



CÓDIGO DEONTOLÓGICO

SONORAMA

Representante Legal: MEDIOS 360 SAS

CONSIDERANDO:

Que, la Constitución Política de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de Comunicación, consagran el derecho a la libertad de expresión y comunicación, en los que se resalta, los ideales de libertad, igualdad, justicia, progreso, equidad, paz y solidaridad.

Que, el crecimiento de los actores de la comunicación, conlleva a propiciar un ambiente armónico de relación entre la autoridad, los comunicadores y la sociedad, respetando sus derechos y el ejercicio de sus responsabilidades, por lo que, el Directorio de SONORAMA S.A., en cumplimiento a las disposiciones Constitucionales invocadas; y a las existentes en la Ley Orgánica de Comunicación, en especial las que constan en los Artículos 9 y 10 del Título I, de la referida Ley, ha considerado necesario expedir el Código Deontológico de SONORAMA S.A., orientado a mejorar nuestras prácticas de gestión interna y los trabajos comunicacionales, las que se considera, deben estar fundamentadas en las políticas disciplinarias, legales, administrativas y de relaciones interpersonales de los actores de la comunicación.

Que, para ello, adicionalmente consideramos, como normatividad de política de calidad, cumplir como objetivo general de los comunicadores, que es el servicio a la comunidad, propiciando de conformidad con nuestra Norma Suprema, una comunicación libre en todas sus formas, en el marco de un sistema de comunicación social, asegurando el ejercicio de la libertad de expresión, comunicación e información; asumiendo por nuestra parte, un presente de decisiones relevantes para construir un futuro digno de plenitud, en los que la política democrática nos permita alcanzar un nivel de respeto, para una sociedad radicalmente justa.

Por lo que, en uso de sus atribuciones RESUELVE expedir el siguiente CÓDIGO DEONTOLÓGICO de SONORAMA S.A., como sigue:



CÓDIGO DEONTOLÓGICO

SONORAMA S.A.

PREÁMBULO:

Conforme lo tenemos expresado; en cumplimiento a lo determinado en la Constitución de la República del Ecuador; y, en la Ley Orgánica de Comunicación, SONORAMA S.A., emite su primer código deontológico, en el que, de conformidad al Art. 9 de la referida Ley, estará orientado a mejorar nuestras prácticas de gestión interna y externa en materia comunicacional, sobre la base además, de lo determinado en el Art. 10 de la Ley antes citada, que contiene las Normas Deontológicas, tanto para las personas naturales o jurídicas que participen de un proceso de comunicaciones; como para lo concerniente al ejercicio profesional; y, las relacionadas con las prácticas de los medios de comunicación.

El Código Deontológico, emitido, además de lo expresado en el párrafo anterior, consideramos que, constituye, como uno de sus objetivos, entre otros, la necesidad de acotar responsabilidades profesionales, y personales, en nuestro accionar, con relación al servicio que brindamos a nuestros usuarios y por ende a la sociedad ecuatoriana en general; promover la utilización e incorporación a nuestro sistema de radiodifusión, de los conocimientos científicos y técnicos; evitar la competencia desleal; mantener el prestigio personal y profesional de nuestra Compañía; a efectos de que la confianza comunicacional, sea valorada como factor importante y decisivo en las relaciones públicas, que debemos cumplir como concesionarios del sistema de radiodifusión.

Si bien, hasta la fecha, no ha existido en el Ecuador, disposición legal, que obligue al concesionario de un sistema de radio expedir su Código Deontológico; como SONORAMA S.A., expresamos y dejamos constancia que, el presente marco regulatorio de nuestros principios éticos y criterios profesionales para ser aplicados interna y externamente en materia comunicacional, pretende cumplir con las normas Constitucionales y Legales vigentes a la presente fecha; por lo que estamos prestos a socializar con el Organismo de Regulación, cualquier lineamiento que sobre estos aspectos se considere necesario reformar, ampliar, derogar, agregar, sustituir, o modificar, de tal manera que, las dificultades que se hayan encontrado, sean subsanadas oportunamente.



