarse: información, cultura de masa, publicidad. Los medios comerciales de comunicación son aplanadoras de la desculturización, pero aún más, portadores de la alienación, para que el ser humano pierda la memoria, la identidad y la perspectiva histórica.

Hoy, ese inmediatismo no permite el análisis de la noticia y la información pasa a ser más de impresiones y sensaciones, que de verdades y realidades. Se apunta al sentimiento y no al raciocinio. Hay grandes coincidencias en los discursos de las grandes empresas en cualquiera de estas dimensiones (información, entretenimiento, publicidad): son rápidos, utilizan frases cortas y títulos impactantes; son sencillos, sostienen un vocabulario básico y capaz de ser entendido por todos.

Además, utilizan permanentemente los elementos de dramatización: se expresan mediante emociones. Transmiten noticias de la misma forma en que uno le habla a los niños: sencilla, brevemente y de forma emocional, conduciendo, inevitablemente a una concepción reduccionista del pensamiento.

Los medios comerciales de comunicación social son realmente departamentos de grandes conglomerados empresariales que tienen como objetivo apoyar la política comercial e ideológica en la que se sustenta su sistema de producción y comercialización. Sus contenidos se conforman con los criterios establecidos por sus accionistas y anunciantes, e intentan mantener una relación cordial con los gobiernos si son amigos, u hostil y de chantaje si no son dóciles.

La frivolidad, el chismorreo y la banalidad se suman a su método de adocenamiento ciudadano. A pocos parece interesarle el derecho ciudadano a la información y el conocimiento, uno de los derechos fundamentales del hombre.

Los analistas han querido descifrar las ventajas que la tan publicitada globalización comunicacional tiene para Latinoamérica y el Caribe -para sus pueblos, para sus gobiernos-, más allá de tener la posibilidad de enterarnos con relativa rapidez de los conflictos en Chechenia, o de los sórdidos entretelones sexuales del salón Oval convertidos en telenovelas de entrega diaria. Uno puede informarse con gran celeridad de lo que sucede en Chechenia, pero muy poco de lo que ha pasado en Buenos Aires o en Cúcuta. Aparentemente uno está informado de todo, pero no se entera de nada. Se sabe de Chechenia, pero no se conoce siquiera el propio reflejo y muchos menos a los vecinos.

Cada vez son más los opinados, los que tienen derecho a escuchar, y cada vez menos los opinadores, los que tienen derecho a hacerse escuchar.

La tecnología pone la imagen, la palabra, el sonido al alcance de todos como nunca antes había ocurrido en la historia de la humanidad. Pero cuidado: porque ese monopolio termina por imponer la dictadura de la imagen única, la palabra única, el sonido y la música únicos.

El tema no es nada nuevo, por cierto. Ya en la década de 1970 los países en desarrollo acusaron a los medios de difusión occidentales de dominar y distorsionar el flujo de información en el mundo concentrándose en las malas e impactantes noticias de guerra y/o conflictos, el hambre, la represión política, ignorando sistemáticamente las menos dramáticas sobre progresos económicos políticos, sociales, conquistas culturales. La creciente presión para que sean los mercados y no los Estados los que deben regular el comercio, también se aplicó en las últimas dos décadas a las noticias y a la información, como cualquier producto de consumo masivo.

El Informe Mc Bride –de la Unesco- dictaminaba en 1980 que “está cada vez más claro que los efectos de la dependencia intelectual y cultural son tan serios como el dominio político o la dependencia económica”. La moraleja viene a cuento: las grandes agencias trasnacionales presionaron a sus gobiernos y entonces Inglaterra y Estados Unidos dejaron la Unesco. Y el nuevo secretario del organismo de Naciones Unidas, consciente de que no podía sobrevivir sin el aporte financiero de esas dos grandes potencias prefirió enterrar el documento e instó a “crear una cultura de la democracia”, dejando sentado que el mundo debe tener un respeto absoluto por el pluralismo y la libertad de expresión.

Hoy, la estructura de la información sufre del síndrome del fuego cruzado, y se trata de polarizar cualquier aspecto para forjar el debate en términos que pasen por alto los aspectos reales de la misma. Se intenta definir a la gente como proaborto o antiaborto, a favor del libre mercado o proteccionista, partidario de la privatizaciones de empresas públicas o socialistas, feminista o machista, en lugar de ser reflejo de la vida real, en donde pocas personas tienen posiciones extremas y existe un amplio rango de opiniones, una variada gama de grises entre el blanco y el negro.

La competencia entre los medios comerciales estimula esta tendencia y cada insignificante rumor sobre un hecho fronterizo, por ejemplo, entre Colombia y Venezuela, se transforma de la noche a la mañana en una confrontación, en un conflicto, a los que los gobiernos se ven obligados a responder, como boxeadores noqueados, asimilando estos golpes con un cuerpo ya herido, con la guardia destartada, sin capacidad de golpear.

La polarización no es neutra, sino que contribuye a paralizar cualquier debate para un cambio y, en el mundo de los medios de comunicación, una idea preestablecida goza de una tremenda ventaja sobre cualquier otra. El síndrome de fuego cruzado, que polariza cualquier aspecto, sirve solo para forjar el debate en término que pasan por alto los aspectos reales del hecho.

La tendencia de generalizar -en lugar de especificar- es inherentemente superficial, especulativa, ya que se centra en actitudes, y no en hechos. La generalización tiende a caricaturizar a los oponentes, y a los temas.

Incluso la aparente crítica forma parte de un juego formal que tiene como objetivo dar imagen de debate y pluralidad que siempre se queda en la superficie, pero nunca entra en la discusión de los elementos fundamentales del sistema dominante.

El reclamo de las naciones en desarrollo a favor de un nuevo orden informativo internacional que sea justo, equilibrado, que rompa con la manipulación, la descontextualización, la omisión e incluso la propaganda abierta de intereses exógenos, pareciera revivir en los últimos años en la Cumbre Mundial de la Sociedad del Conocimiento, donde los puntos de mayor polémica han sido siempre sobre el papel de los medios de comunicación en la sociedad de la información, la gobernanza de Internet, los derechos de propiedad intelectual, la llamada "seguridad de la información" y el financiamiento para el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación.

Muchas veces se repite el error de considerar a las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) como un fin en sí mismo. La tecnología es una herramienta, y nada más que eso. Y de la habilidad para manejarla depende, en buena parte, la calidad del producto que se presente. Pero, cuando se reinicia la lucha por un nuevo orden informativo internacional, se debe tener en cuenta que éste ya lo quiso imponer el Primer Mundo: se trata del pensamiento único, el mensaje y la imagen únicos. Y contra éste nuevo orden, contra el mensaje hegemónico, es que se debe buscar alternativas, opciones.

### **Desalambrar latifundios mediáticos**

Por muchos años, en América Latina se recitó, declamó sobre integración, pero lo cierto es que los latinoamericanos y caribeños no se conocen siquiera. De todas formas, pareciera que en el último lustro hay muchas cosas que están cambiando en nuestra región, cosas que sí están sucediendo y que creíamos –o nos hicieron creer- que eran imposibles. Entre ellas, el aceleramiento del proceso de integración regional, y con él ese añejo sueño de comunicadores y trabajadores de la cultura que se hizo realidad: La Nueva Televisión del Sur, Telesur.

El lema de Telesur, “Nuestro Norte es el Sur”, define taxativamente su accionar: promover la lucha de los pueblos por la paz, la autodeterminación, el respeto por los derechos humanos y la justicia social.

Telesur es un canal de servicio público, que mira los procesos sociales, políticos y económicos desde una perspectiva crítica, transformadora, positiva, que se ancla en los resortes claves de los procesos de integración desde una visión incluyente e inédita en los medios comerciales.

Comparte el optimismo y los valores de la gente del Sur, y aspira a modificar las percepciones de sus públicos hacia el compromiso y la participación social. Su promesa es simple: socializar una auténtica visión de cambio e integración de las realidades de los pueblos latinoamericanos y caribeños: conecta con la esencia popular de los cambios que se operan en sus realidades para producir una experiencia televisiva auténtica.

Su apego a la verdad, su sentido didáctico y formativo, se interconecta con las experiencias masivas de inclusión social llevadas a cabo de manera creciente por gobiernos de nuestro continente. Nace como expresión cultural de los mismos, y su alegría es muestra de una visión optimista del mundo, comunicada con integridad y coherencia. Una televisora con capacidad de fascinar desde presupuestos estéticos contemporáneos, mostrando lo real maravillo de nuestra América.

Un canal dinámico, con la organicidad y exhuberancia cromática y musical de los pueblos de la región, que suman credibilidad a los espacios noticiosos y culturales para hacer de Telesur una auténtica experiencia de televisión del Sur.

Después de décadas de progresivo vaciamiento y privatización de los Estados nacionales, éstos van recobrando hoy su papel para impulsar la creación de un medio de comunicación audiovisual hemisférico, con la intención de difundir una versión real de la diversidad social y cultural de América Latina y el Caribe, desde la pluralidad de opiniones, para ofrecerla al mundo. Telesur es una empresa multiestatal latinoamericana y eso significa que se comienza a recobrar el espacio público.

El objetivo es el desarrollo y la puesta en funcionamiento de una estrategia comunicacional televisiva hemisférica de alcance mundial que contribuya a impulsar y consolidar los procesos de cambio y la integración regional, como herramienta de la batalla de las ideas contra el proceso hegemónico de globalización. Un canal de televisión básicamente informativo, que se transmite por satélite a todo el mundo.

