

Los jueves a las 10

Así se hizo el primer Código de ética de la televisión argentina



Fernando Costa



Sandra Ceballos



RTA Direc. Gestión de personal



Anselmi



Mónica Blanch



Adrián Miranda



Dra. Cynthia Ottaviano



Josefi Marquis



Juan Sixto - Folklorica 98.7



Dolores Espeja CONACU-ENA



Rut Kurita - ONEP



Félix Arnaldo



Ivella Aizár



Pablo Harbón



Majo Bernal Salsad



Miriam Levini



SILVINA ACOSTA SADAI



LUZZI - Mario Borghia



Malvina Rodríguez UNIV REED



Gustavo



Claudio Martínez



Gustavo Ajos



ROSARIO GARCIA



Susana Carolina González



Maxi Torres

Dirección de **Cynthia Ottaviano**

Presentación de **Alfredo Alfonso**

Prólogos de **Rosario Lufano** y **Oswaldo Santoro**

Los jueves a las 10

Universidad Nacional de Quilmes

Rector
Alfredo Alfonso

Vicerrectora
Alejandra Zinni

Los jueves a las 10

Así se hizo el primer Código de ética de la televisión argentina

Dirección de
Cynthia Ottaviano

Presentación de Alfredo Alfonso
Prólogos de Rosario Lufrano
y Osvaldo Santoro

Textos de

María Laura Anselmi / Félix Arnaldo / María José Bernal
Carol / Sandra Ceballos / Fernando Costa / Verónica
Gonzalez Bonet / Pablo Infantidis / Claudio Martínez /
Adrián Miranda / Cynthia Ottaviano / Gustavo Ríos /
Emilio Ruchansky / Beatriz Solís Leree / Maximiliano Tocco



Universidad
Nacional
de Quilmes
Editorial



RTA

Radio y Televisión
Argentina

Bernal, 2022

Los jueves a las 10: así se hizo el primer Código de ética de la Televisión Argentina / Cynthia Ottaviano... [et al.]; dirigido por Cynthia Ottaviano; prefacio de Alfredo Alfonso; prólogo de Rosario Lufrano; Osvaldo Santoro. - 1a ed. - Bernal: Universidad Nacional de Quilmes, 2022. 310 p.; 23 x 15 cm.

ISBN 978-987-558-776-2

1. Medios de Comunicación. 2. Televisión. 3. Ética. I. Ottaviano, Cynthia, dir. II. Alfonso, Alfredo, pref. III. Lufrano, Rosario, prolog. IV. Santoro, Osvaldo, prolog.

CDD 302.23450982

Este libro se publica bajo el Convenio Marco de colaboración, firmado en el mes de febrero de 2022, entre Radio y Televisión Argentina y la Universidad Nacional de Quilmes

© Universidad Nacional de Quilmes, 2022

Universidad Nacional de Quilmes
Roque Sáenz Peña 352 (B1876BXD) Bernal
Provincia de Buenos Aires

ediciones.unq.edu.ar
editorial@unq.edu.ar

ISBN 978-987-558-776-2

Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723
Impreso en la Argentina

Índice

Presentación	
<i>Alfredo Alfonso</i>	11
Prólogo	
<i>Rosario Lufrano</i>	15
Prólogo. La concreción de una utopía	
<i>Oswaldo Santoro</i>	17
Introducción. Los jueves a las 10	
<i>Cynthia Ottaviano</i>	21
Agradecimientos colectivos	29

I. Documento base

Hacia el primer Código de ética de la Televisión Pública	
<i>Cynthia Ottaviano</i>	33

II. Las voces de especialistas

Una caja de herramientas para buscar respuestas	
Mesa debate virtual: <i>Analía Elíades, Mariana Baranchuk, Diego de Charras y León Piasek</i>	57

¿Qué significa ser buen periodista, cuál es la identidad profesional? Mesa debate virtual: <i>Carla Avendaño Manelli, Malvina Rodríguez, Claudia Villamayor y Mariano Ure</i>	71
Comunicar desde el pueblo y desde el sur Mesa debate virtual: <i>Gabriela Torres, Mónica Bianchi, Lucas Molinari y Greta Pena</i>	87
Con memoria, verdad y justicia, contra el terrorismo de Estado y la violencia institucional Mesa debate virtual: <i>Silvina Acosta, María del Carmen Verdú, Pablo Antonini y Miriam Gomes</i>	95
En la búsqueda de la ética y el ser ético Mesa debate virtual: <i>Alejandra Rincón, Guilberme Canela, Fernando Tebele y Tamar Habn</i>	115
Hacia una tarea formativa, educativa y despatriarcal Mesa debate virtual: <i>Estela Díaz, Guillermo Tello, Marcelo Camaño y Marisa Grabam</i>	129
Transversalizar para transformar Mesa debate virtual: <i>Mario Mantilla, Cecilia Bacchetta, José Ernesto Schulman y Joseti Marques</i>	149
Un desafío posible en un escenario de hiperconcentración mediática Mesa debate virtual: <i>Alfredo Alfonso, Andrea Varela, Daniel Escribano y Beatriz Solís Leree</i>	161
Cómo erradicar los edadismos y viejismos Mesa debate virtual: <i>Dolores Espeja, Paula Chinelatto, Alejandro Linares, Liliana Urbina y Tamara Haber</i>	181
Síntesis conceptual de los aportes realizados a partir de las mesas debate virtuales <i>Cynthia Ottaviano</i>	195

III. La mirada de las trabajadoras y los trabajadores

El primero en la historia de nuestro país <i>Fernando Costa</i>205
Madres y Abuelas, un faro que nos guía <i>Félix Arnaldo</i>209
Un código de ética como una conversación entre iguales <i>Adrián Miranda</i>215
Todas, todes, todos en nuestra pantalla <i>Verónica Gonzalez Bonet</i>219
Desinformación en plataformas interactivas <i>Maximiliano Tocco</i>223
Plurales <i>Gustavo Ríos</i>227
Desconfío <i>Emilio Ruchansky</i>231
Rectificación y respuesta, herramientas operativas para el pleno ejercicio del derecho a la comunicación <i>María José Bernal Carol</i>235
Hacia una Argentina plurinacional <i>Sandra Ceballos y Pablo Infantidis</i>241
Un brote que creció y no descansará <i>María Laura Anselmi</i>249

IV. La perspectiva de las audiencias

“Es alarmante lo que pasa en nuestros medios” <i>Carla Bogado</i>253
--	------

“Queremos ser parte del proceso” <i>Laura Lemura</i>255
“Construir un paradigma que promueva los derechos humanos” <i>Alumnado de la Especialización en Comunicación y Derechos Humanos de la Universidad Nacional de Avellaneda</i>257
“Un tratamiento respetuoso de las personas con discapacidad” <i>Andrea Grassia</i>261
“Que no se difundan episodios violentos” <i>Ruth Wulf</i>263
“Una visión cultural de nuestro país” <i>Néstor Crespo</i>265
“Nosotros también existimos” <i>Rosario García</i>267
“Hacia un código de ética asequible, aplicable y sincero” <i>Alicia Villar</i>269

V. Epílogos

Una guía imprescindible <i>Claudio Martínez</i>275
La ética comunicativa en la agenda pública: el Código de ética de la TV Pública Argentina <i>Beatriz Solís Leree</i>279

VI. El Código

Código de ética de la TV Pública, a 70 años de su creación287
Adhesiones al Código de ética de la TV Pública301

Presentación

Alfredo Alfonso

Rector de la Universidad Nacional de Quilmes

El ojo era frecuentemente utilizado como símbolo en las grandes civilizaciones de la antigüedad. Además de atribuirle poderes mágicos, también se asociaba a la divinidad. Esto se verifica aún en el presente cuando observamos esas figuras en las que se representa un triángulo en el que se inscribe un ojo omnipresente. Inevitablemente, esto nos lleva a asociarlas con la idea de un Ser que todo lo ve.

La televisión, que Julio Verne acertó en incluir en el entonces utópico panorama de *Diez mil leguas de viaje submarino*, se ha incorporado con normalidad a nuestra práctica cotidiana.

Es consecuencia del siglo xx, con la misma trascendencia que en su tiempo tuvieron la máquina de vapor o la imprenta. Y este invento fue visualizado desde el principio como un importantísimo fenómeno social. No se encuentran referencias en los últimos siglos de una forma de espectáculo que fuese multitudinaria y popular.

La televisión representa la culminación del proceso de democratización de la cultura iniciado a finales del siglo xviii y que encontró en el cine su antecedente clave. En este proceso de consolidación de la televisión como el principal medio de representación social de la imagen, se destaca fundamentalmente el valor del paulatino fortalecimiento del sentido del vivo y el directo en el género informativo y en eventos deportivos y culturales. Las imágenes televisivas se han incorporado profundamente a la memoria social del mundo. Podemos decir, entonces, que la televisión es el medio que transmite las imágenes que quedan definitivamente impregnadas en la retina social.

En 1950 comenzó la era de la televisión en América Latina. Desde el inicio, las variables de grado de industrialización, consolidación del sistema político y modelo de Estado definieron la velocidad de incorporación de la televisión en cada país. Respecto al momento en que

surgió la televisión hubo países pioneros como México, Brasil y Argentina (que lo hizo en el mismo año que Holanda y antes que Italia, Canadá, Bélgica y España).

En la Argentina el proceso de adopción del modelo comercial se postergó debido a la concepción nacionalista de Estado. Por el contrario, en México y también en Brasil los propietarios de las radios consideraron a la televisión como un paso adelante en el proceso modernizador que les permitía expandir velozmente la cobertura de las emisoras, iniciativa privada que se produjo bajo la anuencia de sus respectivos gobiernos.

Dada la trayectoria comercial de la radiodifusión argentina, que llegó a contar en 1945 con catorce estaciones afiliadas a la NBC (National Broadcasting Company, la más antigua cadena de radiodifusión en los Estados Unidos) y con doce estaciones afiliadas a la CBS (Columbia Broadcasting System, una de las principales cadenas de televisión de los Estados Unidos), era previsible que estos consorcios promovieran también en los mismos términos el desarrollo de la televisión. Sin embargo, la política impulsada por el entonces presidente Juan Domingo Perón en materia de difusión masiva propiciaba mayor control estatal para los medios informativos. El Canal 7 de televisión nació bajo el auspicio estatal y la dirección de Jaime Yankelevich, concesionario de Radio Belgrano, estación radiofónica afiliada a la CBS.

La televisión argentina o su versión más longeva, la televisión estatal argentina, al cumplir 70 años, también empieza a reclamar, desde su referencia de producción y trabajo, decir presente desde la ética.

Qué mejor que sea la institución que comenzó esta experiencia y que experimentó e impulsó esta tecnología con vínculo social la que presente en sociedad el Código de ética para comenzar a establecer las lógicas de respeto y de integridad profesional que deben regir para hacer de esta producción, de esta hermosa experiencia, también un espacio formativo que contribuya a fortalecer los lazos democráticos.

Este ojo que todo lo ve, como se soñó en sus inicios, también nos acerca su mirada ética, su modo de interpretación de la práctica laboral, su guía de acción profesional. El Código de ética, surgido del desafío trazado en pandemia por el Directorio de RTA (Radio y Televisión Argentina) y por el notable estímulo de Cynthia Ottaviano, nos convoca a reflexionar, a pensar seriamente en las tareas que conllevan al esfuerzo cotidiano en un medio fundamental, que popularizó el consumo masivo de medios y los distintos abordajes de la alta cultura, que per-

mitió que las grandes masas se acercaran al escenario dialógico de la opinión pública.

Este código está a la altura porque en su confección se pensó en la necesidad de intervención de especialistas nacionales e internacionales, de figuras de la comunicación latinoamericana, de los trabajadores, de los responsables de la acción gremial en las distintas profesiones que intervienen en su hacer cotidiano, de las universidades y de quienes gestionan en distintos niveles del Estado.

Grandes figuras han pasado por la historia de la televisión argentina marcando su paso ético. Quizás también sea un buen momento para que su legado –como, por ejemplo, el de Fabián Polosecki– sea el que se reconozca como bandera.

Prólogo

Rosario Lufrano

Presidenta de Radio y Televisión Argentina

Mucho se ha escrito y debatido sobre el significado de la ética. Para la filosofía es el intento de ofrecer una respuesta racional a la pregunta de cuál es la mejor forma de vivir de los seres humanos. Según Aristóteles, las virtudes más importantes son las virtudes del alma, principalmente las que se refieren a la parte racional del hombre.

Desde su enfoque ético, la filosofía de Friedrich Nietzsche afirma que cada ser humano tiene la posibilidad, si así lo decide y trabaja duro por ello, de superar la heteronomía e inmadurez para caminar hacia una autonomía ética en la cual el individuo afirma su eterno retorno.

Podríamos repasar las diferentes visiones y estudios sobre la ética, pero lo que realmente nos ocupa es comunicar éticamente, y desde este punto de vista, en el marco de los 70 años del nacimiento de la televisión en la Argentina, el Directorio de RTA aprobó por unanimidad el primer código de ética para un medio masivo de comunicación en nuestro país. Existen alrededor de doscientos códigos de estas características en el mundo, pero ninguno en la Argentina.

Los debates tomaron como base el documento “Hacia el primer Código de ética de la televisión pública” realizado por la doctora Cynthia Ottaviano, que sistematiza los códigos existentes en la Argentina, América Latina y buena parte del mundo occidental.

Seis meses de debates libres, plurales y abiertos permitieron, con la participación de especialistas en derechos humanos, discriminación, ética, comunicación, y los puntos de vista de los trabajadores y las trabajadoras de la empresa, redactar este primer Código de ética. También por primera vez en la historia del canal las audiencias tomaron la palabra e hicieron aportes valiosos en favor de esta construcción.

La ética es un modo de acción que garantiza el ejercicio de la buena comunicación, derecho esencial de las prácticas democráticas y ciuda-

danas. Con este compromiso hemos asumido el espíritu del código que da cumplimiento a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Es de destacar el trabajo colectivo que ha determinado con qué guía y de qué modo se llevará adelante la comunicación en la televisión pública. El respeto, la no discriminación, el lenguaje no sexista, el chequeo de la información, la defensa de los derechos humanos, los principios de inclusión, federalismo, pluralidad, diversidad y construcción ciudadana son la base de este código que pondrá en práctica acuerdos sobre coberturas responsables de genocidios, compromiso activo con la búsqueda de identidad de hijos e hijas de desaparecidos, violencia institucional, lucha contra las *fake news* y la pandemia.

Organizaciones nacionales e internacionales, como la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias, afirmaron que estos instrumentos favorecen la formación ciudadana desde los medios de comunicación y que se trata de la labor, con un largo trabajo detrás, que coloca a la radio y televisión argentina como referente ético y abre la brecha del trabajo que debemos establecer en América Latina en general.

Gabriel García Márquez decía que la ética debe acompañar siempre al periodismo como el zumbido al moscardón, y este código acompañará siempre a la radio y televisión argentina del mismo modo, como el zumbido al moscardón.¹

¹ García Márquez, Gabriel, “El mejor oficio del *mundo*”. Discurso ante la 52.^a Asamblea de la Sociedad Inter-americana de Prensa (SIP), reunida en Los Ángeles, Estados Unidos, 7 de octubre de 1996.

Prólogo

La concreción de una utopía

Oswaldo Santoro

Actor, vicepresidente de Radio y Televisión Argentina

Larga es la espera como un día sin pan, decía un viejo dicho francés. Larga fue la espera de la televisión argentina para tener un código de ética que se adapte a la nueva realidad, sin perder de vista las eternas virtudes del bien.

Fue una fría mañana de invierno cuando acepté la invitación que Cynthia Ottaviano me hiciera para participar en la construcción del primer Código de ética de la televisión argentina. Debo admitir que no fue por obligación como vicepresidente de RTA que acepté el convite, sino por la curiosidad del actor que necesitaba saber el resultado final de una utopía colectiva. Me remitió a aquellas creaciones colectivas que en el principio de mi carrera como actor eran tan frecuentes y que, generalmente, no llegaban a plasmar un proyecto concreto.

Así, comencé a reunirme cada jueves a las 10 en un ritual necesario y enriquecedor. Los jueves, emulando la gesta de las madres y las abuelas alrededor de la pirámide. Quizás, pensaba, es una utopía que se realiza, el primer código de la televisión.

Afuera, la inclemencia del tiempo y de una pandemia universal que, como un monstruo invisible, parecía acechar en todos los rincones. Adentro, refugiado en la protección de mi hogar y sin obligaciones inmediatas, me zambullía en la espesura de mi pensamiento mientras alcanzaba a ver el rostro, detrás de las computadoras, de aquellas trabajadoras, trabajadores, expertos, directivos, que suavemente comenzaban a desnudar sus ideas en debates cargados de sustancia, inteligencia y sensibilidad.

Es cierto que el entorno ayudaba para zambullirse en los pensamientos acerca de los distintos aspectos que involucra un código de ética y que la no presencialidad contribuía a desinhibirse. Sin embargo, debo admitir que cada artículo que fue quedando plasmado llevaba implícito el resultado de debates apasionados, siempre teñidos por la

experiencia de la vida misma. Nos veíamos lejos en la distancia física, pero muy cerca en el compromiso.

La construcción colectiva comenzaba a enriquecerse y dar certezas de coincidencias, disidencias e incertidumbres que la mayoría, finalmente, votaba siempre para bien.

Aparecía, entonces, la coherencia de pertenecer a una sociedad que en determinado momento necesita escuchar y escucharse para establecer un código plástico, coherente y pensando en los otros.

La construcción del primer Código de ética de la televisión argentina nos dejó a aquellos que participamos una enorme cantidad de datos, referencias y certidumbres de los colectivos que, marginados de nuestro quehacer cotidiano, pedían que sus necesidades estuvieran explícitas en el código.

En este sentido, la elaboración y aprobación del primer Código de ética de la televisión argentina supone el reconocimiento de los propios intervinientes en su redacción, que le dan la dimensión moral que carga la sustancia del texto final.

Sócrates, aseguraba Platón, no escribió ningún libro porque consideraba que en ellos solo quedaba letra muerta e inmodificable. Él prefería ganar tiempo estableciendo la conversación momentánea, vital y reveladora que permitía obtener en el aquí y ahora aproximaciones a la verdad. Los que participamos estuvimos en la conversación vital y reveladora, pero, finalmente, hemos llegado a plasmar en un escrito, hoy transformado en un libro, la síntesis de horas compartidas.

Las múltiples reuniones jamás buscaron el resultado estético del código, sino el resultado ético, porque quien promulga un código está reconociendo públicamente que su actuación tiene una dimensión ética.

La discusión crítica de los contenidos, para que el código tenga vigencia permanente y se adapte a las nuevas contingencias que el tiempo traerá, serán analizadas desde el Observatorio, que mediante revisiones periódicas de su contenido afianzará su vigencia y su utilidad.