En consecuencia, al emitir el presente código, confirmamos, nuestro compromiso, de ser cumplidores de la Ley; y, respetuosos de los derechos ciudadanos, de la sociedad, de los avances científico-técnicos; y, de los derechos y responsabilidades tanto profesionales como personales, de las personas usuarias, y de las comprometidas en el campo de las comunicaciones.

Título I

Marco Legal

Capítulo I

DE LA DESCRIPCIÓN, OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN.

Art. 1.- De la Descripción.- El presente Código Deontológico es el conjunto de valores, principios y normas que han de guiar el ejercicio personal y profesional de los/las trabajadores/as o personas vinculadas legalmente, en la Compañía SONORAMA S.A.

Art. 2.- Objeto.- El Código Deontológico tiene por objeto regular las normas de conducta interna y externa, en los aspectos éticos de la Compañía SONORAMA S.A., dentro del accionar de la comunicación, propendiendo al mejoramiento del tratamiento informativo, comunicacional, o de su programación en general; a efectos de que, produzca una evidente cultura de apertura conductual relacionada con la verdad, objetividad, investigación, valores e independencia del poder del Estado.

El Directorio de SONORAMA S.A. podrá estipular y aprobar cuantas normas deontológicas reformativas, modificatorias, adicionales, aclaratorias o complementarias, considere necesarias, pudiendo hacerlo aún, bajo coordinación de acciones, con el Organismo de Regulación de la Información y Comunicación.

Las normas que llegaren a ser dictadas en el ejercicio de dicha potestad, tendrán el carácter de complementarias y serán congruentes con las establecidas en la Constitución y la Ley.

Art. 3.- Ámbito de aplicación.- Es de cumplimiento obligatorio para todos los que hacen el quehacer de la comunicación de SONORAMA S.A., de tal manera que, estos aspectos obliguen a toda persona, cualquiera que sea la modalidad profesional o contractual en que practiquen su accionar, con capacidad profesional y personal, optimizando las relaciones entre sus miembros, de manera que interactúen en armonía, respeto y aceptación mutua, haciendo de la Radio un espacio de aprendizaje de la autoridad y el personal de comunicadores, en un ambiente de paz, seguridad, orden y democracia.



Sobre la base del ámbito de aplicación, que define las obligaciones de las personas que prestan sus servicios en SONORAMA S.A., se ha elaborado el Código Deontológico, normativa que la consideramos fundamental para el buen desempeño y cumplimiento de nuestro objeto contractual, por lo que, las presentes normas deontológicas, con seguridad, recogen los derechos y deberes de los trabajadores y prestadores de servicios de comunicaciones en SONORAMA S.A., en el ejercicio de sus actividades.

Art. 4.- El incumplimiento de alguna norma de este Código supone incurrir en falta disciplinaria que deberá ser adecuada y sancionada, de acuerdo a los Estatutos Internos de la Compañía SONORAMA S.A., cuya corrección además, se hará a través del procedimiento sancionador establecido, legalmente.

Art. 5.- Adicionalmente se aclara que, el accionar de la comunicación de SONORAMA S.A., lo constituyen todo el personal Directivo, Ejecutivo, Administrativo, Noticiero, Técnico, Comercial, Programación, Continuidad, Medición y Rating, Producción, Sistemas, Seguridad, Mantenimiento, Auxiliar y de Servicio, esto es, todos los que de una u otra forma están involucrados en la calidad del servicio que prestamos.

Título II

Marco Teórico

Capítulo I

DE LA POLÍTICA DE CALIDAD

Art. 6.- Política de Calidad.- Como directriz del Sistema de Gestión de Calidad de SONORAMA S.A. se establece que el servicio prestado como medio de comunicación social se basará en la mejora continua del periodismo hablado, con las modificaciones y especificaciones necesarias que demanden los retos sociales, la conciencia moral colectiva y el crecimiento del patrimonio moral en la profesión, todo lo cual protegerá y avalará la actuación individual de cada uno de los miembros del accionar de la comunicación.

Capítulo II

DE LOS PRINCIPIOS, OBJETIVOS Y POLÍTICAS ESPECÍFICAS

Art. 7.- Principios.- Las directrices para conducir el quehacer de la comunicación y alcanzar los objetivos generales, la Ley Orgánica de la Comunicación vigente consigna en el Art. 10, y en forma complementaria en los siguientes, hasta el Art. 44 inclusive, el marco legal de principios y derechos como normas mínimas a ser observadas en la difusión de información y opiniones.