Se trata de un proyecto nuevo, con características propias, una propuesta alternativa al mensaje hegemónico del Norte, y para cristalizarla se deben lograr los máximos niveles de calidad: en forma, en imagen, en contenido, dominando y sacándole el mayor provecho a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, que no son más que herramientas para lograr estos objetivos. Durante años se nos quiso convencer que alternativo era sinónimo de marginal, con derecho a tener pequeños medios, marginales.

Telesur no es sólo una herramienta, ya que trata de recobrar la palabra que había sido secuestrada durante más de tres décadas por dictadores, políticos corruptos y genuflexos ante el gran capital, y los eternos "expertos" que convalidaron el saqueo de nuestras naciones. Gracias a ellos, una enorme parte de los latinoamericanos hoy está excluida de la educación, de

la atención sanitaria, de la simple vida ciudadana: son invisibles a las estadísticas y millones carecen hasta de documentación.

Hoy los medios comerciales de comunicación intentan reducir la realidad a la actualidad de los noticieros de televisión. Tratan de desprendernos de nuestra historia, quieren borrar nuestras huellas. Se vende la actualidad como si fuera un destino. Es imprescindible rescatar la memoria, porque si no sabemos de dónde venimos, no sabremos a dónde ir, ni vamos a enterarnos de cuál es nuestro otro destino posible. Y, entonces, tendremos que conformarnos con el destino que nos tengan diseñado desde el Norte.

El futuro hay que imaginarlo. La promoción del fin de la historia nos condenó a los latinoamericanos y caribeños a padecer el futuro como una repetición del presente. No es aceptable que se nos considere como meras sombras de cuerpos ajenos. En nuestra América la historia no terminó: recién está comenzando.

No hay ninguna forma de cambiar la realidad si no comenzamos a verla como es, porque para poder transformarla hay que empezar por asumirla. Ese es el problema mayor que tenemos los latinoamericanos y caribeños: hemos estado ciegos de nosotros mismos. Durante 514 años hemos sido entrenados para vernos con otros ojos, con ojos de extranjeros.

Pero en los últimos años comenzamos a vernos con nuestros propios ojos, cansados de que nos expliquen quiénes somos, cómo somos, qué debemos hacer. Desde el Norte nos ven en blanco y negro –sobre todo en negro: solo aparecemos en las noticias si nos ocurre una desgracia- y, en realidad, somos un continente multicolor. Comenzamos a vernos con nuestros propios ojos, a reconocernos, para poder integrarnos, descolonizarnos, sureñizarnos. A vernos en el espejo y agradarnos, a ganar en autoestima.

Se trata de recobrar la palabra, de recuperar la memoria, las tradiciones, nuestros propios conocimientos ancestrales: pasamos del eterno diagnóstico inmovilizador a la acción.

Hay quienes dicen que otro mundo es posible. Nosotros, los latinoamericanos y caribeños hace muchos años que sabemos que otro mundo no es sólo posible sino necesario, imprescindible, y que lo estamos construyendo todos los días, y todos juntos, unidos. La política de dominación y expoliación, ha sido, por más de cinco siglos, la de dividirnos. Y estamos convencidos que no podemos coadyuvar a este proceso de integración regional que avanza impulsado por nuestros estados y también por los movimientos sociales que impulsan la unidad, si no nos conocemos entre nosotros.

Desde hace varios lustros, desde los medios comerciales recibimos dosis permanentes de noticias rápidas, al mejor estilo de la comida rápida, de información-basura. Pero los latinoamericanos y caribeños aprendimos a ver la televisión entre líneas, a no creer en la realidad virtual y a exigir que la realidad real también se refleje en las pantallas.

Estamos contra todo tipo de censura, directa o indirecta, oficial o autoaplicada, incluso de la que se disfraza de inmediatez sin confirmación, de ocultamiento de la realidad, de descontextualización, de manipulación, de tergiversación, de direccionalidad. Sólo tememos a la censura del usuario, del televidente, capaz de cambiar el canal o apagar su televisor si no se le ofrece lo prometido: una información veraz, rápida, contextualizada, plural, es decir de alta calidad.

No creemos en la esperanza a medida, dogmática. Creemos en la esperanza viva, en la vida. Telesur es un canal para tender nuevos puentes, para construir espacios de integración, de encuentro, de afectos. Es un lugar para descubrirnos, querernos y reinventarnos a través de una lente propia, escapando de los estereotipos que nos han enmarcado las miradas de otros. Con un lenguaje propio, con una identidad visual que nos permita mirarnos desde una perspectiva diferente y propia.

### **Democracia, ciudadanía**

La información que nos llega está contaminada con una serie de medias verdades demostrables factualmente, tergiversación, manipulación. Nadie duda de la necesidad de impulsar medios comunitarios, espacios realmente horizontales de información y formación, constructores de ciudadanía. Lo grave es tener la verdad y compartirla apenas con uno mismo.

Los medios comunitarios son un paso en la dirección de la democratización, pero por sí mismos no son suficientes. Se puede contar con centenares de medios comunitarios, pero si el 93% de la audiencia está controlada por una estructura monopólica de medios corporativos, será poco lo avanzado en la dirección de la democratización.

Telesur es una empresa multistatal latinoamericana, que desde el espacio público pone en marcha una estructura de alcance mundial y alta calidad para ofrecer las realidades del continente de forma inmediata, veraz, creíble, contextualizada, que favorezca matrices de opinión favorables a la integración de nuestros pueblos, de difundir perspectivas diversas y plurales en torno a los grandes temas y preocupaciones que afectan a los colectivos, para el fomento del debate y la conciencia crítica ciudadana. Se trata de ayudar a formar ciudadanos, no a formar consumidores o borregos políticos y/o religiosos.

Se trata de promover la diversidad cultural a fin de fortalecer la memoria histórica y la identidad colectiva de nuestros pueblos. Se trata de democratizar la producción de contenidos para garantizar esa diversidad y pluralidad.

Telesur es un proyecto geopolítico de los Estados latinoamericanos y caribeños: no es la meta, no es el fin, sino la demostración de que es posible otro tipo de comunicación. La meta debe ser la democratización del espectro

audiovisual, televisivo latinoamericano, crear nuevos canales para que las opciones al hegemonismo del Norte sean mayores para los latinoamericanos y caribeños.

Ya comenzamos a desalambrar los latifundios mediáticos latinoamericanos cuya meta es la democratización del espectro televisivo en nuestra región. Después más de cinco siglos, los latinoamericanos y caribeños nos sobreponemos a la afonía e invisibilidad de nuestras mayorías y comenzamos la conquista de nuestra propia voz, de nuestra propia imagen.

Hoy, frente al intento de imponer un pensamiento, un mensaje, una imagen únicos, Telesur surge en plural, reivindicando el nosotros, el sueño colectivo de una América nuestra.



## **PRINCIPIOS Y VALORES PERIODISTICOS DE TELESUR**

## **PRINCIPIOS Y VALORES PERIODISTICOS DE TELESUR**

### **PERIODISMO PARA LA INTEGRACION**

- 1.- Una televisora latinoamericana.
- 2.- Los protagonistas de la información.
- 3.- Compromiso social.
- 4.- Independencia.
- 5.- Veracidad.
- 6.- Rigurosidad.
- 7.- Transparencia.
- 8.- Protección de la dignidad humana.
- 9.- Protección de la información.
- 10.- Palabras e imágenes para la integración.

### **Capítulo 1: TRATAMIENTO DE LA INFORMACION EN TELESUR**

- 1.1 Los pueblos como protagonistas
- 1.2 Valoración de las noticias
- 1.3 Búsqueda de lo positivo
  - 1.3.1 Notas de interés humano
  - 1.3.2 Modelos
- 1.4 La subjetiva objetividad
- 1.6 Contextualización.
- 1.7 Trabajo colectivo
- 1.8 Relaciones con otros medios y empresas

### **Capítulo 2: TEMATICAS**

- 2.1. Política
  - 2.1.2 Guerras y otros conflictos bélicos
    - 2.1.2.1 *Contextualizar*
      - 2.1.2.2 *Historia*
      - 2.1.2.3 *Actores en conflicto y sus objetivos.*
      - 2.1.2.5 *Intereses e influencias ocultas*
      - 2.1.2.6 *Sensacionalismo*
  - 2.1.3 Terrorismo
  - 2.1.4 Encuestas de opinión
  - 2.1.5 Lectura de la prensa escrita.
  - 2.1.6 Geopolítica del Sur
    - 2.1.6.1 *Organizaciones internacionales*
    - 2.1.6.2 *Africa y Asia*
- 2.2 Sociedad
  - 2.2.1 Educación
  - 2.2.2 Medioambiente y hábitat
  - 2.2.3 Ciencia y Tecnología
  - 2.2.4 Salud
  - 2.2.5 Mujer
  - 2.2.6 Cuestiones de género, minorías y discriminación

- 2.2.7 Religión
- 2.3 Economía
- 2.4 Cultura
- 2.5 Deporte

### **Capítulo 3: COBERTURAS PERIODISTICAS ESPECIALES**

- 3.1 Tragedias y catástrofes
- 3.2 Secuestros
- 3.3 Elecciones e información electoral
- 3.4 Tratamiento informativo de juicios

### **Capítulo 4: GENEROS Y RECURSOS PERIODISTICOS**

- 4.1 Entrevistas
  - 4.1.1 Reserva de difusión
- 4.2 Ruedas de prensa
- 4.3 Fuentes
  - 4.3.1 Otros medios como fuentes
- 4.4 Consultas a analistas y/o expertos
- 4.5 Equilibrio entre valor noticias/disponibilidad de imágenes
- 4.6 Hechos no cubiertos
- 4.7 Telesur y la imagen de sus profesionales
- 4.8 Obstáculos a la labor profesional