Dice el experto Hugo Aznar, y tomo sus palabras, que “un buen trabajo de las normas éticas y deontológicas recogidas en el código no deben ser vistas como una restricción sino, justo al contrario, como una manifestación de libertad: la que supone el que un colectivo profesional se dé normas a sí mismo”.¹

¹ Aznar, Hugo, “El debate en torno a la utilidad de los códigos deontológicos del periodismo”, *Anàlisi: qua-derns de comunicació i cultura*, N° 20, p. 134.

Quiero, finalmente, destacar la enorme satisfacción que causa comprobar que distintos colectivos con diferentes intereses, en un ejemplo de unidad y en búsqueda de un objetivo supremo, guardan sus diferencias y construyen un código que es ejemplo de convivencia para las generaciones futuras.

Introducción

Los jueves a las 10

Cynthia Ottaviano

Doctora en Comunicación, periodista, docente e investigadora UNLP.
Directora RTA. Primera defensora del Público de Argentina.

Los que aseguran que es imposible, no deberían interrumpir a los que estamos intentándolo.

THOMAS ALVA EDISON

Algunas experiencias en la vida merecen ser contadas. Crear el primer Código de ética de la historia audiovisual argentina es una de ellas. Sobre todo, si se tiene en cuenta la peculiaridad que lo caracterizó desde el comienzo: se realizó en la televisión, para ser aplicada en ella, en un mundo de pantallas, pero hoy es texto, un compromiso escrito. Aún más, podría decirse que se trata de un contrato a ser cumplido, que, hasta aquí, nadie se había atrevido a concretar.

Desde una perspectiva legal, como se señaló, el Código que se publica en la parte VI (pp. 287-295) implica el cumplimiento férreo del artículo 134 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), que obliga al Directorio de Radio y Televisión Argentina (RTA) a “promover la aprobación de un código de ética y establecer los mecanismos de control a efectos de verificar transgresiones a sus disposiciones”.¹

Sin embargo, tanto este código como el libro mismo pueden ir mucho más allá y convertirse en una inspiración, para que en otros canales, incluso medios radiales, gráficos o digitales, los colectivos que los integran pongan en palabras sus contratos de lectura, es decir, sus compromisos con las audiencias, sus propios códigos de ética.

Quizás, pueda pensarse también como una herramienta fundacional para que estudiantes, docentes, especialistas de los diversos cam-

¹ Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, 10 de octubre de 2009, art. 134, inc. c.

pos académicos, de los derechos humanos y sindicales, profundicen investigaciones y andamiajes sobre la deontología profesional, la ética periodística y comunicacional.

Y hasta puede leerse como un compendio de angustias, dudas, temores, corajes y sentimientos épicos de un grupo interdisciplinario de personas que consagró casi un año de su vida a hacer aportes, escuchar, aprender, reconocer diferencias y vulnerabilidades, simplemente para hacer una televisión mejor, en medio de una pandemia extraordinaria para la historia de la humanidad.

¿Y por qué no abordarlo como un acto de reparación ante 70 años de Televisión Pública que desconocieron o negaron la posibilidad del consenso entre autoridades, trabajadores, especialistas y audiencias para indagar y dejar sentadas las bases identitarias de la Televisión Pública argentina?

Sin dudas, este texto simboliza la coronación de un complejo e inédito trabajo colectivo, reconstruido aquí a través de las diversas voces que lo constituyeron, con sus disímiles intereses, conocimientos e inquietudes.

Ante tantas lecturas posibles, es en el vértice de todas esas aristas, en el mosaiquismo motivacional que reflejan estas páginas, donde pueden encontrarse ideas, pensamientos y aprendizajes de un centenar de personas.

En principio, pareciera imposible que unas cien voluntades acordaran qué escribir y cómo hacerlo, a qué comprometerse. Pero con el correr de los meses, las ideas fueron amalgamándose, como si ya hubieran estado allí hace tiempo, esperando que las recogieran.

Como cuando Miguel Ángel aseguró que el David estaba ya en *el gigante*, el bloque de mármol de Carrara al que varios escultores habían intentado *sacar algo*, pero no habían podido. Su tarea, dijo, apenas era la de liberar o hacer salir lo que ya estaba allí.

De eso también se constituye este libro, de los pliegues que esconden cómo se hizo el primer Código de ética, los jueves a las 10, tal vez, con los conocimientos que ya estaban allí, con las experiencias y sabidurías que ya estaban allí y esperaban ser *liberadas*.

Fue ese día de la semana y no otro. El jueves, trascendente en la historia de los derechos humanos de la Argentina. Casi como si cada jueves en que se construía el código se hubiera dado un paso más en esas marchas, en esas rondas de la Plaza de Mayo, de pañuelos blancos que

reclaman memoria, verdad y justicia, entrelazándose en la búsqueda de identidad.

Las primeras firmas que avalan el texto honran esa intención. Quedaron inmortalizadas en el programa *Televisión con códigos* al que se puede acceder a través del QR de la página 300. Estela de Carlotto, Taty Almeida y Nora Cortiñas dejaron sus nombres sellados para siempre, de puño y letra, ese 9 de diciembre de 2022, en el mítico Estudio 1 de la Televisión Pública, cuando se presentó el material ante las audiencias y diversas personalidades de la academia, la cultura, el periodismo y los derechos humanos.

Meses antes, junto con Hebe de Bonafini, las Madres y Abuelas habían sido consultadas por Félix Arnaldo para conocer sus perspectivas sobre cómo realizar coberturas responsables de delitos de lesa humanidad.

Entregaron su sabiduría y posición sobre el debate en torno de cómo nombrar la dictadura cívica, militar, judicial, empresaria, mediática, ¿clerical o eclesiástica?

Es que para cada tema, cada duda, especialistas de la Argentina y el mundo señalaron el camino. Esa fue una de las decisiones centrales de la metodología propuesta, creada a partir de decenas de fracasos y frustraciones anteriores.

En mi caso particular, durante treinta años había intentado en diarios, revistas, radios, canales y señales de TV impulsar un código de ética. Pero siempre había recibido la misma respuesta: no, de ninguna manera.

Como defensora del Público volví a impulsarlo durante cuatro años, entre 2012 y 2016. Promoví la publicación de *Ideas y orientaciones para la elaboración de un código de ética*.² Se distribuyeron miles de copias, en todo el país, pero no se logró ni un solo compromiso. Ni uno.

Un lustro después, Rosario Lufrano fue la primera en decidir lo contrario: “Sí. Hay que hacerlo. Hagámoslo”, concluyó ante la propuesta, como parte integrante de la reconstrucción necesaria de RTA, vulnerada por el gobierno de Mauricio Macri, con hechos de persecución ideológica y sindical, que habían dejado a los medios públicos sin público.

²Defensoría del Público, *Ideas y orientaciones para la elaboración de un código de ética*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2016. Disponible en <<https://defensadelpublico.gob.ar/ideas-y-orientaciones-para-la-elaboracion-de-un-codigo-de-etica/>>.

La propuesta metodológica mencionada se vincula con esas experiencias fallidas, de aparentes pérdidas y derrotas. Fueron siete pasos acordados con trabajadores y sus representaciones gremiales que, finalmente, lograron su objetivo, por eso nutren este libro y resulta necesario detallarlos:

- Realizar un documento marco que analizara los códigos de ética de otras televisiones públicas y asociaciones de periodistas de la Argentina y América Latina para impulsar el debate (véase la parte I, “Documento base”).
- Concretar mesas debate, con especialistas de diversas materias, de la Argentina y el mundo, que permitieran reconocer buenas y malas prácticas televisivas, específicamente para la televisión pública. En la parte II, “Las voces de especialistas”, se reproducen las transcripciones. Vale aclarar que el criterio editorial ha sido el de la mínima intervención, para respetar la oralidad y espontaneidad del intercambio.
- Continuar con debates libres, abiertos y plurales con todas las personas que trabajan u obtienen algún beneficio de RTA y quisieran participar (véase parte III, “La mirada de las trabajadoras y los trabajadores”).
- Realizar una convocatoria pública para que las audiencias tomaran la palabra por primera vez en la historia de los medios públicos de la Argentina. Durante quince días pudieron enviar aportes escritos o grabados, algunos de ellos, aquí reproducidos en la parte IV, “Las perspectivas de las audiencias”.
- Un encuentro público, también realizado por primera vez en setenta años de historia, para compartir todas esas miradas unidas. Fue el 7 de octubre de 2021 y se puede acceder a través del siguiente link: <<https://www.tvpublica.com.ar/post/la-television-publica-tiene-su-primer-codigo-de-etica>>.
- La aprobación por parte del Directorio de RTA, tal como consigna la LSCA, en este caso por unanimidad, apenas días antes del 70 aniversario, el 17 de octubre.
- La publicación para la distribución masiva del código –hoy concretada gracias a la claridad y voluntad política de Alfredo Alfonso, quien realizó sus aportes y no dudó en unir esfuerzos desde la Universidad Nacional de Quilmes.
- La creación y puesta en marcha del Observatorio de la TV Pública para dar cumplimiento al código (véase parte V, “Epílogos”).

Casi un año después del comienzo de esta labor, puede decirse que algunas certezas impulsaron el recorrido, pero en realidad, a lo largo de ese camino se abrazaron otras. Entre ellas, que la ética no se construye desde el poder, sino desde las bases empoderadas.

Que la ética es un bien tanpreciado que no puede devaluarse con un *copypaste*, con un copiar y pegar de otros códigos para sumar prestigio, ni puede quedar escondida en el último cajón de un escritorio abandonado.

Que no se trata de una necesidad de la corrección política, sino de una invitación a pensar, para interpelar las prácticas, para situarnos en un diálogo constante y permanente sobre lo que hacemos, por qué lo hacemos, cómo, para qué y, esencialmente, para quién o con quién lo hacemos.

Que la creación y revisión de un código de ética es un camino de formación permanente, de indagación y conocimiento ilimitado. Un motor de las preguntas vitales, un dinamizador de la tarea que se pretende automatizada y que debe ser elástico, es decir, estar siempre en movimiento.

Por algo se trata de un código, un *codex*, donde se escriben las reglas, pero también un *caudex*, el tronco de un árbol, desde donde poder enraizarse, dar frutos y nunca ser igual.

Este paso dado, hoy en formato libro, fue celebrado por universidades y organizaciones nacionales e internacionales, tanto por su metodología como por su carácter innovador. Se ha destacado su carácter impulsor de una comunicación pública democrática, se lo ha calificado como un *reto en beneficio del derecho humano a la comunicación*, que vuelve a poner a la vanguardia a los medios públicos de la Argentina, como un *referente ético de América Latina* (véase en la parte VI, “Adhesiones al Código de Ética”).

Por último, si tuviera la posibilidad de mirar hacia atrás y a la vez *otear el horizonte*, me atrevería a resumir nuestra labor en diez pasos para la creación de un código de ética colectivo.

Como si fuera una piedra de Rosetta de la comunicación del siglo XXI, asediada por las noticias falsas, la infodemia, la ultraconcentración y la mercantilización, resumiría así el decálogo:

1. Indagar desde la individualidad, hacia y con el colectivo organizado, sobre la deontología periodística y comunicacional. Qué hacemos, dónde, cómo, por qué, para qué, con quién o quiénes.
2. Historizar, conocer y reconocer otras experiencias para nutrir la propia.

3. Dialogar y debatir, como base de la política del encuentro.
4. Aprender y reaprender, como parte constitutiva de la pedagogía de la inclusión y la solidaridad.
5. Consensuar y llegar a acuerdos por escrito, fundamentales y fundantes de la praxis común.
6. Promover el cumplimiento, sin el dedo en alto ni imposiciones, sino con comprensión y búsqueda de los conflictos reales que deben ser erradicados para mejorar la calidad y la propuesta comunicacional.
7. Observar colectivamente la labor, los avances y retrocesos, sumándolos al texto.
8. Revisar, reescribir, difundir y formar sobre el pacto social y comunicacional que supone.
9. Promover y canalizar los reclamos y las consultas para dinamizar la participación.
10. Poner en común cada paso dado y por dar hacia el interior de la redacción y hacia las audiencias y ámbitos académicos, sindicales y de los derechos humanos (sin pensarlos como externos, sino como constitutivos de la labor).

Mi agradecimiento especial a Osvaldo Santoro, quien como vicepresidente de RTA se sumó con entusiasmo y curiosidad desde el mismo minuto de su llegada, como cuenta en el prólogo que antecede; a las delegadas y delegados de los gremios y trabajadores, cuyas perspectivas múltiples y diversas nutren las partes segunda y tercera, y fueron tan intensas como sustanciales. Sin ellas este libro no existiría.

A las audiencias que creyeron en la convocatoria y participaron con el fervor que quedó consagrado en la parte IV; al Directorio de RTA, que creyó en el proyecto, así como a la secretaria de Medios, Valeria Zapesochny, que lo acompañó.

A referentes de las universidades públicas del país que participaron, así como a cada especialista de organizaciones sociales, de la comunicación comunitaria, alternativa y popular y de organismos e instituciones públicas de la Argentina y el mundo que hizo su aporte, detallado en la parte II.

A María Laura Anselmi, que con paciencia y “amorosidad” realizó las convocatorias, ordenó los aportes, y las idas y vueltas de material necesario para enriquecer esta publicación.

Y de manera especial y permanente, a las Madres y Abuelas de Plaza de Mayo y a quienes luchan por el derecho humano a la comunicación.

No siempre confluyen tantas voluntades para una creación única. No siempre ocurre, es cierto, pero esta vez se logró sacudir el presente para volverlo historia.

Queda claro que no se trata de empujar en soledad, de insistir con fuerza y nada más.

Tampoco de frustrarse y caer en el “no se puede”, “no me dejan”, “¿para qué cambiar si siempre se hizo así?”.

Se trata de mantener vivas las esperanzas, para saber levantarse y no rendirse jamás.

Parece desmedido, dicho y escrito de esta manera, pero, así como no ha sido casual que hiciéramos esta labor *los jueves a las 10* (nombre que lleva este libro gracias a la perspicacia de Fernando Costa), tampoco ha sido casual que fuera en el marco del aniversario de los 70 años de creación del canal, aquel mítico 17 de octubre, ni que se construyera en 2021, en el centenario del nacimiento de Paulo Freire, cuando acechaba la mayor epidemia global de la historia.

En medio de la incertidumbre y el dolor, cobraron vigencia los pensamientos del pedagogo, en especial el saber que es preciso tener esperanza, del verbo “esperanzar”. “Porque hay gente que tiene esperanza del verbo esperar. Y la esperanza del verbo esperar no es esperanza, es espera -explicó. La esperanza necesita de la práctica para volverse historia concreta. Por eso no hay esperanza en la pura espera”.³

Ese también fue el motor. El sentir que esperanza es levantarse, es construir, es no rendirse. Esperanza es seguir, unirse para hacer las cosas de forma diferente.

De eso también se trata este libro, de reinventar el “mundo” a partir de la creación y la esperanza, de la esperanza en el decir, el andar y el hacer.

No para esperar, sino para hacerlo de forma diferente.

Para transformar la realidad, y dejarse transformar por ella.

Colectivamente, de la mano de quien sabe que la victoria se vive cuando no se deja de intentar.

³ Freire, Paulo, *Pedagogía de la esperanza: un reencuentro con Pedagogía del oprimido*, 2ª ed., Buenos Aires, Siglo XXI Editores, 2008, p. 25.

Agradecimientos colectivos

Este libro no hubiera sido posible sin la fuerza del colectivo.

De hecho, nadie, en la soledad de un escritorio, de ningún lugar del mundo, podría haberlo hecho mejor.

Muchísimas gracias a todas las personas que realizaron sus aportes, con sabiduría, experiencia y amor por la construcción colectiva.

Muchísimas gracias a las Abuelas y Madres de Plaza de Mayo por enseñarnos que la ética y la búsqueda de la verdad, con memoria y justicia, son la esencia de la vida.

Muchas gracias a Alfredo Alfonso, Leonardo Murolo y, en sus nombres, a todo el equipo de trabajo de la Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes que hizo posible la materialidad de este libro.

Muchas gracias a Alberto Fernández y Cristina Fernández de Kirchner por tomar la decisión política de reconstruir los medios públicos, en un camino que forja nuestra soberanía comunicacional.

Muchas gracias a cada trabajadora y trabajador que ama los medios públicos y a los gremios que los representan, que aceptaron el compromiso y la participación.

Muchas gracias a quienes confiaron desde el principio, porque esa confianza fue el impulso de este libro.

Muchas gracias también a quienes desconfiaron desde el principio, porque esa desconfianza fue el combustible que encendió la tozudez necesaria para lograrlo.

Muchísimas gracias a quienes multipliquen este libro en otros códigos de ética, diálogos, debates, polémicas que dinamicen la posibilidad del acuerdo en torno de prácticas comunes que nutran la democracia.

Muchas gracias a quienes crearon, impulsaron, defendieron y todos los días y cada día se proponen cumplir con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Muchas gracias a quienes batallan por la comunicación, comprendida como derecho humano y no como negocio.

Muchísimas gracias a quienes están y a quienes nos dejaron su antorcha encendida.

Este es nuestro tributo.

I. Documento base

Hacia el primer Código de ética de la Televisión Pública

Cynthia Ottaviano

En el mundo existen más de doscientos códigos de ética o manuales de estilo que reflejan el compromiso de quienes construyen los medios de comunicación a diario con sus audiencias. Lamentablemente, en la Argentina no hay un solo código de ética en toda la televisión o la radio, ya sea de gestión pública o privada.¹

El Código de ética puede considerarse “una herramienta de trabajo que recopila un conjunto de principios fundamentales para el tratamiento responsable de una multiplicidad de temas determinados”, de acuerdo con la definición de *Ideas y orientaciones para la elaboración de un código de ética*, publicado por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual.²

Pero puede pensarse también como un instrumento para ser tenido en cuenta de manera cotidiana, como una referencia constante en la labor, un horizonte que alcanzar con las mejores prácticas profesionales, dinámico, puesto a prueba y reescrito cuantas veces sea necesario para lograr su cumplimiento y fortalecer los compromisos establecidos con las audiencias.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) considera los medios como servicios, en los que se desarrolla una actividad de interés público “de carácter fundamental para el desarrollo socio-

¹ El Centro Internacional para Periodistas (ICPJ) “ha logrado inventariar 208 códigos de ética periodística pertenecientes a editores, clubes de prensa, comités, asociaciones públicas, privadas y mixtas, gremios, diarios, cadenas televisivas, emisoras de radio y también autoridades estatales” (Mendelevich, Pablo, *Ética periodística en la Argentina y en el mundo*, Buenos Aires, FOPEA / Konrad Adenauer Stiftung, p. 12).