Art. 8.- Objetivos.- Se orientan, entre otros, a los siguientes:

- a) Al desarrollo de una dimensión ética y de una conciencia moral colectiva en el quehacer de la comunicación;
- b) A la revisión periódica de los contenidos, propiciando un aprendizaje continuo;
- c) Al ejercicio de la libre expresión, sin injerencia de los ámbitos políticos o económicos;
- d) A la protección de los comunicadores frente a las presiones externas; y,
- e) Al crecimiento profesional y confianza ciudadana en el accionar del periodista, comprometiéndolo con un trabajo al servicio de la comunidad dentro de un marco de principios morales.

Art. 9.- Políticas específicas.- Referidos a las normas deontológicas de la Ley Orgánica de Comunicación, los principios básicos de la ética del periodismo en las que se manejan las Políticas específicas, son:

- a) Referidas a la dignidad humana;
- b) Relacionadas con los grupos de atención prioritaria;
- c) Concernientes al ejercicio profesional; y
- d) Relacionadas con las prácticas de los medios de comunicación social.

Todas ellas, recogen enunciados de deberes y derechos, resumidos así:

- Derecho del pueblo a una información verídica;
- Derecho a una realidad objetiva a través de una información completa y precisa;
- Derecho de las personas a la vida privada y a la dignidad humana (moral pública);
- Derecho de abstenerse de trabajar en contra de sus convicciones o de revelar sus fuentes de información (Cláusula de conciencia);
- Derecho de participar en la toma de decisiones;
- Deber de adhesión del periodista a la realidad objetiva;
- Deber de respetar los valores universales y diversidad cultural; y
- Deber de integridad moral del periodista.

Capítulo III

DE LA ORIENTACIÓN NORMATIVA

Art. 10.- Los principios legales de la comunicación, engloban un mundo laboral que tiene que precisar como exigencia, una normativa de actualidad que se presta a ser práctica no sólo de los profesionales de los medios, sino de todo ente involucrado en el



quehacer de la comunicación. Por lo que el comportamiento de los comunicadores, debe observar:

- 1.- Objetividad, aunque se sepa inaccesible;
- 2.- Contraste de datos, con cuantas fuentes sean necesarias;
- 3.- Prevalencia de la verdad;
- 4.- Investigación de hechos;
- 5.- Diferencia entre información y opinión;
- 6.- Rectificación de información errónea;
- 7.- Respeto a la presunción de inocencia;
- 8.- Enfrentamiento de versiones contrarias sobre un hecho;
- 9.- Crecimiento de la confianza ciudadana en los periodistas;
- 10.- Aprendizaje colectivo de la evolución de los problemas éticos;
- 11.- Compromiso autorregulador de los comunicadores; y
- 12.- Pautas de conducta sobre los valores de la comunicación.

Capítulo IV

DECLARACIONES INSTITUCIONALES

Art. 11.- SONORAMA S.A., para el cumplimiento de sus objetivos, declara:

- a) Que la orientación de su producción nacional, está encaminada a la información noticiosa, a la distracción de los radioescuchas, y a la promoción educativa y cultural de la sociedad;
- b) Que como parte de sus tareas prioritarias, está el desarrollo de su labor informativa;
- c) Que su producción está abierta a todas las corrientes del pensamiento, con límite que no sea otro que el consignado en las leyes vigentes;
- d) Que no obstante la libre expresión, respetamos las diferencias, promoviendo las instituciones y costumbres del pueblo;
- e) Que al ser respetuosos de la Ley, cumpliremos con todos los aspectos que gozan de tipicidad legal y reglamentaria;
- f) Que propendemos a profundizar la democratización, generando espacios de participación ciudadana;
- g) Que difundiremos nuestras políticas editoriales e informativas, incluyendo este Código; y



- h) Que nos declaramos ser cumplidores y respetuosos del régimen democrático, republicano vigente, respetando lo constituido en orden a los usuarios de los servicios de radiodifusión y de la sociedad;

Capítulo V

PROCEDIMIENTOS

Art. 12.- Editoriales.- Corresponde en forma exclusiva, al Presidente Ejecutivo, Vicepresidente Ejecutivo y Director de Noticias, con excepción de lo expresado por conductores o reporteros en programación especial de opinión, con la observación que son de carácter personal.