### **Capítulo 5: COMPROMISO CON LA ETICA**

- 5.1 Anonimato en protagonistas de la noticia
- 5.2 Dignidad de las personas
- 5.3 Intimidad y honor
- 5.4 Infancia y adolescencia
- 5.5 Conflictos de intereses.
- 5.6 Off the record
- 5.7 Grabaciones de conversaciones telefónicas
- 5.8 Expresiones ofensivas, racistas o xenófobas
- 5.9 Rectificaciones
- 5.10 Material embargado

## **PERIODISMO PARA LA INTEGRACION**

**1.- Una televisora latinoamericana.** Telesur es una empresa multiestatal latinoamericana y caribeña que sirve de ventana para difundir información sobre nuestros países y nuestra realidad, que es distorsionada e invisibilizada por los medios comerciales. La decisión de los Estados miembros de crear y sostener Telesur nace de su compromiso por la integración y de alentar el derecho a la información y la libertad de expresión. Los profesionales de la comunicación de Telesur deben cumplir esta misión como compromiso profesional vital

**2.- Los protagonistas de la información.** Telesur es una empresa de gestión interestatal, cuyo objetivo es visibilizar a los pueblos del Sur, dar presencia, dentro del universo informativo, a la multiplicidad de voces e imágenes de

nuestros pueblos y naciones. Las comunidades, organizaciones y grupos sociales que forman el tejido histórico, social y cultural de América Latina y el Caribe, son protagonistas de la información en Telesur, en tanto forman parte de hechos noticiosos y procesos de interés colectivo.

**3.- Compromiso social.** Telesur asume de forma abierta y transparente su mayor compromiso por la integración latinoamericana, y se identifica con las luchas, esperanzas y búsquedas de los pueblos de América Latina y el Caribe, y en general, con las luchas de los pueblos y naciones por la liberación de toda forma de dominio u opresión. En ningún caso, ello supondrá que Telesur abandone el ejercicio periodístico y la misión de informar con veracidad y oportunidad.

**4.- Veracidad.** El principio de veracidad es irrenunciable y bajo ningún concepto se puede transigir en su defensa. En Telesur tiene cabida la información, la opinión, la interpretación, el enfoque, el debate, pero nunca la mentira o la desinformación.

**5.- Rigurosidad.** Telesur difundirá los acontecimientos con la mayor rigurosidad, sin someterse a las presiones del poder político, económico o de cualquier otro sector, que pretenda orientar la línea editorial del canal.

El tratamiento informativo se fundamenta en ofrecer noticias a partir de la fiabilidad y contrastación de las fuentes, la investigación y la contextualización. Telesur rechazará los rumores, el anonimato, verificará el origen de los datos que presenta, y ofrecerá todos los elementos de juicio posibles, evitando la espectacularización y el sensacionalismo en la información.

**6.- Transparencia.** Como norma general, Telesur presentará los datos de las personas e instituciones, y su relación como protagonistas de la información. Sólo en casos excepcionales, y por razones fundadas, y demostrables se podrá ocultar la identidad de la fuente.

**7.- Protección de la dignidad humana.** Sólo en casos muy concretos, por ejemplo, en situaciones donde la difusión de información puede generar riesgos para la vida humana, Telesur considerará limitar su labor informativa.

El derecho a transmitir y recibir información debe ser permanentemente sopesado con el derecho ciudadano al respeto de la intimidad y dignidad. En general, el derecho de la colectividad a recibir información prevalecerá cuando las acciones individuales tengan lugar en espacios públicos, cuando sean notorias en razón del carácter público de las personas aludidas, o por la publicidad ya dada al hecho. En cambio, la difusión de hechos que ocurren en ámbitos privados tendrá que estar debidamente razonada y justificada.

**8.- Protección de la información.** El secreto profesional es un derecho de la fuente que será respetado por el periodista, pero su uso será excepcional. Telesur valorará que la información aportada por fuentes que no desean identificarse sea de verdadero interés colectivo antes de ser divulgada. En tal caso, se deberán considerar cuidadosamente varias circunstancias: si no existe

otra forma de obtener la información, si la fuente es fiable y si la revelación de su identidad puede poner en peligro su integridad. Telesur amparará y protegerá a los periodistas y defenderá su derecho al secreto profesional.

**9.- Palabras e imágenes para la integración.** Telesur es una televisora para la integración, que enfocará la diversidad cultural y étnica latinoamericana y caribeña con capacidad de fascinar desde presupuestos estéticos contemporáneos, mostrando lo "real maravilloso" de nuestra América. A Telesur le interesan los pueblos y naciones, la gente y dónde éstos desarrollan su vida, sus luchas, sus sueños. Por ello, la imagen debe centrarse en la calle, el barrio, el pueblo, la casa, la escuela, la fábrica; en el terreno político, económico, laboral, social, deportivo, cultural, comunitario, ciudadano. El ciudadano es protagonista, pero no sólo cuando protesta sino en cada expresión de su vida en colectividad.

La promesa periodística de Telesur es la de presentar una auténtica visión de cambio e integración de las realidades de los pueblos: conectarse con la esencia popular de los cambios que se operan en sus realidades para producir una experiencia televisiva auténtica y motivante.

La voz de Telesur será fiel e informal, rápida, enérgica, convencida y divertida. Explotará la multiplicidad y riqueza de los acentos con que se habla el español en nuestro continente, y defenderá la autenticidad sonora de las otras lenguas (autóctonas, portugués, inglés, francés), promoviendo el correcto uso y conocimiento público.

## **TRATAMIENTO DE LA INFORMACION EN TELESUR**

### **1.1 Los pueblos como protagonistas**

Ante cualquier debate de interés público, propuestas o iniciativas gubernamentales o supragubernamentales, Telesur difundirá junto a las mismas, la posición de los grupos sociales afectados o involucrados. Se deberán presentar los distintos intereses o puntos de vista sobre los temas controvertidos, haciendo visible la representatividad social, económica o cultural de los diferentes actores, así como las versiones oficiales.

Las informaciones gubernamentales e institucionales serán hechos noticiosos para Telesur sólo si tienen relevancia, importancia social o actualidad. Una reunión tendrá importancia noticiosa en la medida que lo tenga su agenda. La práctica periodística de Telesur debe ajustarse siempre al valor informativo de los hechos y al interés general de los pueblos y naciones latinoamericanas.

En síntesis, la vocación de Telesur es claramente social, al servicio de la comunidad, de sus valores y derechos y de la integración.

## **1.2 Valoración de las noticias**

Telesur tiene una agenda informativa propia, la cual se define y ejecuta independientemente de los despachos difundidos por las agencias de noticias internacionales. En ningún caso las agendas informativas externas dominarán la pauta de Telesur.

Ante cualquier información, Telesur agotará las vías para acceder a las fuentes originales. A falta ésta, se debe contrastar con una segunda fuente.

Una meta estratégica de Telesur es convertirse en fuente informativa. Ello significa ofrecer información relevante y novedosa, capaz de influir en las agendas informativas de otros medios de difusión.

Es fundamental seleccionar contenidos significativos, dignos de ser conocidos, así como articular la agenda periodística con las realidades, problemas y búsquedas de los pueblos y naciones del Sur.

Las informaciones en Telesur deben ser producto de la búsqueda creativa y la investigación sistemática. Cuando la naturaleza de la información así lo exija, Telesur buscará confirmación o reacciones a la información, a través de fuentes alternativas: medios comunitarios, organizaciones sociales, etc.

Ejemplo: Rasgos considerados como valores de prestigio y de trascendencia informativa en medios comerciales, no lo son en Telesur. El pertenecer a la aristocracia europea, la notoriedad debido a la fama, o poseer grandes riquezas económicas no son cuestiones que conviertan a nadie en protagonista.

## **1.3 Búsqueda de lo positivo**

Telesur, mostrará la realidad latinoamericana en toda su extraordinaria complejidad, incluyendo las situaciones de injusticia social, conflictos, demandas ciudadanas, así como los procesos sociales, económicos y/o culturales de cambio y transformación.

Telesur apostará informativamente por el futuro y la esperanza de los pueblos del Sur. Se esforzará por descubrir y presentar experiencias positivas y logros conseguidos por los pueblos y sus organizaciones. Noticias constructivas, alentadoras, frescas, que muestren el rostro y las realidades que ocultan los medios comerciales.

Se destacarán las propuestas, iniciativas y acciones que promuevan la prevención de catástrofes y/o tragedias producidas por la acción del hombre, las informaciones que promueven la solidaridad entre los pueblos del Sur, y en general, todas aquellas iniciativas, propuestas y políticas públicas que alienten el progreso de las naciones del Sur.

### **1.3.1 Notas de interés humano**

Las tragedias se ilustran fácilmente con imágenes, pero los logros necesitan concretarse para poder ser visibles. Es objetivo de Telesur retratar el desarrollo de la vida en América Latina y el Caribe, sus ciudadanos, sus problemas, sus luchas y preocupaciones, sus elementos de identidad común. Los protagonistas no son números, ni sus causas se miden en frías cifras.

Ejemplo: Para Telesur es noticia una historia de interés humano de una etnia indígena que sigue manteniendo su cultura, un grupo de trabajadores que están sacando adelante una fábrica recuperada, la historia de un niño de cinco años que debe trabajar en una mina para ayudar a mantener a su familia, la vida en un barco ecologista que se va a enfrentar en alta mar con un barco ballenero, la lucha por salir adelante de un joven que está en prisión.

En Telesur debe haber sitio también para los sueños, individuales y colectivos.