² Defensoría del Público, *Ideas y Orientaciones para la elaboración de un código de ética*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2016, p. 5. Disponible en <<https://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2016/10/Co%CC%81digo-de-e%CC%81tica-web-29019.pdf>>.

cultural de la población, por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones”.³

En ese orden de ideas establece, como atribución y obligación del Directorio de RTA, “promover la aprobación de un código de ética y establecer los mecanismos de control a efectos de verificar transgresiones a sus disposiciones”,⁴ considerando la información como un bien social que debe ser salvaguardado.

En el marco del 70 aniversario de la primera transmisión televisiva de la Argentina, se decidió aceptar el desafío de dialogar con trabajadores, referentes, representantes de universidades, organismos de derechos humanos, organizaciones y asociaciones periodísticas, académicas, nacionales e internacionales para llevar adelante la tarea, desde los medios públicos de manera específica y especial.⁵

¿Desde qué base puede promoverse un código de ética?

Una primera respuesta puede encontrarse en los objetivos establecidos por la propia ley para RTA, donde se señala la necesidad de

[...] promover y desarrollar el respeto por los derechos humanos consagrados en la Constitución nacional [...]; respetar y promover el pluralismo político, religioso, social, cultural, lingüístico y étnico; garantizar el derecho a la información; contribuir con la educación formal y no formal y promover el desarrollo y la protección de la identidad nacional, en el marco pluricultural de todas las regiones que integran la República Argentina.⁶

También puede tenerse en cuenta el conocimiento ya desarrollado en códigos de ética de medios públicos de otros países (México, Bolivia,

³ Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, 10 de octubre de 2009, art. 2.

⁴ *Ibid.*, art. 134 inc. c.

⁵ Pensar los medios públicos, documento escrito por Cynthia Ottaviano y compartido en encuentros con trabajadores y trabajadoras de RTA durante 2020 y 2021.

⁶ *Ibid.*, art. 121, incs. a, b, c, d, e.

Colombia, Ecuador); de asociaciones como Comuna (Comunicadores de la Argentina) y Fopea (Foro de Periodismo Argentino), de la Argentina, Calandria, de Perú, la Asociación de la Prensa Uruguaya (APU) y el Colegio de Periodistas de Chile; así como lineamientos consensuados en otros países como Estados Unidos y Canadá (véase el apartado de las referencias bibliográficas). O en medios gráficos nacionales, como el realizado por *El Territorio*⁷ y la editorial Perfil.⁸

Considerar estos lineamientos como base puede enriquecer el desafío que, en sí mismo, no tiene límites concretos más que la buena fe para su diseño y aplicación, en la suma de consensos.

Cada colectivo señala su propia mirada, con sus identidades e historia, sabiendo que la puesta en papel de los compromisos será para llevarlos a la práctica, mejorar la calidad de la tarea profesional y de los medios donde se desarrollan, sin olvidar la defensa y el respeto de los derechos de las audiencias, consideradas como nueva ciudadanía comunicacional.

¿Cómo empezar?

Una forma de comenzar el proceso de elaboración de un código de ética puede ser el repaso de los compromisos existentes en las publicaciones mencionadas, de manera de buscar respuestas colectivas a una serie de preguntas, que permitan reflexionar sobre las tareas que se realizan a diario, en la búsqueda de acuerdos.

A continuación, se encontrará una serie de elementos que pueden resultar como base de las primeras indagaciones, con el objetivo de iniciar las mesas debates con los múltiples actores convocados.

¿Cómo considerar la información?

Como se señaló, la LSCA considera la información como un bien social, al igual que el manual de estilo de Radio Nacional al apuntar que se trata de “propiedad social y no como un bien privado de un grupo

⁷ *Principios editoriales y libro de estilo*, tercera versión provisional, 22 de julio de 1999.

⁸ *Cómo leer el diario. Gramática y estilo*, 1997.

o un sector” y, por eso, “uno de los objetivos primordiales es proporcionar el marco conceptual para un tratamiento de la noticia que tome como parámetro principal el derecho a la información, concebido como derecho humano fundamental”.⁹

La guía editorial de la Televisión Pública del Ecuador (2009) sigue ese camino, tanto como el código de ética del diario *Perfil*, donde se sostiene que “las informaciones no son una mercancía de la que pueda apropiarse la empresa, tampoco son propiedad del periodista, sino del conjunto de la sociedad que, a través de los lectores y los anunciantes, financia el proceso informativo”.¹⁰

El *Código de ética de Radio UNAM y TV UNAM* especifica que se debe “informar objetivamente”, con “profesionalismo, oportunidad y veracidad [...] precisión de datos, seriedad en el abordaje de los hechos y legitimidad de las fuentes”. A su vez, entiende que “la credibilidad es el pilar fundamental de un medio”, que depende de la “veracidad e imparcialidad”.¹¹

El Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR) detalla la obligación de “respetar la presunción de inocencia de las personas, especialmente en la información sobre detenciones o hechos delictuosos, en los cuales su responsabilidad no haya sido judicialmente comprobada”.¹²

El *Código de ética* de Fopea la reconoce “completa, exacta y diversa”.¹³ Y el *Código Europeo de Deontología del Periodismo* considera que es un derecho fundamental, cuya titularidad es de la ciudadanía, a quien le corresponde “el derecho de exigir” que la información “se realice con veracidad en las noticias y honestidad en las opinio-

⁹ Radio Nacional, *Manual de estilo*, 2010.

¹⁰ Diario *Perfil*, *Cómo leer el diario. Gramática y estilo. Documentación enciclopédica actualizada, contexto social, jurídico y económico*, Buenos Aires, 1998.

¹¹ Universidad Nacional Autónoma de México, *Código de ética de Radio UNAM y TV UNAM*, 2017, p. 3. Disponible en <<http://defensordelaaudiciencia.unam.mx/wp-content/uploads/2017/10/Codigo-Etica-Radio-y-TV-UNAM.pdf>>.

¹² Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, *Código de ética*, 2015, punto 25, inc.e. Disponible en <http://canalcatorce.tv/defensoria/secciones/normatividad/pdf/codigo_etica_spr_registrado_20_11_2019.pdf>.

¹³ Foro de Periodismo Argentino, *Código de ética*, elaborado en 2006 y actualizado en 2020. Disponible en <<https://www.fopea.org/etica-y-calidad/codigo-de-etica-de-fopea/>>.

nes, sin injerencias exteriores, tanto de los poderes públicos, como de los privados”.¹⁴

Para la CNN, la principal fuente de información es “el material generado por la propia CNN, incluidos nuestros corresponsales y colaboradores, las propias fuentes de cada uno, las agencias de noticias, especialmente AP y Reuters, la red internet, a través de la cual tenemos acceso a los diarios, en particular los latinoamericanos”.¹⁵

¿Y las audiencias?

La LSCA las señala como nuevos sujetos de derecho, “sujetos de derecho activo en su relación con los medios de comunicación y no ya como meros consumidores y consumidoras pasivas”¹⁶ abriendo paso a la conceptualización disruptiva de ciudadanía comunicacional, que “abrió un nuevo campo de empoderamiento de distintos grupos históricamente vulnerados”.¹⁷

La APU considera que deben dirigirse a ella “sin distinción por motivo de ninguna especie”.¹⁸ Algo similar sostiene la Empresa Brasil de Comunicación,¹⁹ que dirige su mirada hacia los derechos de la ciudadanía.

Para los canales 22.1 y 22 de México,²⁰ las audiencias tienen derecho a contenidos con pluralismo, programación con diversos géneros, “que respondan a la expresión de la diversidad y la pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática”, que “se diferencia con claridad información de opinión”, que se aporten elementos “para dis-

¹⁴ Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa, *Código Europeo de Deontología del Periodismo*, 1993. Disponible en <<https://periodistasandalucia.es/wp-content/uploads/2017/01/CodigoEuropeo.pdf>>.

¹⁵ Manual de estilo y referencia CNN en Español, abril 2002.

¹⁶ Ottaviano, Cynthia, *Derecho Humano a la comunicación. Desconcentración, diversidad e inclusión. Los desafíos comunicacionales del siglo XXI, desde las perspectivas de las Defensorías de las Audiencias*, Avellaneda, UNDAV, 2020, p. 22.

¹⁷ *Ibid.*, p. 58.

¹⁸ Asociación de la Prensa Uruguaya, *Código de ética periodística*, 2013. Disponible en <<http://etica.cainfo.org.uy/codigo-de-etica-periodistica/>>.

¹⁹ Véase *Manual de Journalism da EBC*, Brasilia (2013). <https://www.ebc.com.br/sites/_institucional/files/manual_de_jornalismo_ebc.pdf>.

²⁰ *Código de Ética de los Canales 22.1 y 22.2* (2020), <http://ayanami.canal22.org.mx/procesos/juridico/Codigo_de_Etica_de_los_Canales_22_1_y_22_2.pdf>.

tinguir publicidad de contenido”, “que se respeten los horarios y se avise con oportunidad los cambios”, poder “ejercer el derecho a réplica” y el “respeto de los derechos humanos y el interés superior de la niñez, la igualdad de género y la no discriminación”.

Por último, señalan los derechos a

[...] contar con servicios de subtítulo, doblaje y lenguas de señas mexicanas, que se promueva el reconocimiento de las capacidades, méritos y habilidades de las personas con discapacidad, así como la necesidad de su atención y respeto, contar con los mecanismos de accesibilidad para reclamar, sugerir y quejarse frente a los defensores de las audiencias y acceso a la guía de programación a través de un número telefónico o del portal de internet con formatos accesibles.

En esa línea, para el *Código de ética de Radio UNAM y TV UNAM* de México, “la participación puede adquirir diversas modalidades entre las que se pueden mencionar grupos focales, paneles ciudadanos [...] entrevistas en profundidad y la creación del defensor de las audiencias”.²¹

¿Cuáles son los valores esenciales de quienes trabajan en los medios?

El *Manual de estilo* de Radio Nacional sostiene que “es incompatible con la labor informativa la difusión de mensajes publicitarios explícitos o implícitos”.²²

Para el código de ética del diario *Perfil*, el periodismo es “una función pública que excede las metas económicas de cualquier empresa o relación laboral”, se trata de “actuar con integridad, buena fe y neutralidad en la búsqueda de informaciones, inhibiéndose de retener, derivar u ocultar la información”.²³

Desde el punto de vista de Fopea, resulta un valor esencial que las y los periodistas “se comprometan a buscar la verdad, a resguardar

²¹ Universidad Nacional Autónoma de México, *op. cit.*, p. 4.

²² Radio Nacional, *op. cit.*

²³ Diario *Perfil*, *op. cit.*

dar la independencia y a dar un tratamiento profesional y honesto a la información”. También destaca “el respeto a los principios de la democracia, la honestidad, la transparencia, el pluralismo y la diversidad”.²⁴

El código de ética de periodistas de Brasil²⁵ argumenta que “el periodista debe luchar por el ejercicio de la soberanía en los aspectos político, económico y social y para que prevalezca la voluntad expresada por la mayoría de la sociedad, siempre y cuando se respete el derecho de la minoría”. En tanto, la ley que crea la Empresa Brasil de Comunicación (EBC)²⁶ considera que la programación debe procurar la inclusión social, la socialización del conocimiento, los derechos a la educación y la salud, y el desarrollo del país.

Señal Colombia (Radio y Televisión Nacional)²⁷ busca fomentar la participación democrática, la construcción de ciudadanía y la identidad nacional. Radio Educación de México²⁸ señala la convivencia, la diversidad cultural y la construcción de ciudadanía.

El *Código de ética de Radio UNAM y TV UNAM*, de México, precisa que “promover el beneficio social y los valores y principios democráticos son las responsabilidades de un medio público [...] la originalidad, la innovación y el beneficio social de sus contenidos son ventajas comparativas”.²⁹

En tanto, la Canadian Broadcasting Corporation (CBC) sostiene que “con un balance de información, ilustración y entretenimiento para hombres, mujeres y niños de todas las edades y los gustos” se debe “salvaguardar, enriquecer y fortalecer la fábrica económica, cultural, política y social de Canadá”.³⁰

²⁴ Foro de Periodismo Argentino, *op. cit.*

²⁵ “Código de Ética de los Periodistas Brasileños”, Federación Nacional de Periodistas (FENAJ), <www.fenaj.org.br>.

²⁶ Ley 11.652, 7 de abril de 2008, <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111652.htm>

²⁷ “Código de Autorregulación”, <www.senalcolombia.tv>.

²⁸ “Principios y fundamentos de Radio Educación como una radio educativa y cultural de servicio público del siglo XXI” (versión actualizada al 31 de marzo de 2020), <<https://radioeducacion.edu.mx/wp-content/uploads/2020/04/PrincipiosYFundamentosDeRadioEducacionSigloXXI.pdf>>.

²⁹ Universidad Nacional Autónoma de México, *op. cit.*, p. 2.

³⁰ CBC, *Journalistic Standards and Practices*. Disponible en <<https://cbc.radio-canada.ca/en/vision/governance/journalistic-standards-and-practices>>.

¿Qué principios pueden considerarse fundamentales?

La empresa estatal de televisión Bolivia TV estableció en su manual de redacción y estilo que los principios deben ser “la objetividad, la seriedad, la responsabilidad, el control de las imágenes, el no plagio y el respeto”.³¹ La EBC destaca la búsqueda de la verdad y el respeto a los hechos. La TV Pública de Ecuador menciona el rigor, la precisión, fluidez y necesidad de mensajes comprensibles. Para el Instituto Mexicano de la Radio la objetividad “no existe”,³² por lo que se busca “ser lo menos subjetivos posibles” o “lo menos parciales que se pueda”.

La FELAP (Federación Latinoamericana de Periodistas) señaló la ecuanimidad y veracidad, y como faltas éticas, el silencio, la tergiversación o falsear los hechos.³³ Para Comuna se trata de “la exactitud, la transparencia y la adhesión a los hechos, como un pacto de fidelidad informativo, donde deben explicitarse las convicciones e intereses de quien produce la información”.³⁴

Las recomendaciones del Consejo del Audiovisual de Cataluña³⁵ reconocen la importancia de la proporcionalidad de los hechos y evitar el uso reiterado de las mismas imágenes, oponiéndose al uso de funciones espectacularizantes.

En tanto, la BBC³⁶ pondera la precisión, la investigación exhaustiva y la labor profesional en el lugar de los hechos. Por último, la CBC de

³¹ Bolivia TV, empresa estatal de televisión, *Manual de redacción y estilo en noticias*, 2020. Disponible en <http://www.boliviavt.bo/principal/viewdocs.php?tipo=6&file=9b496c_Manual%20de%20Redaccio%20y%20Estilo%20en%20Noticias.pdf>.

³² Instituto Mexicano de la Radio (IMER), *Guía práctica de estilo radiofónico* (2013), <https://www.imer.mx/wp-content/uploads/sites/36/guia_practica_estilo_radiofonico_imer.pdf>.

³³ “FELAP: Código Latinoamericano de ética periodística”, <<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/969/1003>>.

³⁴ Comuna, “Manifiesto”, 2011. Disponible en <<https://comunicadoresdelaargentina.wordpress.com/2011/06/07/manifiesto-de-comuna-comunicadores-de-la-argentina/>>.

³⁵ Consell de l’Audiovisual de Catalunya, <<https://www.cac.cat/es>>.

³⁶ BBC, *Directrices Editoriales. Valores y Criterios de la BBC*, British Broadcasting Corporation, 2007. Disponible en <https://www.bbc.co.uk/spanish/specials/150_valores/pdf/valores_bbc_todo.pdf>.

Canadá considera la exactitud y la difusión de información con datos reales y comprobables.³⁷

Frente al error, ¿hay que otorgar derecho a réplica? ¿Cómo?

Está garantizado en el Pacto de San José de Costa Rica, incorporado a la Constitución nacional,³⁸ pero nunca se materializó en legislación alguna. Se considera efectivo si se concreta a tiempo y en las mismas dimensiones y proporciones que se difundió la información inexacta o agravante.

Fopea especifica que

[...] es deber de los periodistas rectificar de forma inmediata toda información falsa, inexacta o equivocada que pudieran haber publicado. Deberán hacerlo de manera proporcional, explicando con claridad la diferencia entre la versión original y la corregida. En las plataformas digitales, las versiones originales podrán ser modificadas siempre que se destaque la rectificación o corrección.³⁹

El código de ética de la UNAM, de México, establece que “la crítica presupone la necesidad de contar con la información y los conocimientos indispensables para ejercerla como un instrumento para rectificar y mejorar”.⁴⁰

¿Hay que incluir la cláusula de conciencia?

El código de ética de *Perfil* sostiene que

[...] cualquier periodista podrá alegar cláusula de conciencia y negarse a realizar cualquier tarea que considere que vulnera su libertad, con-

³⁷ CBC/Radio Canadá, “Journalistic Standards and Practices”, <<https://cbc.radio-canada.ca/en/vision/governance/journalistic-standards-and-practices>>.

³⁸ Convención Americana sobre Derechos Humanos Ley 23.054, <<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/25000-29999/28152/norma.htm>>.

³⁹ Foro de Periodismo Argentino, *op. cit.*

⁴⁰ Universidad Nacional Autónoma de México, *op. cit.*, p. 3.

vicciones, independencia, dignidad u honor profesional. La correcta apelación a la cláusula de conciencia nunca será motivo de traslado o sanción para el periodista.⁴¹

Y agrega que “ningún periodista estará obligado a firmar su trabajo cuando este haya sido alterado o haya sufrido modificaciones sustanciales que no hayan sido acordadas. No se considerarán modificaciones sustanciales las que exijan las normas de estilo”.⁴²

¿Qué lenguaje se recomienda?

El *Manual de estilo* de Radio Nacional sostiene que se debe “tender a un buen uso de nuestro idioma [...] debe ser inclusivo, abarcador, tendiente a incorporar a la mayor cantidad de receptores” y reconoce que

[...] la presión de las lenguas dominantes puede modificarlo de manera negativa, la imposición de vocablos derivados de la defensa de intereses no públicos, particulares, puede obstruir o desgastar la gimnasia de ese pensamiento crítico sin el cual no concebimos la existencia de un medio de comunicación. El uso de extranjerismos puede reducir la identidad.⁴³

El código de ética del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR) observa la necesidad de “hacer uso correcto, preciso, incluyente y responsable del idioma”.⁴⁴

Desde la Unesco⁴⁵ hace décadas que se promueve un lenguaje no sexista, evitando el uso del masculino como valor genérico, precisando el género cada vez que se pueda (presidenta/presidente) y promoviendo la inclusión, con diversidad e interculturalidad, en las fuentes de información, las imágenes y todo tipo de diseño audiovisual.