En todo caso, cuando se transmiten en programas de noticias, debe distinguírsele visualmente.

Así mismo, lo expresado en programas analíticos, cuando la programación lo amerite, y previa aprobación respectiva.

Igualmente, noticias deportivas en las que los conductores o reporteros manifiestan su opinión en el campo de su especialidad.

Similar situación, en casos de asuntos de naturaleza científica o de arte, todo debidamente sustentado y argumentado.

Art. 13.- Campañas Políticas.- Siendo como somos un país democrático, en el medio se presentan periódicamente una sucesión de hechos noticiosos los cuales dan material informativo al medio.

Para cumplir con dicha finalidad, se hace necesario producir programas de noticias o especiales en orden a las demandas de información del pueblo y la interpelación de los políticos. Sin embargo, se debe cuidar que la orientación sea la de información y no de propaganda de un candidato, haciendo notar una clara huella de imparcialidad, y sin reflejar ningún sentimiento personal ni del periodista ni de la Radio.

Por lo que, los conductores de programas, reporteros y más comunicadores de SONORAMA S.A., tienen que abstenerse de pronunciarse sobre sucesos, actos o personalidades políticas, que de una u otra forma inciten a favorecer o rechazar corriente, partido o candidato político, conservando vía idioma claro y conciso, el respeto a la ideología y la persona, sin calificativo alguno.

Art. 14.- Reportajes políticos.- Cuando se trate de reportajes políticos, sólo se limitará a transmitir el hecho noticioso como noticia, independiente de su objetivo y contenido.



A tal efecto, el material de los boletines de prensa, será admitido simplemente como fuente de información, y siempre que tenga firma de responsabilidad.

Cuando se trata de boletines grabados, éstos no podrán ser incluidos en ningún reportaje, salvo necesidad de la producción de la Radio y previa verificación.

En todo caso, en época de campañas, los Directores de Noticias deberán organizar segmentos especiales para la obtención de material, mismo que pasará por un proceso de selección.

Lo expresado, con la terminante prohibición, de adquirir compromisos con terceros sobre reproducción o transcripción de material político.

No obsta lo anterior, el que SONORAMA S.A. por iniciativa propia, realice coberturas de actos políticos, sin que para ello reciba material de los interesados, extendiéndose a todas las candidaturas participantes sin favoritismo alguno.

Art. 15.- Actos políticos.- Para la cobertura de los actos políticos, éstos deben ser objeto de estudio y conocimiento del acto que se va a cubrir a fin de precautelar la imparcialidad y objetividad, y precisar la identificación de la naturaleza del acto, para evitar en lo posible sorpresas no solventables.

Art. 16.- Análisis y Comentarios.- De acuerdo con la complejidad del hecho noticioso, muchas veces se hace necesario el análisis de la noticia, lo cual es permitido. No obstante, no siempre se puede distinguir entre el análisis y el comentario, pues el primero implica descomponer el hecho en sí, o distinguir alguno de sus componentes para hacer más comprensible la noticia.

En cambio, el comentario incluye para un buen observador, puntos que se transforman en opiniones, mismas que no deben ser emitidas por reporteros, sino exclusivamente por los responsables de los espacios editoriales.

Los reporteros por su parte, están obligados a aclarar la noticia, pero siempre de acuerdo con criterios periodísticos acorde a su formación a través de sus propios medios, de tal forma que a los radioescuchas lleguen los elementos que componen la noticia.

De presentarse una controversia y bajo el criterio de imparcialidad y honradez, cualidades propias de un reportero, éste debe proporcionar al radioescucha todos los elementos de juicio necesarios para que el radioescucha pueda formarse su propio criterio u opinión.



Se entenderá, que esta norma no sólo será para el reportero responsable de la noticia, sino que se hará extensivo a productores y supervisores del noticiero.