Ejemplo: la historia de superación de un jugador de béisbol o de fútbol, de quienes han dejado una cómoda vida en la ciudad para compartirla en proyectos solidarios, de apasionados que hacen cine con una sencilla cámara en mano en duras condiciones...

### **1.3.2 Modelos**

Telesur reflejará los modelos de éxito basados en la superación personal y colectiva, el esfuerzo creador, la cooperación, el trabajo y la solidaridad, en clara oposición a los referentes de éxito meramente individualistas y mercantiles. El éxito no se medirá en función de la riqueza, la fama o el status social o de otro tipo, alcanzado por una persona o institución, sino por el impacto beneficioso que su acción ejerza sobre la comunidad a la que pertenece.

### **1.4 La subjetiva objetividad**

Los hechos noticiosos son objetivos, el periodismo no. Cualquier relato de un hecho, desde el momento de su selección, nos sitúa en el terreno de la subjetividad, puesto que siempre existe un nivel de interpretación de lo acontecido. Para Telesur, esa interpretación está atravesada por el compromiso ético de ofrecer a su audiencia información relevante, útil, oportuna y veraz.

Se puede hablar de objetividad informativa siempre que signifique honestidad intelectual y profesional del informante. Objetividad y equilibrio no significan neutralidad.

### **1.6 Contextualización.**

Los acontecimientos diarios sólo se comprenden dentro del contexto en que se producen. Ningún hecho ocurre de forma aislada, espontánea; todos forman

parte de procesos acaecidos en el tiempo e interrelacionados entre sí. En la difusión de informaciones, Telesur contemplará obligatoriamente el seguimiento de los hechos, la evolución de las historias, el desarrollo de los conflictos.

Los hechos deben situarse geográfica e históricamente, relacionarlos, investigar y revelar las causas, prever consecuencias, detectar los actores e intereses que se encuentran detrás de cada acontecimiento.

Contextualizar no significa comentar u opinar, sino ofrecer elementos para que la audiencia saque sus propias conclusiones, y perciba la trascendencia que tiene en su vida la actualidad internacional.

Telesur debe tomar como método la investigación y consulta interdisciplinaria sobre los temas controvertidos y complejos.

Los periodistas, en su trabajo de cobertura informativa, evitarán expresar simpatía o rechazo a gobierno, grupo político o religioso alguno, ni a decisiones tomadas por ellos, y garantizar que la diversidad de voces e imágenes de nuestros pueblos lleguen a la ciudadanía.

### **1.7 Trabajo colectivo**

El producto final de Telesur es colectivo, ningún profesional puede considerarse propietario, garante o autor del resultado final. Hacer periodismo televisivo es para Telesur un proyecto en común, el cual se debe concretar en dinámicas de trabajo basadas en la cooperación y la solidaridad donde se expongan las iniciativas, propuestas, críticas y diferencias con total naturalidad.

El trabajo colectivo no impedirá tener delimitadas las funciones de naturaleza técnica y profesional, el desarrollo de funciones particulares y especialidades, así como exigir las responsabilidades oportunas a cada trabajador cuando proceda.

### **1.8 Relaciones con otros medios y empresas**

Bajo los principios de cooperación y democratización de la comunicación, Telesur podrá establecer relaciones de cesión de contenidos con medios públicos, independientes y comunitarios y de derechos de transmisión, intercambio y/o compraventa de productos con medios comerciales.

Telesur es un espacio público latinoamericano cuya línea editorial o funcionamiento no está condicionado por ingresos provenientes de publicidad o criterios de rentabilidad empresarial. Ello no limitará la posibilidad de contar con patrocinantes en determinados casos. El objetivo de Telesur es que su señal sea difundida al mayor número posible de personas, a través de transmisión directa o retransmisiones, para garantizar el acceso de los pueblos, comunidades y ciudadanos a una información con sello latinoamericano-caribeño.



## **2. TEMATICAS**

### **2.1. Política**

La vida política se desenvuelve sobre el espacio de lo público y se relaciona con las actividades del gobierno, de las organizaciones políticas y de los distintos actores sociales, en especial, con la participación de los ciudadanos en los asuntos que atañen a la vida colectiva.

En el tratamiento de la información política, Telesur valorará el espacio público, que ha sido y es trivializado y desprestigiado por los medios comerciales, que privilegian una visión negativa de los procesos políticos y sociales. Telesur hará su cobertura bajo el fundamento de que la política es una actividad esencial de las sociedades, y resaltará los esfuerzos en pro de la integración solidaria de los pueblos, los logros y avances de las políticas y legislaciones públicas nacionales y regionales, y las innovaciones en los procesos de participación.

Telesur atenderá con especial interés los hechos y procesos geopolíticos, los conflictos mundiales y regionales contra la hegemonía y por la independencia, contra la dominación y por la liberación, que afectan los procesos políticos internos en cada país.

En la cobertura de denuncias sobre hechos de corrupción, Telesur deberá corroborar, de forma escrupulosa, la confiabilidad de las fuentes, para informar de forma respetuosa y ética, sin que ello signifique abandonar su compromiso con el interés colectivo.

#### **2.1.2 Conflictos bélicos**

Telesur es una herramienta para la paz y la convivencia. Los conflictos bélicos nunca serán presentados como espectáculo, sino como el choque de intereses entre grupos, fuerzas sociales o nacionales. Los intereses en pugna, su origen y la finalidad de los conflictos deben explicarse a la audiencia.

Las informaciones difundidas por Telesur valorarán altamente las consecuencias sociales y humanas de las guerras y demás conflictos bélicos, como una forma de generar conciencia social acerca de la injusticia de tales fenómenos, denunciando las violaciones a los derechos humanos y los crímenes contra la humanidad que se producen en las guerras.

Telesur debe hacerse eco de las diferentes propuestas de acuerdo, reconciliación y/o negociación para que la audiencia valore las diferentes posiciones, y en general, promoverá con sus informaciones una cultura de la paz..

##### **2.1.2.1 Contextualizar**

###### *2.1.2.2 Historia*

Los conflictos tienen un desarrollo precedente, una historia que los determina, tales como luchas por la liberación nacional, tensiones nacionalistas, orígenes coloniales, elementos étnicos y religiosos, intenciones hegemónicas e imperiales. Los profesionales de Telesur se esforzarán por investigar y presentar los antecedentes de todo conflicto reportado.

#### *2.1.2.3 Actores en conflicto y sus objetivos*

La perspectiva de un solo actor deforma el objetivo de informar adecuadamente de un conflicto o una guerra. En su cobertura informativa, Telesur identificará y diferenciará claramente los intereses, grupos o actores en pugna.

De la misma manera, en un conflicto o guerra, cada actor posee objetivos y proyectos políticos, económicos o sociales por el que se enfrenta a los otros actores. Se informará desentrañando estos objetivos, buscando ofrecer un panorama integral a la audiencia.

#### *2.1.2.5 Intereses e influencias ocultas*

Los diferentes actores y grupos en conflicto tienen detrás apoyos y adhesiones nacionales o internacionales no siempre reconocidas, que deben diseccionarse para comprender el conflicto. Para entender una guerra de ocupación, o la invasión a una nación por parte de otra, es importante identificar los intereses y actores económicos, militares y políticos en juego, hacerle seguimiento a su comportamiento, las alianzas explícitas e implícitas que se generan y los intereses que las motivan.

#### *2.1.2.6 Sensacionalismo*

Telesur debe evitar la explotación sensacionalista de imágenes asociadas a hechos espectaculares en el desarrollo de un conflicto, guerra, o de desastres derivados de la guerra. Las imágenes deben ser aprovechadas para explicar al mundo lo que realmente está sucediendo, respetando la dignidad de las víctimas.

En la cobertura de acciones de guerra se evitará recrearse visualmente y de palabra en las escenas de dolor y de padecimiento de las víctimas. También se manejará con prudencia imágenes de los cuerpos humanos sin vida o con graves mutilaciones, y se evitarán los primeros planos de cadáveres o de personas malheridas, mutiladas o presas de pánico, frecuentes en este tipo de situaciones.

### **2.1.3 Terrorismo**

El término terrorismo ha estado sometido históricamente a sesgos, maniqueísmos y tergiversaciones por parte de los medios comerciales. Generalmente, el término es utilizado para descalificar las luchas de liberación nacional en países o regiones del mundo. Desde otra perspectiva, existen también fenómenos que pueden catalogarse de terrorismo económico,

biológico, psicológico, ambiental, entre otros, habitualmente ocultos o presentados de una manera sesgada.

Telesur tratará de evitar el uso del término terrorista por contener elementos valorativos que lo invalidan informativamente y lo utilizará sólo cuando existan sobradas pruebas de que se trata de acciones que tienen como objetivo a civiles indefensos, y son ejecutadas con abuso de fuerza y ausencia de riesgo por parte del agresor.

Cuando existan procesos de naturaleza histórica, social o política que ayuden a comprender la ocurrencia de hechos violentos en alguna región o país, Telesur recurrirá siempre a la contextualización de los hechos sobre los que informa, buscando ofrecer a la audiencia una explicación integral, y evitará hacer uso inconciente de términos policiales y/o militares.

Asimismo, Telesur denominará terrorismo de Estado a la utilización por parte de un gobierno de métodos ilegítimos -incluso a través de fuerzas paramilitares y/o parapoliciales- orientados a inducir el miedo en la ciudadanía para alcanzar sus objetivos económicos, políticos o militares. En América Latina, el terrorismo de Estado ha constituido una práctica histórica, traducéndose en miles de muertes, desapariciones, tortura y prisión de ciudadanos. Por este hecho, Telesur se mantendrá permanentemente atento a la reiteración de este fenómeno en nuestros países.