Fopea sostiene que “el buen uso del idioma español es una rigu-

⁴¹ Diario *Perfil*, *op. cit.*

⁴² Diario *Perfil*, *op. cit.*

⁴³ Radio Nacional, *op. cit.*

⁴⁴ Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, *op. cit.*

⁴⁵ *Recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje*, Unesco, 1999, <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000114950>>.

rosa obligación de los periodistas. El léxico debe ser rico y cultivado tanto como respetuoso de la diversidad y de las distintas singularidades lingüísticas”; además, agrega que “los periodistas deben ejercer su profesión en el marco de la perspectiva integral de género, evitando la utilización de un lenguaje sexista”.⁴⁶

La CBC propone un lenguaje disciplinado con técnicas de producción específicas. El canal Univisión de Estados Unidos señala que debe ser neutral.

¿Y el manejo de las fuentes?

La Constitución Nacional garantiza la reserva de la fuente, por lo que puede considerarse que el secreto profesional es un deber del periodista. La Ley N° 25.326 de Protección de Datos Personales (2000) estableció que “en ningún caso se podrán afectar la base de datos ni las fuentes de información periodística”,⁴⁷ considerando que la tutela se extendía tanto a los archivos de datos del periodista como a los del medio de comunicación.

Por otra parte, la doctrina Campillay, establecida por la Corte Suprema de Justicia de la Nación (15 de mayo de 1986),⁴⁸ impone difundir la información atribuyéndola directamente a la fuente, utilizando un lenguaje conjetural, no solo el verbo en potencial, y dejando en reserva la identidad de los implicados. El dictamen de la procuradora general remarca que

no consiste solamente en la utilización de un determinado modo verbal –el potencial– sino en el examen del sentido completo del discurso, que debe ser conjetural y no asertivo porque si así no fuera bastaría con el mecánico empleo del casi mágico “sería...” para poder atribuir a alguien cualquier cosa, aún la peor, sin tener que responder por ello (Fallos: 326:145).

⁴⁶ Foro de Periodismo Argentino, *op. cit.*

⁴⁷ Ley N° 25.326 de Protección de Datos Personales, 30 de octubre del 2000, art. 1.

⁴⁸ Causa Campillay, Julio C. c/ La Razón y otros, del 15/05/1986, confirmación de sentencia de la Corte Suprema de Justicia de la Nación, <<https://cdh.defensoria.org.ar/normativa/campillay-julio-c-c-la-razon-y-otros/>>.

Por último, vale recordar que “para que proceda la demanda basta con que el reclamante acredite la simple negligencia o descuido de parte del diario al emitir la información falsa, aun cuando se considere que el tema sobre el que versaba la nota era de interés público general...” (Fallos 326:4.285).

La LSCA establece como obligación “ofrecer acceso, de manera global, mediante la participación de los grupos sociales significativos, como fuentes y portadores de información y opinión, en el conjunto de la programación”.⁴⁹

El código de ética de *Perfil* considera que “la protección de las fuentes informativas es fundamental para garantizar el flujo de la información”.⁵⁰

Bolivia TV sostiene que los criterios deben ser “la importancia, por lo efectos, los personajes; el interés, por los datos llamativos, lo inusual, la actualidad y la particularidad”.⁵¹

La RCN/Caracol de Colombia⁵² sostiene que si un socio o accionista de un canal o concesionario tiene intereses empresariales o familiares en una noticia resulta relevante debe ser informado al público.

El *Código Europeo de Deontología del Periodismo* menciona la necesidad de transparencia en la propiedad del medio y promueve un conocimiento claro por parte de la sociedad.⁵³

¿Qué hacer ante los rumores?

Para el manual de la TV Pública de Ecuador, “al contrario de lo que suele afirmarse, el rumor no es la antesala de la noticia, sino la antinoticia”, por eso rechaza formulaciones con “al parecer”, “podría”, “no se descarta”. Para el Canal 22 de México es necesario poner sobre aviso a la audiencia, mientras que el Canal 11⁵⁴ del mismo país se opone a su difusión.

⁴⁹ Ley N° 26.522, *cit.*, art. 122.

⁵⁰ Diario *Perfil*, *op. cit.*

⁵¹ Bolivia TV, *op. cit.*

⁵² RCN Televisión Colombia, “Código de autorregulación”, <https://www.canalrcn.com/descargas/cod_autorregulacion.pdf>.

⁵³ Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa, *op. cit.*

⁵⁴ Canal 11, “Código de autorregulación periodística”, México, 2017, <https://canalonce.mx/REST/data/CodigoPeriodisticoDG-DPE-11_01.pdf>.

Para el código europeo, “los rumores no deben confundirse con las noticias”, que requieren veracidad e imparcialidad en la exposición.⁵⁵

¿Y ante un hecho extraordinario como un desastre o una catástrofe?

La LSCA menciona la necesidad de respetar a la “persona humana”, sus derechos personalísimos (entre ellos, el buen nombre y honor, el derecho a la intimidad y la imagen), así como los derechos humanos.⁵⁶

La TV Pública del Ecuador exige cuidar el honor, la reputación y el buen nombre de las personas. El Canal 22 de México propone evitar imágenes con “detalles innecesarios” sobre el sufrimiento y preservar la identidad de las víctimas.

La RTVE⁵⁷ pide respetar la negativa de las personas a declarar o informar. El Consejo del Audiovisual de Cataluña llama a evitar el zoom, como sensación de proximidad, porque puede vulnerar los derechos de las personas a la intimidad, independientemente de que estén en el espacio público; y frente a situaciones conflictivas y dolorosas, no tomar imágenes sin autorización. La CBC, frente al “desorden civil”, pide cuidar la presencia de cámaras y micrófonos para que no se conviertan en un factor de provocación o complique u obstruya la asistencia, resolución o reconstrucción, dependiendo el caso.

¿Cómo constituir la agenda?

La LSCA señala como objetivos respetar y promover el pluralismo político, religioso, social, cultural, lingüístico y étnico; promover el desarrollo de la identidad nacional, en el marco pluricultural de todas las regiones, destinar programación para el público infantil, así como para sectores no contemplados por el sector comercial.⁵⁸

Como obligación específica, la inclusión de contenidos educativos,

⁵⁵ Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa, *op. cit.*

⁵⁶ Ley N° 26.522, *cit.*, art. 3.

⁵⁷ “Manual de Estilo de RTVE. Directrices para los profesionales”, <<http://manual-deestilo.rtve.es/>>.

⁵⁸ Ley N° 26.522, *cit.*, art. 121.

culturales y científicos; considerar el rol social del medio; asegurar la información y la comunicación con una adecuada cobertura de los temas de interés nacional, regional e internacional; difundir las actividades de los poderes del Estado en los diversos ámbitos.⁵⁹

El *Manual de estilo* de Radio Nacional observa que la agenda debe dar “prioridad a los intereses del conjunto por encima de los de sector”, realizada por “los periodistas de todas las emisoras”, ya que “informamos para responder a los intereses y necesidades principales de quienes habitan el suelo argentino, en torno de todos los asuntos que les conciernen, que intervienen y que se refieren a su suerte como parte de la comunidad”.⁶⁰

El Canal 22 de México destaca la independencia informativa, de individuos, grupos, así como del gobierno, anunciantes y patrocinadores. El manual de estilo de la Televisión Pública de Ecuador exige una agenda propia, rechazando el “seguidismo” de otras agendas.

El código de ética de la UNAM especifica que “los contenidos deben responder a las demandas esenciales y diversas de los públicos en lo que se refiere a información, entretenimiento, conocimiento, ideas, opiniones, habilidades [...] se aspira a una mayor audiencia sin menoscabo de la calidad y del sentido social”.⁶¹

Por último, el Canal Sur Televisión y Canal 2 de Andalucía, España,⁶² proponen eludir agendas de ámbitos comerciales, financieros e institucionales.

¿Cómo deben ser las imágenes?

Fopea explicita que

[...] las fotografías y tomas de video deben ser exactas y fieles a la realidad que intentan reflejar. Las escenas montadas con propósitos de manipulación constituyen una falta ética grave. Cuando se realice un montaje, se debe explicitar claramente que se trata de una recreación y

⁵⁹ Ley N° 26.522, *cit.*, art. 122.

⁶⁰ Radio Nacional, *op. cit.*

⁶¹ Universidad Nacional Autónoma de México, *op. cit.*

⁶² Libro de Estilo Canal Sur Televisión y Canal 2 de Andalucía, 2004, <https://www.canalsur.es/resources/archivos_offline/2017/10/4/1507119787074Libro_de_estilo_Canal_Sur.pdf>.

que está publicado únicamente a los fines ilustrativos. A su vez, cuando se utilice una fotografía o imagen de archivo, ello debe ser debidamente aclarado en aras de evitar cualquier confusión o distorsión en la interpretación de la información.⁶³

¿Cómo considerar el plagio?

Fopea detalla que “copiar fragmentos de trabajos existentes sin mencionarlos explícitamente con carácter de citas constituye plagio y es una falta grave”. A su vez, “no indicar que un suceso noticioso fue descubierto en todo o en parte por otro periodista e informar el hecho como si fuera un hallazgo propio es una explotación deshonesto del trabajo ajeno y constituye, por lo tanto, una forma de plagio”.⁶⁴

¿Es necesario incorporar el principio de no discriminación?

La LSCA establece que la programación

[...] deberá evitar contenidos que promuevan o inciten tratos discriminatorios basados en la raza, el color, el sexo, la orientación sexual, el idioma, la religión, las opiniones políticas o de cualquier otra índole, el origen nacional o social, la posición económica, el nacimiento, el aspecto físico, la presencia de discapacidades o que menoscaben la dignidad humana o induzcan a comportamientos perjudiciales para el ambiente o para la salud de las personas y la integridad de los niños, niñas o adolescentes.⁶⁵

Por otra parte,

[...] quienes produzcan, distribuyan, emitan o de cualquier forma obtengan beneficios por la transmisión de programas y/o publicidad velarán por el cumplimiento de lo dispuesto por las leyes N° 23.344,

⁶³ Foro de Periodismo Argentino, *op. cit.*

⁶⁴ *Ibid.*

⁶⁵ Ley N° 26.522, *cit.*, art. 70.

sobre publicidad de tabacos, 24.788 –Ley Nacional de Lucha contra el Alcoholismo–, N° 25.280, por la que se aprueba la Convención Interamericana para la eliminación de todas las formas de discriminación contra las personas con discapacidad, N°25.926, sobre pautas para la difusión de temas vinculados con la salud, N° 26.485 –Ley de protección integral para prevenir, sancionar, y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales– y N° 26.061, sobre protección integral de los derechos de las niñas, niños y adolescentes así como de sus normas complementarias y/o modificatorias y de las normas que se dicten para la protección de la salud y de protección ante conductas discriminatorias.⁶⁶

¿Y la Ley de Identidad de Género?

La Ley N° 26.743 determina con claridad que

[...] toda persona tiene derecho al reconocimiento de su identidad de género; al libre desarrollo de su persona conforme a su identidad de género; a ser tratada de acuerdo con su identidad de género y, en particular, a ser identificada de ese modo en los instrumentos que acreditan su identidad respecto del/de los nombre/s de pila, imagen y sexo con los que allí es registrada.⁶⁷

Por supuesto que esto también debe ocurrir en el marco de los medios de comunicación. De hecho, la misma ley señala que

[...] deberá respetarse la identidad de género adoptada por las personas, en especial por niñas, niños y adolescentes, que utilicen un nombre de pila distinto al consignado en su documento nacional de identidad. A su solo requerimiento, el nombre de pila adoptado deberá ser utilizado para la citación, registro, legajo, llamado y cualquier otra gestión o servicio, tanto en los ámbitos públicos como privados.⁶⁸

⁶⁶ Ley N° 26.522, *cit.*, art. 71.

⁶⁷ Ley N° 26.743 de Identidad de Género, 9 de mayo de 2012, art. 1 incs. a, b y c.

⁶⁸ Ley N° 26.743, *cit.*, art. 12.

Es bueno saber que,

[...] se entiende por identidad de género a la vivencia interna e individual del género tal como cada persona la siente, la cual puede corresponder o no con el sexo asignado al momento del nacimiento, incluyendo la vivencia personal del cuerpo. Esto puede involucrar la modificación de la apariencia o la función corporal a través de medios farmacológicos, quirúrgicos o de otra índole, siempre que ello sea libremente escogido. También incluye otras expresiones de género, como la vestimenta, el modo de hablar y los modales.⁶⁹

¿Qué es la violencia mediática y simbólica?

Ambas están definidas en la Ley N° 26.485 de protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres, que, a su vez, es recuperada por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Se entiende por violencia simbólica “la que a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmita y reproduzca dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad”.⁷⁰

En tanto, la violencia mediática contra las mujeres es

[...] aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres.⁷¹

⁶⁹ Ley N° 26.743, *cit.*, art. 2.

⁷⁰ Ley N° 26.485 de Protección Integral a las Mujeres, 11 de marzo de 2009, art. 5, inc. 5.

⁷¹ Ley N° 26.485, *cit.*, art. 6 inc. f.

Fopea da cuenta de que se debe denunciar

[...] todo acto de violencia machista (física, psicológica, sexual, económica y/o simbólica) contra las mujeres y contra cualquier colectivo que sea víctima de discriminación de género. Es deber de los periodistas evitar la revictimización de la persona atacada o discriminada, respetando su individualidad y rechazando la utilización de eufemismos o matizaciones para los casos de agresiones sexuales o de otra clase.⁷²

¿Se pueden recibir regalos?

El *Manual de estilo* de Radio Nacional asevera que

[...] el periodista no puede aceptar pagos, retribuciones, dádivas, ni privilegios de ningún tipo, porque tienden a influir y a condicionar la búsqueda y difusión de la información. Los obsequios de cortesía solo pueden ser aceptados bajo certeza absoluta de que no afectarán el trabajo informativo y la independencia de criterios. Los viajes por invitación hechos al periodista por ser parte de RNA deben ser puestos bajo conocimiento y consulta de la autoridad del sector.⁷³

El código de ética de *Perfil* es taxativo: “El periodista no podrá aceptar reglas o invitaciones cuyo costo supere los 50 pesos (año 1998), ni premios obtenidos en una reunión o evento al que concurra por su condición de periodista”.⁷⁴

Fopea asegura que “ningún periodista debe aceptar pagos, retribuciones, dádivas ni privilegios de ningún tipo que pudieran pretender, de manera explícita o no, incidir sobre un manejo informativo particular. Los sobornos y las prácticas extorsivas son una falta grave”.⁷⁵

A la vez, agrega que

[...] deben rechazar toda clase de regalo, retribución, gratificación o donación que pudieran ofrecerse como resultado de su trabajo o de

⁷² Foro de Periodismo Argentino, *op. cit.*

⁷³ Radio Nacional, *op. cit.*

⁷⁴ Diario *Perfil*, *op. cit.*

⁷⁵ Foro de Periodismo Argentino, *op. cit.*

sus conexiones profesionales. Corresponde devolver al remitente los regalos con una explicación sobre los principios de ética periodística que impiden aceptar cualquier tipo de retribución de terceros. Podrían exceptuarse de esta regla los obsequios de cortesía, siempre que su valor no exceda los 30 dólares estadounidenses.⁷⁶

Para el código de ética de la UNAM, “no se dará ningún trato especial ni privilegiado por motivos económicos, políticos, partidistas o personales. Las decisiones siempre se tomarán en función del interés público”.⁷⁷

¿Cómo aplicar el principio de transparencia en el siglo XXI?

El acceso a la información pública y el principio de transparencia pueden considerarse constitutivos de la democracia. En la actualidad, se propone dejar dicho cómo se elaboró la noticia para que las audiencias cuenten con herramientas que faciliten su lectura crítica.

Fopea propone que

[...] los métodos para obtener información merecen ser conocidos por el público. La transparencia es fundamental para la relación entre los periodistas y la sociedad. Los periodistas deben hacer todo lo posible para ofrecerle al público información sobre los procesos, métodos, normas, códigos de ética y formas de financiamiento que utilizan para informar. También deben rendir cuentas y abrir canales para que el público pueda plantear dudas o consultas sobre el cumplimiento de esas premisas.⁷⁸

¿Hace falta capacitarse?

El código de ética de Fopea explica que “la búsqueda de la excelencia es una constante en la vida del periodista y eso incluye su capacitación permanente y la mejora de sus prácticas”.⁷⁹

⁷⁶ Foro de Periodismo Argentino, *op. cit.*

⁷⁷ Universidad Nacional Autónoma de México, *op. cit.*

⁷⁸ Foro de Periodismo Argentino, *op. cit.*

⁷⁹ *Ibid.*

Bibliografía

- Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa, *Código Europeo de Deontología del Periodismo*, 1993. Disponible en <<https://periodistasandalucia.es/wp-content/uploads/2017/01/CodigoEuropeo.pdf>>.
- Asociación de la Prensa Uruguaya, *Código de ética periodística*, 2013. Disponible en <<http://etica.cainfo.org.uy/codigo-de-etica-periodistica/>>.
- BBC, *Directrices Editoriales. Valores y Criterios de la BBC*, British Broadcasting Corporation, 2007. Disponible en <https://www.bbc.co.uk/spanish/specials/150_valores/pdf/valores_bbc_todo.pdf>.
- Bolivia TV, empresa estatal de televisión, *Manual de redacción y estilo en noticias*, 2020. Disponible en <http://www.boliviavt.bo/principal/view-docs.php?tipo=6&file=9b496c_Manual%20de%20Redaccio?n%20y%20Estilo%20en%20Noticias.pdf>.
- Canal 11, “Código de autorregulación periodístico”, México, 2017, <https://canalonce.mx/REST/data/CodigoPeriodisticoDGDPE-11_01.pdf>.
- Canal Sur Televisión y Canal 2 de Andalucía, *Libro de Estilo*, 2004, <https://www.canalsur.es/resources/archivos_offline/2017/10/4/1507119787074Libro_de_estilo_Canal_Sur.pdf>.
- CBC, *Journalistic Standards and Practices*. Disponible en <<https://cbc.radio-canada.ca/en/vision/governance/journalistic-standards-and-practices>>.
- CNN en Español, *Manual de Estilo y Referencia*, 2002.
- Código de Ética de los Canales 22.1 y 22.2*, 2020, <http://ayanami.canal22.org.mx/procesos/juridico/Codigo_de_Etica_de_los_Canales_22_1_y_22_2.pdf>.
- “Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros”, FENAJ, <www.fenaj.org.br>.
- Código latinoamericano de periodistas (1979) Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), <<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/969/1003>>.
- Comuna, *Manifiesto*, 2011. Disponible en <<https://comunicadoresdelargentina.wordpress.com/2011/06/07/manifiesto-de-comuna-comunicadores-de-la-argentina/>>.
- Convención Americana sobre Derechos Humanos, <<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/25000-29999/28152/norma.htm>>.
- Defensoría del Público, *Ideas y Orientaciones para la elaboración de un código de ética*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2016. Disponible en <<https://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2016/10/Co%CC%81digo-de-e%CC%81tica-web-29019.pdf>>.