Cuando se trate de réplica, ésta deberá darse en el mismo horario al día siguiente de ser transmitida la información que la produjo, y de no dársela por motivos ajenos a la voluntad de la Radio, deberá dejarse constancia de ello, lo que abonará a la imparcialidad del medio.

Art. 17.- Corrección de errores.- De incurrirse en errores involuntarios que en todo caso distorsionen la noticia, éstos deberán ser corregidos en la misma emisión del noticiero, al siguiente día.

Para ello, se deberá dejar expresa constancia de la rectificación del error, incluyendo sólo la información correcta, y la transcripción de la comunicación del afectado, de haberla.

Art. 18.- Coberturas de actos de protesta pública y otros disturbios callejeros.- En estas coberturas, debe emplearse el mayor equilibrio y prudencia del caso, considerando que la presencia de la radio puede exaltar la intensidad del caso en demanda de publicidad, por lo que la cobertura no deberá confundirse con la causa que lo motiva.

Para este tipo de noticia, deberá observarse ciertas recomendaciones como las que siguen:

- Encargar la cobertura, a un profesional de experiencia;
- Evaluar la cobertura con la objetividad necesaria, a fin de poder apreciar la situación en su dimensión real;
- Demostrar la objetividad, con la exactitud y restricciones del caso, que no hagan de la presencia de la radio, un estímulo a la protesta;
- Darle a los hechos informados, la propia perspectiva, que dé al radioescucha la confianza de la veracidad, y no por ello la utilización de términos motivadores al desorden;
- Mantener la realidad latente de los hechos, que de constituir peligro por la creciente violencia, deberá concluirse la cobertura, siendo discrecional por parte del reportero, continuar o no con la misma. Se cuidará así mismo, de la integridad física del personal técnico, y que los equipos utilizados no sean afectados.
- Cuando se debe cubrir actuación de líderes o dirigentes de los actos de protesta, la cobertura debe ser discreta, evitando una sobreactuación para la radio.



Art. 19.- Entrevistas.- Por la naturaleza de la intervención, las entrevistas deben ser espontáneas, de tal manera que la información fluya cuando el participante se exprese en determinada área del conocimiento.

Por ello, está prohibido ensayos, anticipación de preguntas y revisiones del material por el participante, a no ser que se trate asuntos de seguridad.

Debe incluirse en este género, los debates o fórum realizados por varias personas bajo un mismo contexto.

Capítulo VI

PROGRAMAS ESPECIALES

Art. 20.- Reportajes de investigación.- Cuando los hechos por su naturaleza, requieren de un estudio especial en orden a una mejor prestación de un servicio público o por la afectación a los derechos constitucionales, los reportajes de investigación se justifican y pueden ser emitidos en programas especiales, siempre y cuando estén autorizados por la Presidencia Ejecutiva; o en los programas cotidianos de noticias, aprobados por los Directores de Noticias.

En todo caso, se precautelaré que la investigación sea realizada con objetividad, haciendo participar a todas las partes involucradas, de tal manera que el producto resuma la imparcialidad y presentación adecuada.

Art. 21.- Entrevistas en Estudio.- SONORAMA S.A. dentro de su programación regular, se interesa por la promoción de programas de opinión en los que se incluyen personajes de ámbitos social, económico, político, cultural e institucional, que con un rol protagónico, permitirán al radioescucha conocer criterios respecto de actividades públicas.

Para ello, la Radio deberá sujetarse a lo siguiente:

- 1.- Selección de personas, con representatividad y capacidad suficientes, de tal forma que sus criterios aporten al conocimiento y análisis de los hechos que interesan a la comunidad;
- 2.- Alternabilidad, en cuanto a la selección de los personajes, de tal suerte que no resulte repetitivo y se dé la diversidad;
- 3.- Hacer representativas las posturas contradictorias, propiciando la presencia de invitados antagónicos, para motivar la imparcialidad y el pluralismo en todos los temas de interés colectivo; y



- 4.- Evitar la presencia de personajes que por experiencias anteriores, han dado que desear por su falta de seriedad.