#### **2.1.4 Encuestas de opinión**

Las encuestas o sondeos de opinión son un elemento de investigación válido, y deben ser usados en cuanto posean valor informativo, como complemento de una información, y nunca como instrumento de creación de tendencias en la opinión pública. En este sentido, Telesur estará atento al frecuente intento por parte de algunas fuentes, de ofrecer sondeos que buscan moldear determinadas opiniones.

Las informaciones de Telesur que contengan datos y/o resultados de encuestas de opinión pondrán especial atención al principio de exposición neutral de los resultados. Se debe incluir siempre la ficha técnica de una encuesta: quién la hizo, para quién, con qué margen de error, qué período de tiempo abarca, el universo, el método utilizado.

Telesur evitará en lo posible publicar encuestas cuya fuente sean otros medios de difusión. De ser necesario hacerlo, se citará siempre al medio que ha realizado o encargado el sondeo, además de toda la información técnica disponible.

No se debe confundir encuesta o sondeo de opinión con el recurso periodístico de presentar distintas opiniones sobre un tema de actualidad. En este caso, deberá identificarse claramente como el género informativo encuesta periodística.

#### **2.1.5 Lectura de la prensa escrita.**

La lectura en pantalla de titulares y segmentos de información de diarios y/o revistas se podrá realizar siempre y cuando se respeten los objetivos editoriales de Telesur; en tanto dicha lectura sirva como complemento a una información generada por Telesur; promueva el ejercicio crítico del profesional que lo utilice, o para la difusión de las opiniones e informaciones de medios alternativos a la gran prensa mundial.

### **2.1.6 Geopolítica del Sur**

El lema de Telesur, "Nuestro Norte es el Sur", define taxativamente su accionar dentro de un orden internacional injusto: visibilizar la lucha de los pueblos por la paz, la autodeterminación, el respeto por los derechos humanos y la justicia social.

Este hecho no es exclusivo de la geopolítica mundial. También existe un sur en los países del norte donde se encuentran amplios sectores sociales en situación de pobreza, y un norte en los países del sur, con sectores enriquecidos y hegemónicos, mientras la población mayoritaria apenas subsiste, excluida de los beneficios de la sociedad. Esta división social, económica y cultural tiene su reflejo igualmente en el modelo comunicacional.

Telesur apuesta por la defensa del sur como concepto geopolítico y nuevo protagonista de la información y generador de contenidos.

#### ***2.1.6.1 Organizaciones internacionales***

Telesur tendrá en cuenta en su agenda informativa a las organizaciones multilaterales que participen de los objetivos de dotar de protagonismo al Sur y cuyas informaciones son sistemáticamente silenciadas o distorsionadas por los medios comerciales, como el Movimiento de Países de los No Alineados, la Asamblea General de la ONU, el Grupo de los 77, la Unión de Naciones del Sur (UNASUR), la Organización de la Unión Africana, la Liga Árabe, el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), entre otros.

#### ***2.1.6.2 África y Asia***

África es el Sur del Sur, el gran olvidado, ya que los medios comerciales sólo se acuerdan de este continente cuando aparecen muertes, guerras, catástrofes o tragedias, o a partir de una visión exótica, discriminatoria y excluyente.

Telesur debe reflejar adecuadamente elementos de la realidad africana, explicar sus procesos, sus luchas, sus culturas, su historia, sus precedentes, y aportar las claves que permiten entender lo que allí sucede: los intereses de las potencias y las transnacionales, los diferentes sectores en conflicto, el olvido mundial del continente y su gente.

El mismo tratamiento deberá dársele a la realidad del continente asiático, como factor importante del concepto geopolítico del Sur.

## **2.2 Sociedad**

La educación, la salud, el trabajo, la energía, la vivienda, el agua, un ambiente sano, entre otros, son derechos humanos que constituyen garantía de una vida digna. En el Sur, muchos de estos derechos son desconocidos por los propios ciudadanos. En el ejercicio del derecho a la información y la libre expresión de todos los ciudadanos, Telesur debe trabajar para la más amplia difusión de estos derechos individuales y colectivos.

Telesur dará atención en su agenda al debate mundial que se produce en torno a la privatización de los mismos, como graves atentados contra los derechos universales del ser humano.

### **2.2.1 Educación**

Telesur está comprometida con la defensa de la educación y la cultura, en el terreno de la formación integral del ser humano.

Telesur difundirá los hechos relacionados con la educación, enfocándola como un derecho social y humano que debe ser garantizado y asistido por parte de los Estados, mediante fórmulas que permitan la participación de las comunidades y el respeto a su idiosincrasia.

### **2.2.2 Medioambiente y hábitat**

Los recursos naturales son un patrimonio de los pueblos. Telesur incorporará a su agenda informativa los esfuerzos de las organizaciones sociales y gobiernos del Sur en el control soberano de sus recursos medioambientales, y por generar políticas de desarrollo en un contexto de respeto y uso racional de sus recursos naturales.

Telesur informará de forma amplia acerca de los temas y problemas ambientales y ecológicos, sus causas, responsabilidades institucionales y corporativas, y sus consecuencias, así como la respuesta de la ciudadanía ante la problemática.

Ejercerá un periodismo preventivo que ayude en la formación de una conciencia social acerca de los problemas ambientales y sus soluciones y difundirá las informaciones relacionadas con el turismo ecológico, el patrimonio natural y las bellezas paisajísticas, junto a la necesidad de su conservación.

### **2.2.3 Ciencia y Tecnología**

Para Telesur, la ciencia y la tecnología deben estar al servicio de la mejora de vida de los seres humanos, y en su labor informativa debe garantizar que los resultados de las investigaciones científicas y los adelantos tecnológicos puedan ser conocidos por todos con lenguaje comprensible y didáctico.

Telesur analizará críticamente alertará a la audiencia cuando la ciencia y la tecnología se utilizan en función del beneficio de élites, o en perjuicio de la sociedad, y denunciará las dificultades o imposibilidades del acceso de sectores de población a los avances que redundan en la mejora de su calidad de vida.

Telesur cuidará de que la información sobre avances científicos y tecnológicos no se convierta en publicidad encubierta de productos y marcas comerciales. De la misma manera, incorporará permanentemente a su agenda la información sobre instituciones públicas y sin fines de lucro que realizan investigación científica en aras del progreso social.

#### **2.2.4 Salud**

Telesur pondrá especial atención en difundir y fomentar las iniciativas sanitarias dirigidas a la búsqueda de solución a graves problemas de salud pública. Todos los avances teóricos o técnicos producidos por sectores públicos, privados o comunitarios para el cuidado de la salud deben ser conocidos por la comunidad.

Telesur acometerá con ética y máximo rigor, la difusión de nuevos medicamentos, tratamientos, terapias sin exagerar los potenciales beneficios o eventuales problemas.

Telesur tendrá especial cuidado de que en la cobertura informativa de forma involuntaria se colabore en la difusión de publicidad encubierta. Cuando informe de prácticas médicas y terapias tradicionales utilizadas por culturas autóctonas lo hará con rigor, seriedad y asesoramiento científico.

Telesur debe estar en disposición de colaborar con las autoridades sanitarias si se le requiere por motivos de interés social ante determinadas situaciones o informaciones que sea oportuno difundir.

#### **2.2.5 Mujer**

Pese a ser el principal agente de cambio social en nuestra región, la mujer ocupa el sur del orden social establecido. Telesur apoyará la lucha de las mujeres por la igualdad de condiciones con los hombres, y evitará los estereotipos explotados por los medios comerciales que convierten a la mujer en un objeto.

Telesur considera la violencia contra las mujeres un atentado contra los derechos humanos y en consecuencia observará las siguientes directrices:

En la cobertura de casos de violencia de género, no se tratarán los casos como hechos aislados sino como parte de la violencia en general que produce la sociedad. Se destacará la existencia de violencia psicológica, así como la importancia de la corresponsabilidad de toda la sociedad en hacer frente a este fenómeno.

Se hará visible la solución de casos de violencia contra las mujeres, y sobre todo se otorgará relevancia informativa a la recuperación de las mujeres agredidas.

Se divulgarán los aspectos innovadores de la legislación, de políticas públicas, y en general, de todo el conjunto de medidas de protección destinados a la prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres.

Se respetará el derecho al anonimato y a la intimidad de las mujeres agredidas.

Se tratará de manera igualitaria a hombres y mujeres y no se reproducirán estereotipos que contribuyan a banalizar, frivolar o justificar la violencia o la discriminación contra las mujeres. Se evitarán las imágenes y las expresiones verbales sensacionalistas, morbosas o dramáticas en las informaciones sobre la violencia contra las mujeres.

También se evitará presentar los maltratos o los asesinatos como “crímenes pasionales” porque eso induce a creer que la responsabilidad del agresor está disminuida por una obsesión incontrolable, y también porque puede llegar a provocar en determinadas personas un efecto de imitación.

Como regla general, se evitará el uso ambivalente del masculino/ femenino, recurso meramente formal que no significa el reconocimiento de la igualdad de géneros.

### **2.2.6 Cuestiones de género, minorías y discriminación**

Telesur no discriminará a ninguna persona por su orientación sexual, su religión, raza, origen social o condición económica, y respetará las identidades y denominaciones que cada grupo se atribuya.

Telesur contribuirá, de forma sistemática y permanente, a la difusión nuestro origen e identidad, incluyendo en su agenda todas aquellas informaciones que contribuyan al conocimiento de la diversidad cultural de nuestros pueblos, su historia, sus sistemas socio-culturales-económicos y políticos.

La tarea periodística debe respetar las denominaciones que los pueblos elijan para sí mismos, las formas de comunicación, su cultura y sistema de creencias.