- Diario *Perfil*, *Cómo leer el diario. Gramática y estilo. Documentación enciclopédica actualizada, contexto social, jurídico y económico*, Buenos Aires, 1998.
- EBC, *Manual de periodismo da EBC*, Brasilia, 2013. Disponible en <https://www.ebc.com.br/sites/_institucional/files/manual_de_periodismo_ebc.pdf>.
- El Territorio*, “Principios editoriales y libro de estilo. Tercera versión provisional”, 1999.
- Foro de Periodismo Argentino, *Código de ética*, elaborado en 2006 y actualizado en 2020. Disponible en <<https://www.fopea.org/etica-y-calidad/codigo-de-etica-de-fopea/>>.
- Instituto Mexicano de la Radio (IMER), *Guía práctica de estilo radiofónico*, 2013. Disponible en <https://www.imer.mx/wp-content/uploads/sites/36/guia_practica_estilo_radiofonico_imer.pdf>.
- Ley N° 25.326 de Protección de Datos Personales, 30 de octubre de 2000.
- Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, 10 de octubre de 2009.
- Ley N° 26.485 de Protección Integral a las Mujeres, 11 de marzo de 2009.
- Ley N° 26.743 de Identidad de Género, 9 de mayo de 2012.
- Ley N° 11.652, 7 de abril de 2008, <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/11652.htm>.
- Mendelevich, Pablo, *Ética Periodística en la Argentina y el mundo. Estudio comparado con miras a la acción*, Buenos Aires, Konrad Adenauer Stiftung, 2005.
- Ottaviano, Cynthia, *Derecho Humano a la Comunicación. Desconcentración, diversidad e inclusión. Los desafíos comunicacionales del siglo XXI desde las perspectivas de las Defensorías de las Audiencias*, Avellaneda, Editorial Punto de Encuentro / UNDAV Ediciones, 2020.
- , “Pensar los medios públicos”, 2020.
- Radio Educación, “Principios y fundamentos de Radio Educación como una radio educativa y cultural de servicio público del siglo XXI” (versión actualizada al 31 de marzo de 2020), <<https://radioeducacion.edu.mx/wp-content/uploads/2020/04/PrincipiosYFundamentosDeRadioEducacionSigloXXI.pdf>>.
- Radio Nacional, *Manual de estilo*, 2010.
- Unesco, *Recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje*, 1999, <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000114950>>.
- RCN Televisión Colombia, “Código de Autorregulación”, 2012, <https://www.canalrcn.com/descargas/cod_autorregulacion.pdf>.

RTV Ecuador, *Guía Editorial. Servicios Informativos de la Televisión Pública*, 2009, <<https://es.slideshare.net/EcuadorTV/guia-editorial-rtvecuador>>.

RTVE, “Manual de Estilo de RTVE. Directrices para los profesionales”, <<http://manualdeestilo.rtve.es/>>.

Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, *Código de ética*, 2015. Disponible en <http://canalatorce.tv/defensoria/secciones/normatividad/pdf/codigo_etica_spr_registrado_20_11_2019.pdf>.

The Economist, Style Guide, The Economist Books, 1986.

Universidad Nacional Autónoma de México, *Código de ética de Radio UNAM y TV UNAM*, 2017. Disponible en <<http://defensordelaaudiencia.unam.mx/wp-content/uploads/2017/10/Codigo-Etica-Radio-y-TV-UNAM.pdf>>.

Buenos Aires, febrero de 2021

II. Las voces de especialistas

Una caja de herramientas para buscar respuestas

Mesa debate virtual

Jueves 6 de mayo de 2021, 10:00 horas

Coordinación: Cynthia Ottaviano

Producción: María Laura Anselmi

Especialistas: Analía Elíades, abogada y docente; Mariana Baranchuk, doctora en Comunicación y docente; Diego de Charras, docente e investigador, presidente de Redcom (Red de Carreras de Comunicación de la Argentina); y León Piasek, abogado laboralista.

Palabras clave: ética, infodemia, *fake news*, cláusula de conciencia, derecho de rectificación, violencia mediática y simbólica, estatuto del periodista, convenios colectivos.

CYNTHIA OTTAVIANO: Buenos días a todes. Es un enorme honor poder realizar este primer encuentro que pretende ir hacia una construcción colectiva de un Código de ética de la Televisión Pública. Ustedes saben que este año cumplimos 70 años de la Televisión Pública y se considera que lo es de la televisión en general. En ese sentido, nos pareció muy importante poder caminar hacia este Código de ética. En el mundo hay más de doscientos códigos de ética en distintos canales de televisión y radios, por eso hemos hecho un relevamiento de los del mundo occidental y específicamente de América Latina. En la Argentina, este concepto que viene de la mano de la autorregulación, y desde mi punto de vista ya lo podemos pensar como corregulación, no ha sido fructífero.

Como defensora del Público promoví una publicación con orientaciones para elaborar un código de ética o manual de estilo, pero ha sido una política pública que no ha prosperado. De manera que me refiero a la corregulación porque la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y el estatuto del periodista nos dan bases para lograr un código de ética. De hecho, como integrantes del Directorio de RTA, nos pone en el marco de nuestras atribuciones y obligaciones textualmente “pro-

mover la aprobación de un código de ética y establecer los mecanismos de control a efectos de verificar transgresiones a sus disposiciones”.

Están presentes Alejandro Verano, Erika Schmocker, integrantes del Directorio; Sandra Azpelicueta, de la comisión fiscalizadora; y Analía Ostojich, nuestra auditora, de reciente incorporación.

Para mí, es un honor poder realizar la moderación de este primer encuentro que será un proceso de varios meses. Hemos tenido, desde mi punto de vista, esta perspectiva dialógica de promoverlo desde el Directorio, pero hacerlo con las bases, de manera que hemos consensuado cada uno de los pasos que realizamos.

Soy muy consciente de que, si no es con las bases, con quienes trabajan y hacen todos los días la Televisión Pública, no se puede llegar a un acuerdo y a un compromiso con las audiencias, sobre todo desde el sistema de medios públicos, en construcción de la ciudadanía comunicacional.

Debe ser de la fuerza y la organización de sus trabajadores que den paso a compromisos escritos en un código de ética para el 17 de octubre de este año, en celebración de los 70 años.

Hay una predisposición extraordinaria. La dinámica que hemos consensuado es la de escuchar las perspectivas y los conocimientos de expertos y especialistas, tener un espacio de conversatorio, de debate, y luego ir hacia una redacción. Por eso, planteamos tener este espacio todos los jueves a las 10 de la mañana. Hay gran expectativa de escuchar a expertas y expertos como los que tenemos hoy.

Vamos a habilitar el micrófono para siete minutos de exposición iniciales y después un intercambio con las preguntas que tengan trabajadores y referentes del ámbito sindical que están aquí presentes.

Agradezco al área digital lo que vienen haciendo, un gran trabajo con Tincho (Martín de Vedia) a la cabeza. Le doy la palabra, si les parece, a Analía Elíades, para que nos dé orientaciones, recomendaciones y lineamientos para poder construir colectivamente este primer Código de ética.

ANALÍA ELÍADES: Vengo a integrarme a una construcción colectiva que me parece fascinante como punto de partida. Así, no estoy en condiciones de dar ninguna recomendación y ninguna guía en particular que no nazca ni sea producto de una elaboración colectiva. Más teniendo en cuenta todos los cimbronazos que estamos viviendo en estos momentos, y que vivimos recientemente en los últimos tiempos, que nos

hace replantear esas directrices o líneas básicas que solían tener los códigos de ética y manuales de estilo.

Haciendo un poco de memoria, a nivel internacional, el único código de periodista consensuado internacionalmente fue el de la Unesco de 1983, luego del informe MacBride, con mucha agua pasando bajo el puente y con muchas cosas que leímos en las últimas décadas, que ya suena antiguo en su redacción y que no responde a nuestras necesidades colectivas.

El punto de partida es que esto sea producto y trabajo conjunto de las bases, de los trabajadores y trabajadoras de la comunicación. Sin ese compromiso y ese aporte no sería posible y no estaría de acuerdo con que desde la academia dictáramos un código de ética. Tiene que ser producto de una elaboración que venga de las bases laburantes. Estamos en condiciones de tener que afrontar un código de ética que, incluso con este mandato pendiente que tenemos de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual o que no tiene básicamente la Televisión Pública, hay que cumplirlo.

Sin embargo, en el 2009 la realidad era otra. Todo lo que se ha avanzado en materia de violencia mediática, violencia pública política, violencia en el espacio público, toda la cuestión de la infodemia, de las *fake news*, la importancia que tiene en este momento una comunicación responsable de la pandemia y no tergiversada o distorsionada que pone en juego el derecho a la vida y a la salud de todos y todas, nos invita a tener que darle unos aportes, unas miradas propias del 2021.

Le doy la bienvenida a esta iniciativa que han traído y me sumo, como una laburante más o una aportante más, al hecho de que tiene que ser una maravillosa construcción colectiva. Yo soy una persona muy optimista y me gustaría contagiar el amor y, por qué no, soñar que contagiamos a otros medios de comunicación públicos, provinciales, municipales y privados. Así que gracias, básicamente.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchas gracias, Analía. Es interesante lo que decís, porque ese sueño lo compartimos. También lo comparte Rosario Lufrano, la presidenta de RTA, que está presidiendo el consorcio de las televisiones públicas de la Argentina, con lo cual ya lo estoy subrayando como una posibilidad. Muchísimas gracias. Diego de Charras hace uso de sus siete minutos.

DIEGO DE CHARRAS: Buenos días. En la línea de lo que planteaba Ana-lía, gracias por la invitación, gracias por poner en marcha esta iniciativa. Hay una cantidad de temas que suelen ser recurrentes, muy bien especificados en el documento que compartió Cynthia, que generalmente tienen que ver con rectificación o respuesta, cláusula de conciencia, tratamiento de fuentes, regalos o dádivas, tratamiento de temas sensibles, etcétera.

Me gustaría plantear algunas cuestiones más generales. Primero, ver si hablamos de un manual, un código, un protocolo o un comité. Pero lo fundamental que tenemos que tener presente es que no se conviertan en letra muerta.

La historia de los manuales de ética, manuales de estilo, nos pone ante una historia de una letra, a la cual luego no se vuelve en la práctica cotidiana o queda en un horizonte de ideales que se alejan de la realidad, de la práctica, de la política, de la transformación cotidiana.

En ese sentido, un buen tema para tener presente es el de la revisión permanente. Hoy por hoy, los estados nacionales, el Estado argentino no es la excepción, empiezan a tener organismos estatales especializados en ciertos temas y es necesario tener una línea de articulación fuerte. Cynthia conoce esto mejor que nadie, la Defensoría del Público es un organismo ideal para este tipo de recomendaciones. Esto no se puede descuidar.

Otra cosa que no se puede descuidar, en la misma línea del proceso de desarrollo articulado, es la relación con las organizaciones de la sociedad civil que generalmente trabajan en articulación con estos organismos estatales.

Hacia dentro de RTA o hacia dentro de los medios públicos, la participación imprescindible de las trabajadoras y los trabajadores, la gestión y la audiencia. Pensar mecanismos para la participación de estos tres actores como fuente ineludible.

Tenemos un montón de manuales de ética en medios públicos en el planeta, que dicen que los medios públicos deben carecer de toda subjetividad, como si las trabajadoras y los trabajadores de los medios públicos no fueran seres humanos. Me parece que eso no ayuda.

Es necesario tener presente la idea del profesionalismo, de la calidad informativa, de la pluralidad de voces, de la diversidad cultural, reflejada en las pantallas o en los parlantes de otros medios, pero también entender que hay líneas editoriales, hay subjetividades de los trabajadores y que, en todo caso, negando esto, no le hacemos un favor al

tratamiento de calidad de la información. Le hacemos un favor aceptándolo, reconociéndolo, explicitándolo con la audiencia, es decir, en una línea de respeto hacia nuestros públicos plantear que un programa tiene una determinada perspectiva, no obstante lo cual, damos las distintas voces a los distintos actores de relevancia en el tema.

Se puede trabajar más en la idea de no espectacularización de la información y se pueden encontrar formas para que estos lineamientos éticos, en la forma que adopten, puedan ser efectivamente una herramienta para la práctica cotidiana. Una herramienta a la cual las y los trabajadores de prensa puedan apelar permanentemente ante el tratamiento de un tema. Por ejemplo: ¿está bien decir “deficiencia mental”?, ¿estoy siendo violento simbólicamente con alguien o no? Tiene que haber una caja de herramientas a donde ir a buscar esas respuestas más que principios éticos generales. Los principios están muy bien, los banco, tienen que estar, no me malentiendan, pero luego tienen que ir desarrollándose hacia cosas más concretas que se conviertan en herramientas para la acción y la intervención. Gracias.

CYNTHIA OTTAVIANO: Excelente, Diego. Muchísimas gracias. Efectivamente, en este proceso, las mesas que vamos a seguir teniendo las estamos pensando con integración de representantes o referentes de distintas instituciones estatales, pero también de organizaciones sociales de distintos campos como derechos humanos, políticos, sindicales, etcétera. También con la participación de colegas de defensorías de América Latina y de otros organismos internacionales. Tampoco tenemos un límite, hemos pensado entre seis y ocho mesas, pero se pueden extender.¹ Esto es dinámico y la propia construcción colectiva le va dando la impronta en ese devenir. Quizás lo que estamos pensando hoy necesita modificaciones en el futuro. Yo estoy tomando nota, subrayando, y haré un resumen sobre el final. Luego, circulará un documento en el que se podrán hacer aportes posteriores. Llegó el turno de Mariana Baranchuk.

MARIANA BARANCHUK: Primero, gracias por la invitación, estas iniciativas siempre son un aporte, y que se piense esta construcción desde las bases, de forma colectiva, hace que den ganas de participar.

Creo que hay que pensar este Código de ética de una forma elástica, de transformación permanente con relación a las situaciones, y

¹ Finalmente fueron nueve en total.

esto que señalaba Diego de que no quede en letra muerta. Leyendo el documento, uno puede avalar absolutamente todo lo que dice y después, en algunos casos que conocemos más cómo funcionan algunas de esas organizaciones, uno se podía sonreír acerca de lo que decía esa letra y lo que uno conoce del funcionamiento de algunas de dichas organizaciones. Me parece interesante que esta construcción desde abajo también sea posible ser aplicada.

Por un lado, lo primero que quiero resaltar es el apego a la ley, a lo que ya tenemos. Lo que dejó la Ley N° 26.522, todo lo que le pide en término de cuota o pantalla a la televisión pública, incluso volver a repetir este compromiso de apego a la legislación, todo lo que dice sobre niños, niñas y adolescentes, todo aquello que está vigente, repetirlo como un compromiso de apego a la legislación. Igualmente, con todo lo que hace a las leyes laborales, el estatuto del periodista, apego a los convenios colectivos de trabajo, ley del actor.

También, poder pensar a los medios públicos como medios de comunicación y cultura, por esa otra fase en la que tiene que compensar los medios públicos con relación a los medios privados. De ahí a lo particular.

Suele aparecer el tema de la cláusula de conciencia. La cláusula de conciencia es fundamental, pero en este contexto actual, después de haber perdido, en la gestión anterior, 4.500 puestos de trabajo conveniados en la Argentina, es una utopía. Porque yo puedo presentar la cláusula de conciencia, irme, y no voy a tener más trabajo. Entonces, cómo amoldar la cláusula de conciencia sin decir, con la posibilidad de irte y que te hagan una indemnización sin causa, pero es muy difícil que nadie la pida, porque si no acuerda con la televisión pública, a qué medio privado se va a ir a trabajar y en qué condiciones.

El derecho a réplica, cómo poder hacerlo, aparece en esta lógica de cómo pensar la pluralidad dentro de un medio público cuando al mismo tiempo, en la línea de lo que estaba diciendo Diego con relación a no pensar los modelos ideales. La pluralidad hacia adentro de la televisión pública, ¿cómo hacemos? ¿Hacemos un loteo de espacios o lo pensamos en términos macro y ofrecemos pluralidad con relación a las voces que no están en los otros medios?

Este es un tema para pensar, porque si lo pensamos hacia dentro es como si no estuviéramos interactuando en el sistema mediático, en esa red mediática que compartimos todos. No podemos pensar la plu-

ralidad hacia dentro del medio, sino en contraparte con todo el sistema mediático del país.

Agregaría una responsabilidad con la producción de ficción, que no está en la obligación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, pero me parece que hay una carencia en los medios públicos frente a lo que está pasando en el medio audiovisual, tanto para el lado de los trabajadores del área como para el lado de las audiencias, de poder reconocerse en determinadas ficciones. Pensar cuotas de pantalla de la televisión pública para la ficción no ha estado en la mira, pero desde los medios públicos sí se puede pensar cuál es la relevancia de esto y, por supuesto, interactuando con los distintos organismos para poder pensar la financiación.

Por supuesto, incorporar nuevas cuestiones. Frente al *lawfare*, a las *fake news*, cómo pensar una información responsable, pero una información situada. En general, hay una descontextualización de cada una de las informaciones como, por ejemplo, las repeticiones de determinados hechos de violencia. Hay que ir incorporando los distintos protocolos o las guías de actuación para distintas temáticas como las ligadas a género, violencia institucional, derechos humanos, cómo se comunican las restituciones de identidad. Hacerse de varios de estos manuales para incorporarlos como caja de herramientas a donde poder ir.

Incluso, que se hable también del derecho a rectificación, es decir, si sucede que algo se dijo mal volverlo a explicar, porque errores al aire también puede haber. Todos estamos aprendiendo y, de una manera u otra, vamos viendo cómo modificamos parte de nuestro lenguaje. Por supuesto, siempre con la participación activa de los trabajadores en los organismos de control de aplicación del Código de ética o guía de ética, porque son las propias prácticas las que hay que poner en juego, porque si hay cuestiones que modificar son de aquellos del hacer cotidiano, además de las cabezas que lo van a organizando. Es central el involucramiento tanto en esta etapa como en las etapas de la aplicación.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchísimas gracias, Mariana. Se acaba de incorporar Claudio Martínez, flamante director de la Televisión Pública.

CLAUDIO MARTÍNEZ: Gracias, Cynthia, por la convocatoria, los saludo y los abrazo a todos y todas. Escuchaba en el final lo que decía Mariana y créanme que me da una enorme alegría que esto se haya puesto

en marcha, porque más allá de una guía de ética, para mí, va a ser una guía de trabajo en la construcción que viene.