TÍTULO III

NORMATIVIDAD GENERAL

Capítulo I

Principios y orientaciones laborales

Art. 22.- Se defenderá la privacidad de la fuente y la identidad del comunicador que obtiene la noticia, bajo el principio universal del respeto a la privacidad e identidad, no obstante que en la generalidad de los casos la identificación de la fuente es normal.

Para ello, se debe observar:

- 1.- El constituir un derecho constitucional, ratificado por la Ley Orgánica de Comunicación;
- 2.- Se aplicará cuando la identificación constituya un potencial perjuicio para la fuente, y consecuentemente para la institución;
- 3.- El reportero será responsable de la credibilidad de la fuente, importancia de la noticia y necesidad de la reserva;
- 4.- Sólo en caso de prevención legal, los comunicadores de SONORAMA S.A., con la discreción del caso, podrán revelar la fuente; y
- 5.- En todo caso, los comunicadores para el ejercicio del derecho anteriormente descrito, contarán con la asistencia de la Radio en soporte legal.

Art. 23.- Los planes y acciones que se apliquen en SONORAMA S.A. en la operación de la comunicación, en el presente, en una administración por procesos, deberá considerar necesariamente a las generaciones presentes y futuras.

Art. 24.- El accionar de la comunicación por parte de SONORAMA S.A., continuará siendo un desafío fundamental de derechos y oportunidades, en orden a la plenitud de



quienes hacen la Radio. Por ello, se consigna como Derechos a la Comunicación, los que siguen:

- Derecho de libertad de expresión y opinión;
- Prohibición de censura previa;
- Derecho a recibir información de relevancia pública veraz;
- Derecho a la rectificación;
- Derecho a la réplica;
- Equidad en la publicidad de casos judiciales;
- Libertad de información;
- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación; y
- Derecho a la cláusula de conciencia;

Art. 25.- La comunicación a cargo de SONORAMA S.A., deberá potenciar el trabajo, la cooperación, fraternidad y solidaridad de sus colaboradores, en orden a recuperar el mejor esfuerzo de ellos.

Art. 26.- Se propiciará un enfoque innovador, con miras al logro de elementos activos de su propia transformación, y consecuentemente de sus valores.

Art. 27.- Se motivará superar los límites de la perspectiva tradicional, exigiendo una métrica alterna que parta de una perspectiva integradora.

Art. 28.- La credibilidad deberá ser la esencia en el trabajo profesional de los comunicadores, de tal forma que quienes hacen la Comunidad de la comunicación de SONORAMA S.A., deben observar una conducta que no dé que decir en materia de independencia e integridad profesional.

Art. 29.- Las coberturas que haya que atender, se las deberá hacer con independencia de atenciones, que no sean las normales de parte de quienes estén involucrados en el hecho noticioso.

Art. 30.- Sólo con la razonabilidad del caso y en orden a la obtención de contactos importantes para la producción de una noticia, se podrá acceder a invitaciones con personalidades del medio o personas vinculadas a la cobertura de noticias.

Art. 31.- El Personal de noticias de SONORAMA S.A. no podrá simultáneamente mantener relación laboral permanente ni esporádica, con instituciones públicas o privadas, a fin de evitar se vea afectada la independencia periodística.

Art. 32.- Así mismo, el personal de noticias no podrá prestar sus servicios a otro medio, evitando se cree un conflicto de intereses.



Art. 33.- Los comunicadores de radio, incluyendo los operadores y reporteros, deberán presentarse en forma adecuada, vistiendo conforme las condiciones de la cobertura, pero en todo caso, de manera formal.

Art. 34.- Tampoco los comunicadores al aire, podrán actuar en spots comerciales, ni siquiera en los de la Radio.

DISPOSICIONES FINALES

Primera.- De la Ejecución del presente Código, se encargará la Gerencia General, a través de los Procesos pertinentes.-

Segunda.- De su Publicación y conocimiento universal de la Radio, se encargará la Jefatura de Personal, o quien designe la Vicepresidencia Ejecutiva.

Tercera.- Publíquese.-

Dado y firmado en San Francisco de Quito D.M., a los veinte días del mes de enero del dos mil catorce.

MEDIOS 360 SAS

REPRESENTANTE LEGAL