### **2.2.7 Religión**

Telesur es un canal laico, donde las religiones tendrán cabida como información de la expresión cultural de las diferentes sociedades. Se difundirán celebraciones religiosas por estrictas razones informativas.

Los profesionales de Telesur no exhibirán en pantalla simbología religiosa alguna. Telesur respetará los principios religiosos de sus invitados y entrevistados. De la misma manera, se respetarán las tradiciones religiosas, y Telesur adaptará su labor periodística cuando esta labor pueda afectar el sentimiento religioso de algún pueblo o comunidad.

Todas las creencias, así como sus seguidores, gozarán del mismo respeto por Telesur, lo que no impedirá que puedan ser analizadas, comentadas o criticadas en momentos puntuales por parte de analistas.

Los términos integrismo o fundamentalismo no deben vincularse en exclusiva con la religión del Islam porque se refieren a las facciones más radicales de todas las religiones monoteístas.

## **2.3 Economía**

La información económica en Telesur deberá ser tratada con rigurosidad, veracidad y consistencia, y será contrastada hasta agotar las fuentes.

La economía tiene para Telesur un interés esencialmente humano. Junto a las cifras y estadísticas, al lado de las decisiones de política económica que toman los gobiernos y las inversiones que realizan las empresas, Telesur destacará los efectos que los hechos económicos tienen para las colectividades y los ciudadanos.

Telesur se esforzará por usar un lenguaje accesible, y comprensible para los ciudadanos, sin trivializar la información técnica y la complejidad de los hechos económicos.

Telesur no hará publicidad encubierta a través de la información económica a ningún producto, bien, servicio, empresa o particular. Los profesionales de Telesur serán independientes de la fuente económica y rechazarán cualquier obsequio, donación u otra prebenda por parte de éstas.

Telesur incorporará a su agenda hechos y situaciones que se encuentran fuera de la agenda del periodismo económico de los medios comerciales. Esto supone ir más allá de las cifras macroeconómicas abordando temas como los índices de desarrollo humano, la economía informal, los derechos laborales, el trabajo infantil, la siniestralidad en los sitios de trabajo, entre muchos otros.

Informaciones que aparentan reflejar la situación económica, sólo forman parte de la interpretación ideológica de un sector de la sociedad. Las cotizaciones de los mercados de valores (la Bolsa) no son en sí mismos indicadores de la mejora o empeoramiento de una economía, y sólo tienen interés para una elite económica.

Para Telesur es compromiso esencial difundir las iniciativas y proyectos de integración y desarrollo económico de los pueblos del Sur, tales como los de integración energética, los desarrollados en Mercosur, el Alba, Caricom, etc., sus avances y éxitos, normalmente silenciados en los medios comerciales.

Telesur privilegiará el universo de la economía social frente al mundo de los negocios e incorporará de forma permanente a su agenda la cobertura y seguimiento a las experiencias e innovaciones exitosas en materia de economía popular, cooperativismo, pymes, empresas recuperadas por los



trabajadores y todas aquellas formas de asociación que apunten a la democratización de la actividad productiva, y a la búsqueda de un modelo alternativo al del mercado capitalista neoliberal.

Telesur concibe la economía como un proceso dirigido al uso de los recursos materiales de una comunidad, con el fin de satisfacer necesidades esenciales, superar la pobreza y la desigualdad social. Telesur no hará apología al consumismo, ni al culto al dinero, o a la acumulación de riquezas como fines en sí mismos.

Telesur denunciará como contrario al interés de la humanidad, el dominio, saqueo, o control de los recursos y la economía de una nación por parte de potencias o empresas transnacionales.

Los conflictos en empresas, huelgas y reclamos laborales deberán ser informados en su contexto recogiendo la posición de todas las partes y explicando los elementos y diferencias objeto de discrepancia y confrontación entre los diferentes sectores implicados, destacando el impacto humano y social de los mismos.

Los meros anuncios de eventos económicos no son noticia si no se insertan en el contexto de sus antecedentes y consecuencias. Telesur tratará con sumo cuidado la difusión de predicciones económicas y rumores que afectan las expectativas individuales y colectivas, e influyen en el comportamiento de las variables económicas.

## **2.4 Cultura**

Para Telesur, cultura es una expresión de la vida de los pueblos y no la mera contemplación por parte de algunos de la creatividad de otros.

Telesur se esforzará en la difusión y visibilización de la cultura protagonizada por los pueblos, desde la más sana curiosidad intelectual y vocación cultural.

El espectáculo comercial no es necesariamente cultura, aun cuando muchas veces ésta va acompañada de un espectáculo grato y de calidad. Telesur no asumirá el parámetro mercantil en la valoración de los productos culturales y evitará convertirse en rehén irreflexivo de campañas de promoción, generalmente provenientes de multinacionales del ocio. Su oferta informativo cultural no dependerá de los ritmos del mercado.

Telesur dedicará especial atención a las manifestaciones culturales urbanas, reflejo de las inquietudes de nuevas generaciones. El acervo cultural indígena, afroamericano y autóctono, así como las iniciativas públicas e institucionales destinadas al rescate de las expresiones culturales populares, tendrá un lugar destacado en la agenda de Telesur.

## **2.5 Deporte**

En Telesur se recogerán las expresiones deportivas en América Latina y del Caribe y el desempeño de sus deportistas en competiciones internacionales.

Deporte no es sinónimo de un espectáculo comercial que se agota en la competición. Es ante todo una práctica saludable y de valor social. Todas esas expresiones tendrán espacio en la información difundida por Telesur, en especial cuando suponen una alternativa de superación personal, lucha contra la marginación y modelos de integración social y encuentro cultural.

Telesur debe denunciar el negocio en el que los deportistas se convierten en mero objeto comercial, publicitario, o de apoyo a estrategias de mercadeo.

El deporte despierta pasiones y subjetividades. Los profesionales no expresarán parcialidad alguna en la cobertura de hechos deportivos.

Las expresiones públicas de apoyo a equipos, deportistas y atletas serán inmediatamente reprobadas si van unidas a violencia, nacionalismo excluyente, xenofobia o racismo.

Telesur evitará la adulación y los estereotipos chovinistas y étnicos, que acentúan diferencias que deben soslayarse. Las actitudes delictivas de grupos o individuos que pervierten la función social del deporte serán investigadas y denunciadas con la mayor determinación.

### **3. COBERTURAS PERIODISTICAS ESPECIALES**

#### **3.1 Tragedias y catástrofes**

De las tragedias y grandes catástrofes, que producen escenas de gran dolor y padecimiento, hay que diferenciar dos tipos en cuanto a su tratamiento:

- a) Las que son originadas por el uso irracional de tecnologías y productos que afectan al ecosistema mundial, dentro de un orden económico de explotación y consumismo
- b) Las que son consecuencia de un accidente natural, es decir, generado por la propia naturaleza.
- c) Las que ocurren por un accidente humano involuntario, aunque pueda haber responsables, directa o indirecta, por acción u omisión.

En todos los casos hay elementos comunes: un grupo de víctimas y de familiares directamente afectados por la tragedia. El dolor y el padecimiento son sentimientos profundos y que por lo tanto forma parte de la privacidad de las personas.

A la hora de informar sobre un hecho trágico se deberá tener en cuenta que el valor de una vida humana es siempre el mismo. No hay muertes de diferentes categorías, del mismo modo que no hay personas de primera o de tercera categoría.

En el caso de una tragedia, accidente o catástrofe debe darse prioridad a la difusión de cualquier medida o recomendación que pueda salvar vidas humanas o reducir el riesgo de peligro para la población de la zona afectada.

En la cobertura informativa se tendrán en cuenta las siguientes directrices:  
Evitar recrearse (visualmente y de palabra) en las escenas de dolor y de padecimiento de las víctimas. Se manejará con prudencia imágenes de los cuerpos humanos sin vida o con graves mutilaciones, se evitarán los primeros planes de cadáveres o de personas malheridas, o en estado de conmoción.

Evitar especialmente inmiscuirse en la esfera íntima de las víctimas y de sus familiares. Igualmente, se pedirá autorización a quien corresponda para transmitir funerales o actos privados relacionados con las víctimas.

Evitar las reiteraciones exageradas de los mismos hechos y de las mismas imágenes, para no profundizar todavía más el dolor de las víctimas y de sus familiares.

Cuando ocurran muertes o heridos se extremará la prudencia a la hora de dar nombres o identidades. Los nombres no se harán públicos hasta que hayan sido reconocidos oficialmente y, siempre que sea posible, después de que hayan sido notificados los familiares.

En el tratamiento visual, se tratará que los espectadores no puedan identificar a un cadáver, excepto en los casos de personas de gran relevancia pública, y en caso de que la identificación del cadáver no pueda provocar, debido a la distancia, ningún padecimiento a los familiares.

En caso de accidentes se evitará especular sobre la responsabilidad de alguna persona (conductor, constructor, ingeniero, piloto) y sobre la posible causa de los hechos, sin una base jurídica o de alguna autoridad relacionada con lo ocurrido.

También se evitará enviar mensajes alarmistas, que incrementen el pánico colectivo que se puede producir tras la ocurrencia de un desastre o tragedia.

La contextualización, explicación y saldo humanitario de eventos de este tipo deben tener prioridad en la cobertura de Telesur. En caso de desastres o accidentes generados por la acción del hombre, Telesur deberá establecer la investigación seria de las eventuales responsabilidades. Debe recordarse que ésta no es sólo individual sino que con frecuencia corresponden a organizaciones públicas o privadas. Debe interesar, además, la búsqueda de soluciones así como los aspectos preventivos.