Creemos que los medios públicos no tienen que decirles a los medios privados cómo trabajar, cómo informar, sino que tienen que ser ejemplares. Esta es la perspectiva que yo tenía cuando era subsecretario de Medios Públicos y que, claramente, tengo ahora como director ejecutivo de la Televisión Pública.

Por supuesto, no voy a evitar el tema, tras el traspicé que tuvimos con la ficción *Los amores prohibidos de Belgrano*, no renunciamos a producir ficciones en la Televisión Pública.² Estamos repensándonos en ese sentido y viendo por dónde, qué es lo que la Televisión Pública tiene que ofrecer en términos de ficción, más allá de la necesidad de brindar trabajo a la industria, actores, actrices, directores y directoras; qué es, en términos de contenido, lo que la Televisión Pública tiene que ofrecerle hoy a la sociedad en tanto ficción, cuáles son las temáticas, de qué tenemos que hablar, a quiénes tenemos que interpelar. Esas son preguntas que espero que ustedes me ayuden a pensar. Encontrarme con gente del recorrido, de valores y de compromiso que tienen todos y todas ustedes, es un privilegio.

El hecho de que los que estamos en la primera fila resolviendo, a veces en tiempo real, dificultades, problemas, conflictos, tengamos el respaldo de gente que nos ayude a pensar cuestiones de fondo es una tranquilidad, porque sabemos que podemos recurrir a ustedes para entender por dónde es el camino. Va a ser muy nutritivo para mí escucharlos. Les mando un gran abrazo.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchísimas gracias, Claudio. Ahora sí, León Piasek.

LEÓN PIASEK: Gracias por la invitación. Estoy acá por pedido de los compañeros de Sipreba (Sindicato de Prensa de Buenos Aires) y el per-

² Se refiere al libro de Florencia Canale, cuyos derechos de autor fueron comprados por la Televisión Pública para realizar una ficción. Se descubrió la extracción irregular de fondos y la existencia de un circuito irregular de contratación en la empresa, a espaldas del Directorio. La denuncia fue realizada por la presidenta de RTA, Rosario Lufrano, en la propia empresa, la Procuraduría de Investigaciones Administrativas y el Poder Judicial. Se determinaron luego, tanto en la empresa, como en la justicia penal federal responsabilidades de diferentes agentes. Más información en <<https://www.tvpublica.com.ar/post/comunicado-rt-a-sobre-administracion-irregular>>.

sonal jerárquico del canal con los que yo trabajo. Estuve leyendo las propuestas e iniciativas, el informe pormenorizado que hizo Cynthia. Desde hace muchos años, por mi tarea profesional entre el asesoramiento, la negociación y el conflicto, analizo muchos de estos códigos de ética en la Argentina y muchos de los que se mencionaron en este informe. Siempre me pregunté por qué no se aplicaron. Nuevamente, creo que Cynthia y muchos de ustedes se lo preguntan y lo han puesto en cada uno de sus análisis y sus estudios.

Es interesante porque concluimos que es necesario hacerlo y porque podemos buscarle la vuelta entre todos para que se aplique, para que se internalice entre todos los que tengamos que aplicar ese código de ética, y colaborar para su confección, para que no quede en letra muerta.

Muchas veces he analizado estos códigos de ética de grandes empresas o corporaciones que no se comportaban o no se comportan como dicen esos manuales, que están muy bien escritos pero tienen un déficit de origen. La mayoría de ellos están hechos de una forma unilateral del poder de esas corporaciones, medios o empresas. Es decir, no hay una construcción colectiva, a diferencia de como se está realizando acá.

En general, se baja una línea, los trabajadores no lo conocen, los sindicatos no participan. Se debe evitar que solo una de las partes sea la que se arrogue esa facultad de redacción de las normas, de su interpretación por parte de un personal superior y, finalmente, que solo algunas personas detenten la facultad de juzgamiento. Sí debe haber un tribunal, aunque no me guste ese tema punitivista, de alguna forma tiene que tener un correlato, porque si se incumple, ¿qué pasa? Lo dejo como una de las preguntas.

Por supuesto, se deben respetar las garantías de defensa, el debido proceso, ya que difícilmente un trabajador pueda defender esos derechos o, como recién se mencionó muy bien, la objeción de conciencia. Una conciencia no debe ser defendida como un derecho individual, por el contrario, siempre estos derechos deben ser una defensa colectiva.

La objeción de conciencia la hemos utilizado en la actividad periódica sobre todo y es muy difícil de aplicar por las cuestiones que han dicho recientemente, pero es una revista muy buena para defender los derechos en el caso de algún conflicto. Lo hemos discutido en negociación colectiva, lo hemos tenido que sostener también en algunos juicios de muchos trabajadores que fueron despedidos por ejercer esa

objeción de conciencia que, de alguna manera, se sintetiza con otros derechos como, por ejemplo, el estatuto del periodista. Este menciona en el artículo 5 la protección a la libertad de prensa, la libertad de pensamiento, que son derechos inalienables y no podrán negarse estos derechos como consecuencia de opiniones expresadas por el periodista o de cualquier trabajador o cualquier persona que esté dentro de una organización.

También leí que, como consecuencia de ese caso conocido de las estafas de Enron, comenzaron a estudiar qué sucedió con los ejecutivos de Enron. Todos habían dicho que conocían los manuales de ética, pero cuando se les consultaba sobre eso en los procesos penales, decían que ellos creían que eran solo sugerencias. Eso tenemos que modificarlo, hay que modificar esa forma de pensar en la que son solamente expresiones de deseo.

Los códigos de ética tienen que ser parte de la construcción de una sociedad democrática que defiende a la libertad de expresión, de prensa, de pensamiento, los derechos humanos de los trabajadores de los medios públicos, porque si no vamos a repetir algunas experiencias, como las que dije antes, en las que existen estos manuales que quedan en letra muerta o “papel mojado”, como dicen los *yankees* cuando hay una norma que no tiene eficacia o efectividad.

Me alegro de que se cumpla, considero que es muy importante porque nace bien y no con los vicios de origen de otras formas de instrumentarlo. Tenemos que tratar de que cada uno de los que tengan que respetarlo, lo conozca perfectamente. Al haberlo hecho a través de esta convocatoria plural, tenemos un plus con relación a otro tipo de convocatorias en las que se ha fracasado. Muchas gracias por la invitación, espero poder colaborar.

Hemos trabajado oportunamente en defender a la Televisión Pública, al Canal 7, que tuvo muchos intentos de privatización y de vaciamiento, por eso tenemos que defender esta herramienta, en especial en momentos tan importantes y tan dramáticos como este. Es muy importante que lo estemos discutiendo y me alegra muchísimo estar acá. Gracias.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchísimas gracias, León. En los encuentros previos que tuvimos a este inicial, ya abierto a especialistas como ustedes, surgió el tema del cumplimiento posterior. La mirada que tenemos está asociada al valor pedagógico, muy lejos del punitivismo en este

caso. Se pretende la construcción colectiva y también se dará, como decíamos antes, en las formas para su cumplimiento.

Si tenemos que acercarnos a una perspectiva, es a la perspectiva de la capacitación. Por supuesto, cualquier compromiso por parte de los trabajadores con las audiencias no solo requiere un conocimiento permanente, sino también una capacitación constante y permanente para poder dar cumplimiento. Y sumarle una mirada dialógica, donde lo virtuoso tiene que ver con el encuentro, con el vínculo, el compromiso, y no con la mirada desde el poder.

De cara a la construcción de la ciudadanía comunicacional, es desde la fuerza de la organización colectiva que se mejora la tarea. Este es el punto de vista que venimos expresando hasta acá. Habiendo escuchado, es momento de que quien quiera tome la palabra, no necesariamente para hacer preguntas, sino también para hacer comentarios.

SANDRA AZPELIQUETA (integrante Comisión Fiscalizadora): Me quedó sonando una frase del doctor Martínez, ¿qué es lo que la TV Pública tiene que brindarle a la audiencia? ¿De qué tenemos que hablar? Creo que es un punto crucial para que se desarrolle la pantalla de la TV Pública. Más allá del traspie con relación a la ficción propia *Los amores prohibidos de Belgrano*, creo en lo personal que la TV Pública debería seguir ahondando en todo lo que sea ficciones propias que apunten hacia el interés de la comunidad en su conjunto, cualquiera sea el partido político o el color político de la gente a la que se encuentre con relación a qué querría de la Televisión Pública. Es fundamental porque, en muchos casos, la gente con la que hablo me dice “no quiero ver más noticias de ninguna especie”, “estoy cansado de la pandemia”, “no quiero escuchar cifras de muertos”, “quiero ver cosas que me distraigan el alma y que me hagan bien al corazón”. Este sería un buen punto que debería abordar la TV Pública.

CYNTHIA OTTAVIANO: Gracias, Sandra. ¿Félix?

FÉLIX ARNALDO (trabajador, delegado gremial SIPREBA): Me parece muy importante lo que dijeron Claudio, Sandra y Mariana, en especial desde el noticiero. Las relaciones de poder y las prácticas sociales hacen que tengamos que reflejar lo que comúnmente se llama la realidad. Una realidad que tiene muchas visiones. La agenda debe ser un tema de discusión permanente porque está claro que hay relaciones de

poder en las cuales nosotros estamos inmersos y el noticiero de la Televisión Pública no puede ser un noticiero igual que los otros noticieros, con los mismos formatos, con la misma agenda, los mismos temas abordados de la misma manera o, a lo sumo, desde un lugar que pareciera que fuera diferente, pero que no apunta al fondo de la cuestión.

Nuestra obligación en el noticiero de la Televisión Pública es contextualizar, explicar, y no es necesario una catarata de información para contextualizar y explicar lo que algunos juzgamos que son las cinco o seis noticias importantes del día.

Después hay otras, que los noticieros de la televisión privada consideran que son el relleno, el *show* y lo que atrae. Sin entrar en ese juego, podemos hasta disputar el *rating*, justamente por diferenciarnos de ellos. Creo que la ética tiene que ver con la política, cuando interactuamos con otros ya estamos hablando de política y eso lo tenemos que tener muy presente.

CYNTHIA OTTAVIANO: Excelente, Félix. Para incorporar y debatir la construcción de las agendas y las fuentes de información también. No solo qué noticias, sino cuáles son las fuentes y los enfoques. Muchas gracias. ¿María José?

MARÍA JOSÉ BERNAL CAROL (trabajadora, delegada gremial SATSAID): Soy del Sindicato Argentino de Televisión, Servicios Audiovisuales, Interactivos y de Datos, representante de los trabajadores de la Televisión Pública, un lugar que me honra y en el que compartimos mucho. Hay dos cosas que quiero rescatar. No quiero ser redundante con el tema de la ficción, pero para nosotros la ficción es trabajo.

El trabajo es muy importante porque no hay nada peor para el trabajador de la televisión, como lo debe ser para el obrero de una fábrica, que tener los estudios parados. Una de las cosas que pensaba es en la necesidad de la ficción, pero no solamente por la necesidad de trabajar, sino porque la gente necesita ver ficciones en su idioma, sentirse interpelada por lo que está viendo en la pantalla, tener un espacio donde mirarse a sí misma.

Tenemos que ser el canal alternativo, ese lugar al que vaya el público que quiere mirar otra cosa. Ese es el fuerte que nosotros tenemos que potenciar. Tal vez en estos momentos en los que no hay ficción que se esté haciendo con argentinos y para argentinos, usar la televisión pública, los enormes estudios, el potencial de la gente y el equipamiento, aunque sea con una calidad narrativa o de industria que no la podamos exportar,

pero sí que la podamos ver entre nosotros y entenderla. Acá estamos, usemos la Televisión Pública y sigamos defendiéndola, que los que estamos acá somos los que hicimos que la TV Pública siga siendo TV Pública.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchas Gracias, Majo. Fernando, por favor.

FERNANDO COSTA (locutor, delegado gremial SAL): Me da mucho placer ver que se esté trabajando en esto y con tantos compañeros con quienes he recorrido tantos años los pasillos. Yo soy locutor del canal, tengo cuarenta y tres años caminando estos pasillos porque mi padre fue locutor de esta casa. Hoy como directivo nacional de la Sociedad Argentina de Locutores, recuerdo cuando los pasillos estaban llenos de gente corriendo de un estudio a otro. La capacidad profesional que existe dentro de la Televisión Pública es admirable y ha sido escuela de muchos. El respeto por las incumbencias profesionales en este canal se mantiene en su plenitud.

Hemos visto cómo han pasado distintas ideologías, porque vimos pasar a todos, pero en el medio estaba el trabajador que tenía que correr para un lado o para el otro, que a veces no se podía hablar de determinadas cosas o no se podía nombrar a determinada autoridad o a determinados temas porque te quedabas afuera.

Entonces, quitarle el miedo al trabajador para que pueda ejercer y opinar es fundamental, para eso estamos los sindicatos. El respeto y la interacción con las autoridades son fundamentales. Nos ha pasado en gestiones enteras de no conocerles las caras a las autoridades, de no verlas pasar por los pasillos, y solamente salían a saludar dos días antes de que fueran a cambiar de gestión. Sin embargo, hay mucha buena televisión que hace Canal 7 y ha sido escuela. Cuando las autoridades no tienen comunicación con los trabajadores y simplemente bajan una línea, como decía León, no sirve. Simplemente, agradecido y me llena de felicidad que estemos haciendo esto.

CYNTHIA OTTAVIANO: Gracias, Fernando. Gustavo.

GUSTAVO CARNEVALE (delegado gremial APJ): Soy de la Asociación del Personal Jerarquizado de la Televisión Pública. Me siento muy reflejado con lo que plantean los compañeros de los otros gremios. Venimos de una semana en la que nos sentimos golpeados. Desde la producción, vemos toda esta crisis vivida con el tema de la ficción, esto nos hace pensar en un código de ética que nos lleve también a pensar los

códigos de trabajo. Nos encontramos con un canal que está roto, que no produce, que le da más importancia a sumariar trabajadores y no a generar proyectos de producción.

A veces uno se pone escéptico ante estas situaciones, cuando cuesta ver que se respeten hasta la ley de medios y los convenios colectivos de trabajo. Me parece que la manera de salir adelante es volviendo a los viejos códigos de trabajo, que hay que recuperar porque si no va a ser muy difícil construir, desde lo colectivo, algo superador que pueda poner de pie a la Televisión Pública.

Nadie pretende compararse con la BBC ni con la televisión española, simplemente que podamos ser la televisión pública, que haya criterio de trabajo, libertad de expresión, federalismo. Da pena recorrer los pasillos del canal y ver tan poca producción, por eso creo que hay que apuntar a volver a esos códigos de trabajo, con las nuevas tecnologías.

CYNTHIA OTTAVIANO: Gracias, Gustavo.

FÉLIX ARNALDO: Quiero hacer un aporte con respecto al optimismo. Nuestra historia nos permite ser optimistas porque nosotros resistimos embates que ni siquiera nos imaginábamos que íbamos a poder resistir. Cada uno de nosotros tiene en el cuerpo más de una herida. Pero también, en distintas etapas, logramos hacer una Televisión Pública de la que estamos orgullosos, teníamos *rating* y la industria nos tuvo que reconocer, nos tuvo que dar hasta dos Martín Fierro. Que el noticiero ganase un Martín Fierro era algo impensado. No podemos dejar de ser optimistas porque tenemos todas las herramientas, todos los profesionales y toda la voluntad.

ANALÍA OSTOJICH (auditora RTA): Soy la nueva titular de auditoría interna RTA y me alegra comenzar con este tema, el Código de ética. Estoy muy contenta de trabajar con todos ustedes y les quiero brindar todo mi apoyo para esto que comienza. Tengo alguna experiencia para aportar al Código de ética. Soy profesora en la universidad y les enseño a mis alumnos todas las incumbencias profesionales y la transparencia que se debe tener en la profesión. En todo lo que pueda aportar y ayudar estoy a disposición de todos ustedes.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchas gracias, nos reencontramos el jueves que viene a las 10.

¿Qué significa ser buen periodista, cuál es la identidad profesional?

Mesa debate virtual

Jueves 13 de mayo de 2021, 10:00 horas

Coordinación debate: Cynthia Ottaviano

Producción: María Laura Anselmi

Especialistas: Carla Avendaño Manelli, docente e investigadora de la Universidad Nacional de Villa María (UNVM); Malvina Rodríguez, secretaria de Comunicación de la UNVM, docente e investigadora, coordinadora ejecutiva de la Rediap (Red Interuniversitaria de Áreas de Prensa y Comunicación Institucional); Claudia Villamayor, docente e investigadora de la UNLP y de la UNQ; Mariano Ure, docente de la UBA.

Palabras clave: ética, principio de no discriminación, fuentes, agenda, federalismo, marca país, formación, *fake news*, derechos digitales.

CYNTHIA OTTAVIANO: Hasta ahora hay cuarenta y cuatro personas que están participando. Ya dejo la invitación para el próximo jueves a las 10 y así durante mayo y junio con distintos especialistas. Les estamos pidiendo que compartan con nosotros y nosotras este espacio para reflexionar en torno a la posibilidad de construir colectivamente nuestro primer Código de ética. Como saben los que participaron en el primer encuentro y quienes recibieron el documento base, este es un sueño, pero también una misión y una obligación por parte del Directorio de RTA. La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual nos mandata para promover el Código de ética. Hemos decidido hacerlo desde las bases, como corresponde, porque el Código de ética, como dijo León Piasek, no puede ser redactado por quienes detentan el poder. Sí puede hacerse desde el poder de las bases, tener el poder de trabajadores y trabajadoras organizadas y con un objetivo común: qué compromisos se pueden asumir con las audiencias. Ese es el objetivo que tenemos y para eso nos propusimos estas mesas de debate, estos conversatorios

con especialistas y expertos para poder ir encontrando esta construcción colectiva. Muchas gracias por acompañarnos, comienza Mariano Ure, por favor.

MARIANO URE: Gracias por la invitación. Voy a repasar algunos de los puntos esenciales. Este documento muy completo (“Hacia el primer Código de ética de la Televisión Pública”) repasa las distintas formas de encarar la ética en los medios públicos en nuestra región, también de algunas organizaciones de periodistas profesionales, por lo tanto, yo quisiera ir un poco más allá del estándar.

Este trabajo de construcción colectiva y colaborativa es una excelente oportunidad para pensar la identidad del periodismo en los medios públicos. Un código de ética lo que ofrece, entre otras cosas, es una identidad profesional, toda una definición de qué significa ser periodista y qué significa ser buen periodista, y el medio público tiene su propio rol en el ecosistema de medios, cosa que sabemos y que está muy bien justificado en este documento preparatorio.

Vemos en los medios públicos la información como un servicio, como un bien, que debe ser ofrecida a la sociedad y a todos los ciudadanos para su propio bien, para que puedan participar en la vida pública de una forma activa. Este es uno de los puntos que me gustaría mencionar. Lo que yo encuentro en los estudios que he realizado, y lo que enseñamos también en los ámbitos universitarios, es que los códigos deontológicos por lo general se concentran mucho en la instancia de producción de los mensajes.