### **3.2 Secuestros**

Por su similitud humana con los hechos trágicos, los casos de secuestros serán tratados bajo los mismos principios generales. En tales situaciones, Telesur confirmará primero con alguna autoridad, que se trata efectivamente de un

secuestro, actuará informativamente con la mayor prudencia y evitará no entorpecer las gestiones de las autoridades dirigidas a la solución.

### **3.3 Elecciones e información electoral**

Telesur tratará la información electoral con estricto apego a las normativas vigentes en cada país, guardando un adecuado equilibrio con su obligación de ofrecer a su audiencia información veraz y oportuna.

Para Telesur la información electoral no se reduce a las campañas electorales, y éstas últimas no serán enfocadas como espectáculos, torneos o como un conjunto de anécdotas que conducen a una elección. Los procesos de elección, sobre todo cuando involucran a altas autoridades de una nación, reflejan siempre los conflictos de intereses, proyectos y visiones de país de los distintos grupos sociales, económicos y políticos.

Para Telesur es tan importante informar sobre los candidatos y partidos, como de sus programas y propuestas. Es en los programas de gobierno, o incluso en las agendas ocultas, donde se expresa el proyecto político que se ofrece al electorado.

El modelo de información comercial sacraliza la liturgia electoral y la iguala a democracia para, una vez cumplida el rito, legitimar cualquier política por impopular que sea. Resulta esencial para Telesur enfrentar ese estereotipo mediante la incorporación permanente de diversos elementos habitualmente ignorados, tales como las respuestas y críticas sociales a las distintas ofertas electorales.

En el caso de elecciones presidenciales, la agenda de Telesur equilibrará las habitualmente sesgadas informaciones recibidas de los candidatos y partidos, con investigación propia, surgida del análisis de académicos independientes y diversos actores sociales, como líderes comunitarios, culturales, etc. Igualmente, se presentará a la audiencia la historia de los diversos candidatos, sus orígenes, su experiencia, y su trayectoria humana, política y profesional.

Se evitará la calificación maniquea de candidatos y partidos. Un candidato u opción será siempre calificado en función de su propia y voluntaria definición política, sin recurrir a comodines, lugares comunes, o al uso de los calificativos endilgados por los adversarios o los medios. En ese caso, será siempre un candidato “de izquierda” y no “izquierdista”, “de derecha” y no “derechista”, “oficial” y no “oficialista”, opositor y no “oposicionista”. De igual manera, un candidato abierta y mayoritariamente apoyado por los grupos empresariales podrá ser calificado como candidato “del sector empresarial” en el contexto que corresponda.

Telesur investigará e informará de la participación directa o indirecta de países extranjeros u organizaciones privadas en las campañas, esforzándose por hacer del conocimiento público hechos como la financiación de candidatos y programas, la dirección externa de campañas políticas y las consecuencias de esos eventuales hechos sobre la soberanía de los Estados. Igualmente,

informará acerca del alineamiento explícito o implícito de los medios de comunicación y otras organizaciones que por su impacto sobre la opinión pública, inciden en los resultados electorales.

Telesur dará cobertura a aquellos candidatos y opciones (indígenas o de organizaciones obreras) que por no disponer de recursos económicos -o por decisiones políticas y editoriales- sean invisibilizados por los medios comerciales, evitando que la agenda informativa sea dirigida por sondeos o intereses ajenos al derecho a la participación política.

Telesur incluirá siempre en la cobertura de campaña la opinión de los electores acerca de los temas de la agenda electoral, abarcando a todos los sectores de la colectividad, y evitando que la opinión política sea acaparada por políticos profesiones y “expertos” de los diferentes bandos en pugna.

El día de elecciones, Telesur manejará con prudencia los resultados extraoficiales tales como encuestas a boca de urna, o resultados parciales a los que tenga acceso, cuidándose en extremo de certificar la confiabilidad de la fuente y descartando rumores e informaciones no confirmadas.

Fenómenos como el abstencionismo, el ausentismo electoral u otros asociados a la participación política tienen importancia en un proceso electoral y deben ser abordados sin magnificar o menospreciar su impacto. Así como una alta abstención es un dato importante para la comprensión de un proceso político, lo es también una alta participación.

### **3.4 Tratamiento informativo de juicios**

La presunción de inocencia se mantendrá en cualquiera de las situaciones en que exista una persona inculpada: detención, puesta a la orden de un juez o de alguna otra autoridad, juicio y sentencia, cuando ésta sea absolutoria. Se extremará la cautela en todos y cada uno de estos momentos, especialmente en el primero, ante la posibilidad de detención de personas inocentes.

Se evitará presentar casos en pantalla como “juicios paralelos”, recurso sensacionalista de la prensa comercial. Se cuidará al extremo que la información difundida sea una toma de posición a favor o en contra de las personas enjuiciadas.

Se deben contrastar las informaciones que provengan de los cuerpos policiales y de las autoridades judiciales con las que ofrezcan los abogados defensores o portavoces de los detenidos. Los profesionales de Telesur rechazarán asumir el lenguaje policial y judicial en hechos relacionados a la fuente, y harán todos los esfuerzos por hacer comprensible la información para toda la audiencia .

La administración de justicia es de carácter público. Por ello, en algunos países, los jueces admiten la presencia de reporteros en los juicios y, bajo determinadas condiciones, la grabación de los mismos.

Telesur no usará como recurso habitual la cobertura de juicios, pero de ser necesario y valioso por razones informativas, los periodistas de Telesur observarán las siguientes directrices:

Cumplir las leyes vigentes de cada país respecto a la cobertura de procesos judiciales.

Evitar la espectacularidad en el tratamiento de los juicios.

No emitir imágenes o audio que permitan identificar a testigos y víctimas, cuando los jueces consideren que hay motivos para preservar su identidad o intimidad.

Cuidar las declaraciones de testigos, acusados, acusadores y víctimas, especialmente con respecto a presuntos delitos vinculados con la intimidad de las personas.

Preservar el anonimato de menores de edad que formen parte de procesos judiciales, sea cual sea su situación.

Hacer todos los esfuerzos por contrastar y ofrecer de forma equilibrada las informaciones vinculadas a la acusación y la defensa.

En los casos en que un juicio haya tenido una fuerte repercusión pública, las sentencias absolutorias serán tratadas informativamente de forma amplia. Este criterio también será aplicado en casos de detenciones policíacas que hayan sido ampliamente difundidas, en caso de producirse posteriormente la puesta en libertad sin cargos. En esos casos, se estudiará la posibilidad de incluir alguna consideración por parte del afectado o de un portavoz suyo.

Telesur estará permanentemente atento a los casos de desviación o manipulación de procesos judiciales, o de decisiones contrarias al interés colectivo, e incluso nacional, que se producen en muchos tribunales de América Latina y el Caribe, debido a la injerencia del poder económico y político. El poder judicial debe ser fuente y a la vez objeto permanente de investigación por parte de Telesur.

## **4.- GENEROS Y RECURSOS PERIODISTICOS**

### **4.1 Entrevistas**

En las entrevistas de Telesur, los protagonistas son el entrevistado y el tema de que trata la entrevista. Los profesionales de la comunicación de Telesur evitarán la peligrosa deformación periodística de disputar el protagonismo al entrevistado. El periodista de Telesur no debe opinar o insinuar sobre el tema que se trata, no intentará crear complicidad con el entrevistado cuando coincida con éste, ni debate cuando difiera de él. Los entrevistados serán tratados con respeto y cortesía, y se les debe garantizar el derecho a responder plenamente y sin interrupciones a cada pregunta.

El único debate procedente en el diálogo periodístico es sobre algún tópico relevante sobre el cual el entrevistado intente evitar pronunciarse. En ese caso es lícito insistir educada y respetuosamente en el punto o repreguntar.

El entrevistador representará a la audiencia y hablará en plural. Podrá preguntar desde la opción opuesta del entrevistado, lo que no supone agresividad hacia éste, sino la oportunidad de exponer mejor sus razonamientos o aclarar información a la audiencia.

Asimismo, el periodista deberá utilizar terminología comprensible por la audiencia, incluyendo los elementos necesarios de contexto para facilitar su comprensión.

#### **4.1.1 Reserva de difusión**

Puede ocurrir que las declaraciones de un entrevistado no estén a la altura de las expectativas informativas, o sus declaraciones no hayan respetado los criterios éticos y formales de Telesur. No hay ninguna obligación de emitirla, y tal decisión debe ser comunicada a los corresponsales o colaboradores.

#### **4.2 Ruedas de prensa**

Las ruedas de prensa, junto con los comunicados y notas de prensa, son el procedimiento habitual para dar a conocer datos, noticias u opiniones. Una rueda de prensa no es noticia en sí misma, ni tampoco lo es la relación protocolaria de los asistentes a un acto ni el orden del día. Telesur dará a las ruedas de prensa y recursos similares el tratamiento informativo que corresponda, de acuerdo al interés colectivo y la agenda de la emisora.

#### **4.3 Fuentes**

La audiencia tiene derecho a saber cuál es el método por el cual Telesur obtiene la información. En consecuencia, hay que incluir la fuente como referencia obligatoria en todas las informaciones. Sólo en casos excepcionales, relacionados con la protección de personas, o a solicitud de la fuente misma de acuerdo al principio de protección de la información de Telesur, se obviará esta norma.

La fuente es mejor cuanto más seria y confiable es, o cuanto más próxima se encuentra del hecho noticioso. Telesur creará agendas de fuentes informativas y de expertos o analistas a los cuales recurrir. Esos recursos informativos podrán ser compartidos y han de ponerse a disposición de una base colectiva de datos. La competencia entre compañeros de Telesur es incompatible con el proyecto colectivo de este canal.