Ahora, pocos códigos se concentran en la instancia de recepción, que es donde se completa la comunicación. Hay una oportunidad para pensar en la construcción de las noticias, que sea de acuerdo a cómo queremos construir ciudadanía con aquellos que están del otro lado escuchándonos.

Es una buena oportunidad para ser innovadores en la definición de un código de ética para los medios públicos. Entonces, una pregunta que dejaría: ¿qué tipo de sociedad queremos construir con las noticias que ofrecemos? Queremos ciudadanos libres, autónomos, bien informados, responsables socialmente, que vivan sin miedo. Los medios se configuran como reproductores del miedo y ahora estamos con este término infodemia tan transversal en nuestra profesión.

Esta es otra función que podría parecer, los códigos no mencionan la cuestión de la desinformación, sin embargo, es un tema muy actual,

puede ser mencionado como una de las funciones del medio público, combatir la desinformación.

Uno de los grandes valores del periodismo contextualizado y arraigado en nuestra historia argentina es que sea equilibrado. Equilibrado no quiere decir imparcial. De hecho, podemos repasar el código europeo, los puntos 33 y 34 hablan de situaciones de conflicto, como si fueran excepciones, pero de todos modos se puede aplicar a nuestras vidas sociales polarizadas en la actualidad. Menciona esos puntos donde no es necesario ser neutral, sino que, por el contrario, es obligación ética no ser neutral en ciertos casos, por ejemplo, en los casos donde hay riesgo de que no se cumplan los valores democráticos o se ejerza violencia sobre algún grupo social. Entonces, es interesante cómo está cambiando esta visión que va desde la imparcialidad, que quizás no es necesaria en algunos casos, pero sí mantener el equilibrio. El equilibrio implicaría que aparezcan las visiones de las partes involucradas que ven las cosas diferentes en una sociedad hipercompleja argentina.

Otra cuestión que me gustaría dejar planteada para profundizar y pensar es que en ocasiones cuando hacemos referencia a los valores de la no discriminación, del respeto a las minorías, me da la sensación de que es un poco pasiva la forma de expresarlo; es decir, “el periodista no debe discriminar”. Yo creería que quizás se puede encontrar alguna expresión más activa para el periodista de medios públicos, con su propia identidad diferente, porque en el periodismo son múltiples, no hay una sola forma de hacer periodismo. Quizás debería no solamente evitar discriminar y tener cuidado en cómo usar una palabra u otra o un recurso de comunicación u otro, sino más bien poner en su propia agenda combatir las desigualdades, hablar de las desigualdades, sobre todo para intentar comprenderlas.

CYNTHIA OTTAVIANO: Extraordinario, Mariano. Después ampliamos con preguntas y comentarios que se harán cuando concluyan todas las intervenciones. Seguimos con Carla Avendaño.

CARLA AVENDAÑO MANELLI: Muy buenos días, gracias por la invitación. Excelente el escrito, en docencia lo vamos a usar en más de una oportunidad. Mi planteo es el siguiente: RTA es mucho más que la práctica periodística. Hay que separar algunos niveles de complejidad para especificar algunas cuestiones. Un código de ética debería ser un código de ética de la organización y de la multiplicidad, tanto en su

esencia como en su servicio y en su práctica. Entonces, el Código de ética después se irá materializando en cuestiones más legales, hacia el interior, como el reglamento o el manual de uso de funciones. Después es necesario que eso tampoco se enquisté, de allí que resulte necesario trabajarlo con la lógica de proyecto y programa.

Tenemos que pensar un manual de ética de la gestión y de los tres grandes pilares que se postulan desde la ley: no solamente del hacer periodístico, sino del hacer en ficción y del hacer en la parte formativa. Tenemos que pensar en operar un manual de ética con partes, un manual transversal o varios manuales de ética.

Mi mirada es la de no construir desde la negativa como los manuales de ética de otros momentos; pensando en la no discriminación, me permitía pensar en algunos principios fundamentales y transversales: ¿cuál es el rol del Estado y la misión del Estado, el papel y el discurso del Estado a partir del accionar de la RTA?

Primer punto: si el Estado es aval, es constructor, fomenta la idea de derechos. Justamente, estas agencias del Estado, estas empresas estatales, son promotoras, avales y van a construir ciudadanía. Segundo elemento transversal: ciudadanía o ciudadanías. Eso también es una cuestión para debatir si pensamos las cuestiones en términos homogéneos o si pensamos en términos diversificados, puede ser un elemento para discutir en un manual o macromanual de ética. Por lo tanto, también una mirada hacia dónde quiere ir el país sobre el proyecto político y, por lo tanto, dónde está el lugar de la RTA, pensando por ejemplo en una variable que puede ser el desarrollo, qué opciones da para que la gente pueda tener posibilidades de optar para poder ir hacia otros caminos.

Otra mirada fundamental, que está en la esencia, pero debería quedar escrita en un código de ética, es la mirada federal. La importancia del federalismo, que está en la esencia de la RTA, pero los que no somos de la parte más central del país lo peleamos mucho. Un federalismo no entendido por la llegada, no solamente que aparezcan voces y caras, sino que aparezcan producciones, que sean parte del aire de producciones locales y regionales, y la producción entendida en un sentido amplio.

Por otro lado, las miradas regionalistas de la importancia de la región, no solamente las regiones hacia el interior de Argentina, sino comprendernos como región latinoamericana. Es una definición muy fuerte que en este proyecto político queda muy en evidencia.

Otra mirada es la ecológica y cuando digo ecológica digo ambiental. No solamente al nivel del discurso retórico, que puede ser la información, el entretenimiento y la parte formativa, sino también de la física. ¿Qué pasa con las antenas? ¿Cuál es la mirada más holística, más sistémica?

Por otra parte, hablando de la accesibilidad, en el sentido que se viene trabajando y que podemos ir para más, desde múltiples aspectos y desde la complejidad que la caracteriza y no solamente pensando desde las capacidades, sino la accesibilidad entendiendo a todos.

También la mirada globalista, esto puede ser parte del Código de ética. Pensar que la Argentina *puede ser parte* no, puede no, es parte de un mundo y los medios públicos tienen la responsabilidad de posicionarla casi como la marca país o de un producto al mundo, que tiene qué decir y tener un discurso unificado hacia el mundo. Por lo tanto, la/s identidad/es, construir la identidad global para construir el respeto a las identidades internas y regionales.

Por otra parte, esta multiplicidad de perspectivas, la mirada de un código de ética pensando la gestión, pensando por qué hay tanto miedo a hablar de códigos de ética de gestión. Sí, me parece que es importante ponerlo en el tapete.

Para cerrar, poder pensar la mirada integral, poder pensar también un código de ética para la ficción, de manera formativa. Ética para nuestra vinculación con los trabajadores. Yo estoy en desacuerdo con el concepto de responsabilidad social, porque eso es para las empresas privadas. El Estado es la sociedad, constituye la sociedad, por lo tanto, la responsabilidad social no es una potestad del Estado. Entonces, podemos pensar códigos de ética lo suficientemente transversales, sólidos y que den cuenta de la complejidad de esta realidad.

MALVINA RODRÍGUEZ: Gracias, Cynthia, Mariano y Carla. En primer lugar, coincido con los colegas respecto de la lectura del documento que tiene muchas características importantes de producción. Es muy integral en cuanto aborda las dimensiones principales y eso en la cuenta de una revisión de una investigación previa que lo hace muy fundamentado y es una base muy sólida para comenzar a escribirlo de manera más reglamentaria y específica. Coincido, en la línea de lo que decía Carla, que al hablar de un código de ética para los medios públicos es una política pública comunicacional, no es solamente un instrumento y, en ese sentido, comprende todas las dimensiones acerca de lo que el Estado entiende por comunicación pública. Algo que enriquecería en

el momento de la escritura final es comenzar con una definición de ética para pensar qué entendemos por ética, además de qué entendemos como un código de ética, desde un punto de vista no solo filosófico tradicional, sino también político y social, que dé cuenta de que estamos hablando de un código de ética desde una perspectiva de derechos humanos y la comunicación como derecho humano. Esto es un plus que no se encuentra en otros códigos de ética de los medios privados, pero tampoco en otros códigos de ética pública en otros lugares del mundo.

Una puntualización importante es la que tiene que ver con los entornos digitales. En primer lugar con relación al lenguaje. Muchos de los códigos de ética, sobre todo en el ámbito latinoamericano como México, hacen hincapié en la diversidad lingüística, en las particularidades del lenguaje que tienen que ver con lo que se entiende como lengua nacional y oficial, pero también es importante recuperar algo que no vamos a encontrar en los códigos de ética de medios privados, que es la diversidad lingüística. Sí, está muy fuertemente marcado en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y es importante remarcar, no solamente evitar la extranjerización, que generalmente se refieren al uso extendido del inglés, que a veces no podemos evitarlo, hablamos de *fake news* por ejemplo y ya estamos utilizando el inglés, pero hay una riqueza muy fuerte en la nominación de sentidos de las lenguas originarias que sería algo que tendríamos que promover desde un manual de ética nacional.

Otro tema tiene que ver con la accesibilidad. Tiene que estar y estar en alguna medida retomado de manuales de ética también de latinoamericanos, pero debería expresarse directamente la promoción del subtítulo, del doblaje, del lenguaje de señas, y asegurar en un manual de ética para todos los formatos la posibilidad de accesibilidad a todas las capacidades posibles.

Otra cuestión es el tratamiento de hechos históricos significativos, por ejemplo, la dictadura, tiene que estar expresamente tratado en un apartado de un manual de ética.

Otra cuestión, en la numeración se habla de situaciones especiales de emergencia como catástrofe. El manual de ética debería considerar las diferencias entre comunicación de riesgo y de crisis, considerar criterios éticos que son diferentes en la situación propiamente de crisis a la situación previa de riesgo. La situación de emergencia sanitaria de la pandemia demostró la necesidad de un tratamiento diferencial de la información y de los contenidos en esos dos estadios, que no necesariamente desencadenan uno y otro, pero puede ocurrir que sí.

Con respecto al uso de imágenes deberían contemplarse criterios de calidad, fiabilidad, actualidad. Algo que caracteriza a la Televisión Pública, a diferencia de los medios privados, es el hecho de evitar las repeticiones, los *looping*. En general, en los medios públicos hay un mayor cuidado en la diversidad y la actualidad de imágenes y en consignar expresamente cuando se trata de imágenes de archivo. Esto en los medios públicos es una responsabilidad especial.

El tema de las fuentes. En general muchos manuales hablan sobre la protección al periodista en sus funciones, algunos hablan de la protección a las fuentes o el cuidado de las fuentes y muy pocos hablan de la protección a las audiencias. Definitivamente, las audiencias son las personas que están involucradas siempre en las noticias y en la producción de contenidos de todo tipo. La noción de protección se hace especialmente compleja con esas fronteras que se han corrido en el espacio público, ampliado de los entornos digitales y que también transforman la noción misma de la ética. Cómo establecer criterios de seguridad informática, en especial para los medios públicos, y los entornos digitales de los cuales nos servimos para la producción de información, noticias y contenidos, fundamentalmente, para evitar la piratería, el hackeo, las noticias falsas y sobre todo los discursos de odio, que son uno de los desafíos más importantes de esta concepción renovada, actualizada, ampliada de la ética en la producción comunicativa.

CLAUDIA VILLAMAYOR: Buen día para todas y todos. Muchas gracias, Cynthia. La primera sugerencia es la de extender estos espacios formativos y autoformativos que permitan esculpir ese documento punto por punto, porque cada uno de ellos merece un aporte diverso de muchísimas personas que dispara el propio documento. También ofrecer trabajo y militancia para que se concrete.

Tener un código de ética es transformador para el ejercicio de la profesión del periodista, pero también de la gestión de los medios públicos. Un modelo de código de ética va de la mano de un modelo de código país, de sociedad y de Estado. Hay un eje fundamental de conversación pública en el que sabemos que las miradas son radicalmente distintas, a tal punto que, para estereotiparlo un poco, estamos quienes podemos descalificar de entrada cualquier tipo de discriminación y otros pueden decir que es libertad de expresión y justificarla. Entonces, hay una batalla política para nada neutral que asienta un eje de definiciones con los cuales hay que jugarse y sis-

tematizar esa mirada que va a enfocar un modelo del ejercicio de la comunicación pública.

La segunda cuestión, como todo modelo, perspectiva, noción que va a ejercer la gestión, voy a acentuar un aspecto del documento relacionado con la perspectiva de género. La transversalización no refiere solamente al lenguaje inclusivo, sino que también tiene que ver con el foco de abordaje de la producción periodística, las fuentes y las modalidades del trabajo, es decir, los procesos de trabajo en la gestión de los medios. No hablo solamente de los cargos, sino de establecer procesos de relación laboral entre los compañeros y las áreas y también en las políticas sindicales vinculadas al trabajo. Incorporar la perspectiva de género no es solamente la aplicación de unos artículos en particular que representan a todos, sino que tiene que ver con el tratamiento de la información, con las fuentes informativas y con la gestión pública de los medios, a esta altura de los acontecimientos, y de la historia argentina, es ineludible e insoslayable, más en este gobierno en el que tenemos dos ministerios nuevos e inéditos.³ Creo en la participación directa de quienes están trabajando esto para la elaboración del Código de ética, por eso agradezco este espacio de conversación colectiva.

La tercera cuestión tiene que ver con la interculturalidad y la perspectiva de los federales. ¿Qué significa lo federal? ¿Qué significa la federalización de la comunicación pública? ¿Que haya veinticuatro o cuarenta y nueve medios? No necesariamente. Como son gente del campo del trabajo de la comunicación, ustedes saben bien que las narrativas, por más que se hagan desde un lugar en particular, si están colonizadas por la centralidad blanca, clasista, heteronómica y geográficamente aporteñada, por más que esté en Jujuy, en Santiago del Estero o en el Chaco paraguayo, es lo mismo. Entonces, para un código de ética la formación cumpliría un rol fundamental.

Considero que el tratamiento de todos estos temas, encarado por el documento de Cynthia, lo que decían las compañeras que precedieron y los puntos centrales que aporté al principio (perspectiva de sociedad, perspectiva de género y perspectiva federal) hay que traducirlo en contenidos, en significación y conceptualización. Pensar qué supone desde el punto de vista de la perspectiva, de las nociones, pero

³ Se refiere al Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad de la Nación y al Ministerio de Mujeres, políticas de género y diversidad sexual de la provincia de Buenos Aires.

cómo se traduce en una estrategia de comunicación mediática y de comunicación pública.

La formación no solo tendría que transversalizar la carrera de comunicación, periodismo y las escuelas, sino que también tendría que formar parte de los entes públicos, es decir, tener una dimensión formativa e investigativa en el ejercicio de las políticas públicas.

Se trata de un código de ética largamente esperado en Argentina, treinta y cinco años de democracia, treinta y cinco años de militancia, lo que Cynthia trabajó en su tesis doctoral, que es el enfoque del derecho a la comunicación, que no sea una cuestión reivindicativa, sino que se traduzca. Un código de ética debería tener como exigencia la formación de los profesionales de la comunicación.

Seguro vamos a tener detractores, tomemos una decisión con relación a la no discriminación, a los lenguajes de la accesibilidad, como decía la compañera Malvina. A esta altura, eso ya debería estar en todos los códigos de América Latina y el Caribe, por lo menos. En fin, hay que desnaturalizar la discriminación en el lenguaje de la producción de contenido, de los procesos del trabajo y de la gestión.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchas gracias, Claudia. Leo las preguntas de Oscar Nunzio (trabajador de la TV Pública) que están en el chat: “¿Los manuales de ética contemplarán un criterio de continuidad de la práctica ética con independencia de los cambios de autoridades que tengan distintas posturas de las políticas públicas?”.

MARIANO URE: Creería que sí. Es un horizonte que estamos planteando. Es un cambio cultural que pretende perdurar. Creo que coincidimos y que está implícito en lo que hemos dicho, que el Estado nos pertenece a todos, que el poder está en las bases, en el pueblo, que está conformado por muchos sectores. Es un ideal. Cuando hablamos de ética siempre hay una tensión entre lo real y lo que debería ser o imaginamos que sería mejor que suceda, entonces ese ideal es un horizonte por construir. La idea es que sea un documento perdurable, que sirva tanto a unos como a los que vengan y los que vengan después de ellos.

MALVINA RODRÍGUEZ: Sí, remarcar la noción de que es una política pública comunicacional y, en ese sentido, tiene que estar aprobada, reglamentada, defendida y sostenida en el tiempo para que no sea modificada en sus principios. Puede ser actualizada, pero no en sus principios.

Luego, quería disentir con el comentario de Oscar Nunzio respecto de las diversidades lingüísticas. Oscar dice: “Un canal nacional debería tener un lenguaje neutro que abarque la comprensión del público de todas las etnias culturales. No es posible introducir terminología autóctona en un medio nacional, tanto la de uso en Buenos Aires como la de otras latitudes, excepto que forman parte de un programa o segmento específico, dirigido a determinada población”.

Creo que no, por el contrario, en la diversidad lingüística, que es sobre todo una diversidad cultural, está la riqueza de lo que puede defender la comunicación pública. Entonces, es casualmente esa riqueza, esa participación, lo que tenemos que acentuar desde la comunicación pública.

CYNTHIA OTTAVIANO: ¿Alguien más que quiera hacer un comentario sobre la perspectiva que nos alcanzan en cuanto a la mirada federal y en su expresión lingüística?

MARÍA JOSÉ BERNAL CAROL: Volviendo a lo que estaban planteando, ahí entramos a jugar quienes formamos parte, como lo habíamos planteado en la primera reunión. Estamos planteando un código de ética y no un manual de estilo periodístico, no es lo mismo. Es un código de ética, el cual tiene que venir de arriba para abajo y de abajo para arriba, abarcar todas las invenciones, no solamente una narrativa de lo que tiene que ver con la información, las noticias o el discurso. También tiene que ver una forma de trabajo, una forma de manejo de una empresa del Estado, una empresa que es de todos los argentinos. Es importante que, si estamos trabajando y aportando entre todos a la creación de este código, lo podamos sostener entre todos y se garantice la participación y la permanencia. De otra manera, es un trabajo en vano y los únicos que vamos a poder hacerlo y sostenerlos somos quienes formamos parte de esto. Necesitamos que nos acompañen todos para evitar que no se pueda utilizar y que todos entendamos que los paradigmas en los que manejamos sean los mismos. Gracias.

SANDRA AZPELIQUETA: ¿Estamos hablando de un código de ética de los medios públicos o de código de ética de RTA Sociedad del Estado?