##### **4.3.1 Otros medios como fuentes**

Forma parte de la ética periodística citar la fuente de nuestras informaciones, si es algún otro medio de comunicación.

Si, tras conocer una información a través de una agencia o fuente periodística, se accede a la fuente original, no existe razón para citar la fuente periodística. Telesur agotará los esfuerzos para recurrir a la fuente informativa original.

Ejemplo: Por ejemplo, si se accede a un cable o despacho noticioso sobre una denuncia de una organización de derechos humanos y logramos disponer de esa información directamente de la organización, podemos omitir cualquiera referencia a la agencia informativa.

#### **4.4 Consultas a analistas y/o expertos**

Telesur entiende por un analista o experto a alguien conocedor en profundidad del tema que se está tratando; dicha persona maneja información o dispone de acceso a datos relevantes y originales, y puede brindar elementos de contexto y razonamientos que no son manejados habitualmente por la audiencia.

Telesur dispondrá de un plantel de analistas que cubran todo el espectro temático y geográfico.

#### **4.5 Equilibrio entre valor noticias/disponibilidad de imágenes**

Telesur, en primera instancia, incluirá imágenes producidas por su personal sobre el hecho noticioso. En los casos que no sea posible, se acudirá a otros recursos audiovisuales como las imágenes de las agencias, de archivo, infografías, gráfica, fotos. La no disposición de estos recursos no debe ser impedimento para la difusión de la noticia, si su valor lo amerita.

Además de las corresponsalías, Telesur continuará desarrollando y consolidando una red de profesionales y medios colaboradores.

Las imágenes suministradas por medios ajenos a Telesur deben ser contextualizadas de acuerdo a la línea editorial de Telesur.

#### **4.6 Hechos no cubiertos**

Algunos hechos noticiosos no serán cubiertos informativamente por Telesur, por razones de interés público. La repercusión mediática de los falsos anuncios de bomba, por ejemplo, sólo suponen un éxito en las intenciones de alarma que pretenden los autores.

Los especialistas coinciden que las noticias sobre actos suicidas pueden desencadenar esa decisión a personas en estado depresivo. No obstante, si la relevancia pública del suicida lo requiere, se deberá informar con normalidad.

#### **4.7 Telesur y la imagen de sus profesionales**

Los presentadores y profesionales de Telesur que salen en pantalla serán valorados por su naturalidad, vocalización, capacidad de improvisación y conocimiento de los temas. Los criterios de estética e imagen se



fundamentarán en la adecuada vestimenta y arreglo personal, no en la exigencia de juventud o criterios estéticos comerciales.

#### **4.8 Obstáculos a la labor profesional**

Las dificultades profesionales en el ejercicio periodístico no son noticia salvo que aporten elementos informativos, o por circunstancias excepcionales: un accidente grave, la comisión de un delito contra la libertad de expresión o el derecho de los ciudadanos a estar informados.

Una buena previsión ayuda a evitar situaciones de compromiso pero hay que tener presente que ninguna información vale una vida. La profesión de la comunicación, a veces, tiene riesgos, pero las actitudes temerarias nunca son recomendables.

Dificultades de producción, material estropeado, extraviado o sustraído no son excusas ante los espectadores para no dar una información o hacerlo deficientemente. Tampoco lo es un retraso, un descuido personal o la demora de un transporte. Si una o varias de estas circunstancias se producen, el equipo debe encontrar una alternativa que no prive a la audiencia de la información.

### **5.- COMPROMISO CON LA ETICA**

#### **5.1 Anonimato en protagonistas de la noticia**

Se ocultará el nombre y la identidad de los protagonistas de la información en los siguientes casos: menores acusados de trasgresión de la ley, víctimas de violaciones o violencia doméstica. Telesur respetará siempre las peticiones de discreción que le sean formuladas por las fuentes informativas.

En los casos de personas que hayan sido víctima de violaciones u otros delitos sexuales, la excepción al anonimato puede ocurrir si un tribunal devela la identidad por algún motivo de interés público, o si la persona afectada desea salir voluntariamente a la luz pública.

En cualquiera caso, Telesur respetará siempre la solicitud de anonimato de los familiares de las personas afectadas por estos casos.

No se mencionarán los antecedentes de personas que hayan cometido delitos que hayan prescrito o por los cuales hayan pagado condena, pero podrá haber excepciones cuando el interés público sea evidente, como podría ser el caso de violadores reincidentes o cuando se trate de delitos políticos.

#### **5.2 Dignidad de las personas**

Telesur no emitirá imágenes que atenten contra la dignidad de las personas, salvo que tengan interés informativo para mostrar las condiciones injustas a que estas personas puedan estar expuestas. Ejemplos de estas imágenes que no se difundirán son las de presos en condiciones humillantes o cadáveres que se exhiban a modo de trofeos de guerra.

### **5.3 Intimidad y honor**

No es aceptable la intromisión en la vida privada de una persona sin su consentimiento.

Las informaciones de Telesur no deberán provocar daños o descrédito injustificado a personas o instituciones. En los casos en que una información afecte la dignidad de alguna persona o institución, las notas se difundirán cuando se trate de un hecho innegable, cuya autenticidad haya sido comprobada por varias fuentes, y cuando resulten necesarias desde la perspectiva del interés público.

Se entenderá como intromisión ilegítima en la intimidad la imputación de hechos no veraces o no comprobados. La violación del derecho a la intimidad se produce cuando se hace pública una información sobre hechos veraces relativos a la vida privada de alguien, que no tienen interés público, y/o no se cuenta con la autorización legal para hacerlo.

Cuando sea evidente que se ha difamado, calumniado o atentado contra el honor, la intimidad o la propia imagen, Telesur habrá de rectificar con diligencia las informaciones y opiniones que tengan que ver con este hecho, sin eludir la disculpa, de ser necesario. La solicitud de rectificación con la debida documentación legal que la apoye deberá dirigirse a la dirección de Telesur, el cual, antes de decidir, consultará con los autores de la información.

### **5.4 Infancia y adolescencia**

Telesur debe difundir información y materiales de interés social y cultural para el niño, valorándolo, protegiéndolo y respetándolo como individuo. La infancia no es responsable de la situación por la que atraviesa y por ende se debe evitar un lenguaje abusivo, discriminatorio o perturbador.

Ejemplo: No existe la prostitución infantil sino la explotación sexual infantil, ya que siempre existe un adulto que lo incita u obliga a la acción. La expresión correcta no es “niños de la calle” sino “en situación de vulnerabilidad”. Existen niños fuera de escuela, fuera de comunidad y a veces fuera de la familia. El peligro de usar ese concepto, es que profundiza la discriminación que ya existe sobre ellos. Induce a pensar que ser de la calle es una condición natural inmodificable, y atribuye la responsabilidad de su situación al niño o su familia y excluye a la sociedad de sus obligaciones.
---

Los menores no podrán ser incluidos en informaciones en los que estén expuestos al sufrimiento, al ridículo o la sobre explotación. En ningún caso podrán aparecer sin autorización de sus padres o tutores.

Telesur se abstendrá de entrevistar a menores sobre temas relacionados con actividades delictivas o que violen su privacidad. Si por cualquier razón se estimase la conveniencia de hacerlo, es obligatoria la intervención sobre imagen y sonido para evitar su identificación.

Se prohíbe difundir imágenes de niños relacionadas con hechos delictivos. También se prohíbe dar los datos de niños o adolescentes dados en adopción o que se encuentren en centros de resguardo. En cualquier caso no se abusará de imágenes de niños o adolescentes cuando éstas puedan lesionar su integridad emocional.

En los programas informativos se difundirán o se pedirán declaraciones a niños o jóvenes cuando la materia informativa sea claramente propicia para contar con su opinión, y nunca en casos en que estén sometidos a circunstancias emocionales extraordinarias.

### **5.5 Conflictos de intereses.**

Todo el personal de Telesur que, directa o indirectamente, esté vinculado con la información debe actuar de forma independiente de cualquier conflicto de intereses y no ha de estar atado a un interés distinto al de atender el servicio público de información. Si por cualquier circunstancia personal o profesional alguna persona de Telesur piensa que no le es posible cumplir este mandato, debe comunicarlo inmediatamente a sus responsables, y deberá ser relevada de funciones y tareas que puedan comprometer la integridad de la información ofrecida a la audiencia.

### **5.6 Off the record**

Se entiende por *off the record* la información suministrada con el compromiso de no ser difundida. Esta petición será siempre respetada por Telesur. Igualmente se preservará la fuente si ésta lo solicita, de acuerdo al principio de protección de la información de Telesur.

### **5.7 Grabaciones de conversaciones telefónicas**

Las conversaciones telefónicas en las que previamente nos hayamos identificado como periodistas de Telesur podrán ser grabadas y difundidas.

### **5.8 Expresiones ofensivas, racistas o xenófobas**

Las expresiones ofensivas, racistas o xenófobas recogidas por Telesur sólo serán emitidas si van a ir acompañadas de la correspondiente denuncia, comentario o crítica.

### **5.9 Rectificaciones**

Telesur corregirá con diligencia los eventuales errores cometidos en la información difundida.

### **5.10 Material embargado**

Se considera material embargado el que se distribuye a los medios informativos con prohibición expresa de difusión antes de la fecha u hora indicada.

**Telesur respetará las consideraciones de embargo establecidas por las instituciones que generan la noticia. El respeto a esta restricción temporal de uso no impide elaborar o montar esa noticia, siempre que se asegure que no se emitirá antes de la fecha u hora de expiración del embargo.**