CYNTHIA OTTAVIANO: El marco en el que estamos trabajando son los 70 años de la Televisión Pública, estamos trabajando en un código de

ética realizado por los trabajadores, por las bases empoderadas, para la Televisión Pública. Es nuestro primer pasito y, si lo logramos, se transformará en el primer Código de ética de la televisión argentina. No hay ningún canal de televisión que tenga un código de ética.

SANDRA AZPELIQUETA: Entonces, el Código de ética lo que debería regular son todos los derechos y deberes de una actividad, desde el punto de vista de una buena práctica, ajustada a principios de rectitud moral. Lo que se propone, básicamente, son conductas positivas dentro del contexto de la empresa. En este caso, coincido con Mariano Ure, con relación a las siguientes cuestiones.

Primero, el Código de ética de RTA, más a los 70 años que hace que se creó el canal público, debería estar en consonancia siempre con el objetivo que tenemos como país. La pregunta que me hago es: en los 56 años que tengo todavía no tengo claro cuál es el objetivo de país, porque varió de tal manera en cada época que nadie me lo plasmó.

Segundo punto, la mirada federal, que abarca a la totalidad del país. En realidad, somos un país federal, pero tengo que reconocer que en la práctica somos unitarios, porque todo termina en Buenos Aires. Este es un punto muy importante que considerar, porque es un punto que no se soslayó desde la época de la colonia. Si bien en los papeles somos federales, en la práctica somos totalmente unitarios.

Por otro lado, tercero, considerar el Código de ética de RTA en consonancia con ese proyecto de país a largo plazo y trascender los diferentes colores políticos de los gobiernos que nos toquen cada cuatro años. Es fundamental porque la sociedad argentina está muy diversificada y abierta en diferentes bloques y yo pienso que la TV Pública debería representar a todos los diferentes sectores de la sociedad argentina. De lo contrario, siempre vamos a caer en lo mismo, en que tenemos una pantalla dividida, los que son de un color político miran unos canales y los de otro color político miran otros. Si bien nunca va a ser totalmente objetiva, porque somos sujetos y vamos a poner nuestra mirada subjetiva, en realidad deberíamos ser lo más ecuanimes posibles, de manera tal de abarcar todas las miradas políticas que la sociedad está buscando.

MARIANO URE: Quería compartir una mirada sobre la cuestión de la viabilidad institucional. Hay un desafío muy grande y hay diferentes caminos, pero todos estamos de acuerdo en cuál es el objetivo. Seguramente, los trabajadores de la televisión pública y directivos sabrán

mejor que nosotros por qué hoy no existe un código de ética. Entonces, quizás en la construcción de esta iniciativa colectiva podemos tener expectativas razonables a lo que se pueda lograr.

Hay muchas opciones. La RAI (Radiotelevisión Italiana) tiene documentos muy detallados sobre el tema. Quizá no sea posible en una primera instancia. También contamos con el documento de Unesco, que se llama Código de ética, pero en realidad es una declaración de principios en cuanto a su contenido. Quizás se puede comenzar por una declaración del principio genérico y después ir trabajando con tiempo, de manera consensuada, a largo plazo, porque, además, esto es un cambio cultural y los cambios culturales no son instantáneos ni se meten a la fuerza por acción de uno y de un solo momento. Entonces, se puede complementar con guías, como tiene el modelo alemán sobre cómo tratar temas históricos. Por lo menos alcanzar algún producto que sí pueda ser aceptado, al menos inicialmente, y comenzar un trabajo de largo plazo.

CARLA AVENDAÑO MANELLI: Una cosa que es importante es la de asumir la visión histórica de ser quienes llevan la narrativa del modelo de país. Una de las cuestiones muy importantes que tiene la RTA es el archivo. Importante a nivel patrimonial. Tiene una mirada y una construcción documental, multipatrimonial, del pasado y de la identidad; una mirada del presente y una proyección, que está vinculada a escenarios tecnológicos, a desafíos, a tendencias y debates complejos. Pensar en un *continuum*, más hacia atrás, hacia el medio y hacia adelante, por más linealidad que uno piense en el tiempo, puede ser un elemento para pensarlo desde una mirada más filosófica de la ética, filosófica y política.

CYNTHIA OTTAVIANO: Nos estamos dando la posibilidad de intercambiar expresiones, opiniones e ideas, de nutrirnos de especialistas y expertos de los distintos ámbitos académicos. Esto es un proceso. Tal vez podamos apenas como un comienzo crear una base, una declaración de principios, ese avance es extraordinario porque es histórico, porque nunca antes lo logramos. Entonces, abracémonos en la épica de intentarlo, abracemos el proceso porque siempre estamos queriendo ver el final. Este es un proceso, es una trama en la que vamos a aprender también y vamos a aprender colectivamente, porque sencillamente esto nunca se hizo. Quiero transmitirles esa energía, por más dificulta-

des que haya, que por supuesto las reconozco. Tantas habrá que hasta aquí no se ha logrado. Intentemos recuperar los que sí nos va a permitir lograrlo, pensémoslo elástico. Eso es muy importante porque las sociedades cambian, porque los requerimientos y las perspectivas de los trabajadores también, entonces, lo que vayamos a escribir no quedará en una roca inmodificable. Ojalá sea una piedra Roseta porque nos permitirá una interpretación distinta del mundo, pero eso no quiere decir que vaya a quedar estático, acá tiene que haber un dinamismo.

Por otra parte, quiero alejar las miradas punitivistas, esto no tiene nada que ver con el punitivismo, con una reglamentación que si no se cumple va a haber consecuencias negativas. No, esto tiene un carácter completamente dialógico y pedagógico. Es la posibilidad de encontrarnos en las distintas miradas, es la posibilidad de construir una perspectiva poliédrica en ese compromiso con las audiencias. León Piasek, tanto como Claudia, dijo “no solo hay que difundirlo, sino formarnos”. Ese es el proceso.

Incorporo un mensaje del chat de Horacio Suárez:

¿No deberíamos conocer primero la audiencia y sobre eso construir y medir? En la actualidad, la audiencia no es un receptor unidireccional, quiere, puede y debe participar de alguna forma en la construcción de los medios públicos. ¿Qué pasa si no entiende lo mismo que nosotros, no comparte la mirada sobre la cual se construye este código?

Es interesante lo que plantea Horacio desde la perspectiva de las audiencias. Las audiencias públicas son fundamentales para que las audiencias se expresen y conocerlas. Creo que puede ser una metodología que incorporemos aquí en los medios públicos. Si alguien quiere hacer algún aporte es bienvenido.

MALVINA RODRÍGUEZ: El conocimiento de las audiencias debe ser permanente, aunque excede el código, es importante vincularlo al proceso de creación, así como al proceso de actualización y evaluación y estudios permanentes de audiencia que pueden realizarse en conjunto con el sistema de universidades públicas, con la Defensoría del Público, como parte de todo nuestro sistema público. Se puede instrumentar a partir de distintas metodologías, desde encuestas hasta grupos focales, la posibilidad de conocer de manera permanente y actualizada los comportamientos de las audiencias, las necesidades, las sugerencias

cias, las transformaciones, etcétera. El tema de estudios permanentes de audiencia es un desafío también para todo el sistema de comunicación pública.

FERNANDO COSTA: Quería recordarles a los que trabajamos en la Televisión Pública y a los que representamos en la parte sindical a los trabajadores, cuando estamos hablando de este Código de ética, estamos hablando del código de ética de todos los rubros que abarcan a los trabajadores de la Televisión Pública, tanto los que están frente a cámara como los que están detrás de cámara. Hay creadores de guiones, actores, locutores y comunicadores que no solamente dan información, porque están en otros días, otros horarios y otras actividades, pero forman parte del código de ética que nos abarca a todos. Cuando decía abrazar la federalización, incorporar a todos en cada una de las regiones, también tratar de conseguir la viabilidad de los elementos fundamentales para que esas personas puedan trabajar y expresarse. Es muy importante que desde la Televisión Pública también aportemos colaboración en formación profesional para quienes quieran terminar de perfeccionar su elemento de muestra, porque después cuando llega a Buenos Aires no tiene calidad de audio, de video, de guion, de redacción, de expresión, porque le faltó la formación profesional o el complemento que les ayuda a expresar lo que ellos tienen ganas de decir. Sucede a veces en las comunidades indígenas o aborígenes originarias, que solamente uno o dos pueden representar, porque son los que pudieran estudiar para transmitir el mensaje. Incluso, para hacerlo algunos se rebelaron contra su comunidad, que muchas veces es cerrada. Entonces, es fundamental poder acercarle elementos de comunicación como RTA y Radio Pública.

CYNTHIA OTTAVIANO: Sumo el comentario en el chat de Oscar Nunzio.

No olvidemos que los medios de llegada de nuestros contenidos no se circunscriben a las fronteras de la Argentina, sino que, a través de internet y de los satélites, los televidentes son una amplia gama de niveles culturales, por eso mencionaba la neutralidad de la lengua utilizada.

Es una perspectiva interesante, pero también la de visibilizar las lenguas de los pueblos originarios, porque están en franca extinción y son representaciones de la interculturalidad que tienen nuestras raíces, en-

tonces, no solo se trata de cómo representamos a la Argentina, sino de los grados de invisibilización que hay en las expresiones de las diversas culturas y cosmovisiones, y qué daño nos causa como sociedad.

Otro comentario del chat de Oscar: “RTA debería promover el patrimonio histórico y ponerlo al servicio del público, para eso hace falta desarrollar un canal dedicado a esto, el cual pondría el patrimonio histórico y cultural a disposición del público”. También comparto esa mirada.

¿Cómo sigue esto? Voy a hacer un resumen en todas las reuniones, también esto se ha registrado en video. El documento base está a disposición de todas las personas. Ya hay un resumen de la primera mesa debate y hay otro documento que es una Síntesis,⁴ es decir, las abstracciones de las conceptualizaciones de cada mesa de debate que se incorpora a un solo documento y que luego va a ir en fusión con el documento base.

Tienen la posibilidad, de manera constante y permanente, de hacer observaciones, agregados o lo que quieran sobre esos resúmenes. Ha sido un placer enorme, creo en la fuerza de la unidad y la organización de trabajadores. Esa fuerza y ese poder nos van a poder transmitir todo el legado y las tradiciones de las mejores participaciones y profundizaciones de la vida democrática de este país a través de la comunicación para dar ese primer paso.

Simplemente, puede ser imperfecto, no lo sabemos, pero va a ser lo mejor que podemos hacer, hoy nos tenemos que posicionar desde ese lugar. Seguramente habrá quien no lo cumpla o a quien no le interese, pero lo que estamos haciendo es unir el coraje necesario para poder lograr colectivamente la transformación que necesitamos, sobre todo en una Argentina ultraconcentrada que todavía tiene niveles de exclusiones altísimos y produce daños sociales. Buscamos, a través de la comunicación, un camino de reparación.

Muchísimas gracias a los expositores, a todas las personas que participaron, a los representantes de los distintos sindicatos que están aquí, y a los trabajadores que han venido a contribuir. La verdad es que yo tengo esperanza y la firme convicción.

Nos vamos a reencontrar el jueves que viene a las 10, y en continuidad durante todo mayo y junio. Gracias a toda el área digital de la TV Pública que tiene una garra impresionante y también a los

⁴ Véase al final de la parte II. Síntesis conceptual de los aportes realizados a partir de las mesas debate virtuales.

compañeros y compañeras de los sindicatos que, con distintas miradas, vamos haciendo este código, porque si no lo podemos cumplir como trabajadores, no va a servir para absolutamente nada. Les mando un agradecimiento enorme, les dejo el saludo de todo el Directorio de RTA.

Comunicar desde el pueblo y desde el sur

Mesa debate virtual

Jueves 20 de mayo, 10:00 horas

Coordinación debate: Cynthia Ottaviano

Producción: María Laura Anselmi

Especialistas: Gabriela Torres, secretaria de Políticas Integrales sobre Drogas de la Nación (Sedronar); Mónica Bianchi, especialista en discapacidad; Lucas Molinari, referente de la comunicación comunitaria, alternativa y popular; y Greta Pena, especialista en discapacidad y derechos del colectivo LGTTTBIQ+.

Palabras clave: consumos problemáticos, narcotráfico, discapacidad, diversidad, accesibilidad, comunicación comunitaria, colonialismo, discursos de odio.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muy buenos días. Quiero contarles que en estos encuentros la idea es compartir algunos lineamientos, algunas orientaciones o perspectivas para la construcción del primer Código de ética. Con este espíritu de participación colectiva comenzamos esta tercera mesa debate.

Quiero que sepan que todas las personas que participan en estos espacios han sido invitadas por consenso, impulsadas por esta mesa de trabajo, integrada por trabajadoras y trabajadores de la TV Pública, por eso las consideramos muy bienvenidas y les agradecemos mucho su participación.

GABRIELA TORRES: En principio, una alegría compartir estos espacios necesarios para algunos acuerdos con relación a cómo llevar adelante cuestiones desde todos los aspectos de la situación que uno quiera. Entonces, el aspecto comunicacional es siempre central.

Para nosotros tiene que ver con cómo la sociedad quiere vivir o decide vivir. Entendemos que es un problema de personas que se vinculan problemáticamente con sustancias y no un problema de sustancias. En

esa línea, es un problema de derechos humanos, porque afecta al cuerpo, la construcción de subjetividad, y se lee en un contexto determinado.

Una de las primeras tareas que hicimos junto con la Secretaría de Medios Públicos de la Nación fue establecer algunas pautas muy necesarias sobre cómo se tienen que tratar estos temas. Establecimos catorce puntos que son recomendaciones para trabajar en los medios.

Generalmente, estos temas tienen mucha estigmatización y cargan las tintas sobre sectores vulnerables y jóvenes de sectores vulnerables, como si los temas de consumo fueran solo de un sector. Siempre se tiende a confundir cuándo es un problema de persona que consume y cuándo es un problema de narcotráfico.

Siempre está mezclado qué es narco y qué no es narco. Hay mucha estigmatización.

Hay algo de no saber cuándo es una adicción o cuándo es un problema de abuso de consumo. Todo el tiempo se habla de los temas de consumo como si fuera una lógica bélica; entonces, se habla del flagelo de la droga como algo en lo que no se puede intervenir.

Con relación a esto las grandes características son estigmatizar, titular “narco travesti”, hablar de temas sin ningún dato o sin ninguna consulta con algún especialista. Lo primero que tenemos que hacer es conocer la diferencia entre abuso de drogas y consumo, porque la concepción de drogas, según la OMS (Organización Mundial de la Salud), es toda sustancia que ingerida modifica el organismo. Lo segundo, en relación con lo que más consumimos los argentinos, es que el alcohol es una droga y cuando se habla de alcohol no se mide con la misma vara.

Lo tercero es diferenciar las zonas donde se consume a través del narcotráfico. En esa línea, cambiamos una resolución del Enacom (Ente Nacional de Comunicaciones) para los medios de comunicación, con relación a que, cuando hay una incautación de sustancias tiene que aparecer el número 134 y cuando aparece un problema de consumo el número es el 131 del Sedronar.

Lo cuarto: quien comunique estos temas tiene que saber cuáles son las propuestas en tratamiento de adicciones, porque si no se sigue hablando solamente de internación, no se toma en cuenta la salud mental, no se conoce que hay tratamiento ambulatorio. Hay que saber cómo se acompaña y qué es acompañar a alguien que transita un consumo problemático.

Lo quinto es que siempre hay que tener un especialista y comunicar con pluralidad de voces, pero con fuentes. La semana pasada un día-

rio publicó que “aumentó la venta de sustancias 500%”. Cuando uno va a buscar no hay ninguna fuente concreta que avale semejante dato, pero siempre hay noticias con estas características. Muchas veces me preguntan, por ejemplo, “¿es cierto que el 90% de los que están presos son adictos?”, datos que se instalan muy rápidamente.

Lo sexto es establecer criterios editoriales que no encasillen los problemas de consumo siempre en la sección policiales. Se habla de los problemas de consumo o de la historia de vida de alguien y están en el área de policiales sobre todo en los medios gráficos, pero también en los televisivos. Si concebimos que es un problema de personas, es importante no encasillar. No se dice alguien “adicto”, “limpio”, “exdrogadicto”, porque las personas no se definen por lo que consumen.

Lo séptimo es desvincular la violencia de consumo. En general, la violencia siempre es preexistente al consumo. No es que si vos tomás alcohol sos violento. Tenés un problema de violencia y si tomás alcohol, se exagera. Siempre precede la violencia al consumo.

Por último, no estigmatizar a los jóvenes y sobre todo a los jóvenes de sectores populares. Cada vez que hablamos con un periodista de cualquier medio y damos vuelta a la pregunta e interpelamos alguna situación en la que el consumo nos atraviesa a todos, teniendo en cuenta que estamos en un tiempo de pandemia en el que crece el malestar de vivir y crece la necesidad de las personas de vincularse o tapar lo que pasa con alguna sustancia o comida o lo que fuera, notamos que ante la interpelación todos adhieren a que no es un problema de jóvenes pobres ni de narcotráfico. Hay mucho trabajo por hacer con relación a interpelar el modo en que debemos abordar esta problemática y es fundamental tener una línea de trabajo.

CYNTHIA OTTAVIANO: Excelente, Gabriela. Prestar atención al enfoque de la perspectiva de los derechos humanos y las interseccionalidades, cuando los grupos históricamente vulnerados se cruzan por las discriminaciones. Muchísimas gracias. Mónica Bianchi, te cedo la palabra.

MÓNICA BIANCHI: Buenos días. Gracias, Cynthia. Me encanta participar porque yo me dedico precisamente a la discapacidad y he hablado tanto con Cynthia por el artículo 66 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y su posterior efectividad. Primero, todo lo que sea el tratamiento de la discapacidad nos ayuda primero a ser menos invisibles o que la temática sea menos invisible. En segundo

lugar, tratar de aplicar determinados parámetros en el tratamiento en los medios. Son las propias personas con discapacidad los únicos que nos pueden decir a nosotros qué es lo que necesitan por parte de los medios públicos, para entender, comprender y evitar cualquier tipo de discriminación. No hay otro.

Podemos tener un montón de expertos que nos van a decir algo, pero lo cierto es que son las personas sordas hipoacúsicas que están sentadas frente al televisor las únicas que nos pueden decir de qué manera deben subtítular en cumplimiento del artículo 66 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, de qué manera tienen que subtítular los canales de televisión, tanto públicos como privados. De la misma manera, la audiodescripción para personas con discapacidad intelectual.

Una cosa son las recomendaciones que pueden figurar en un código de ética, en un libro o en un folleto, en donde den las recomendaciones como hizo la Agencia Nacional de Discapacidad, pero otra cosa es detallar los protocolos específicos a los cuales los medios de comunicación tienen que adecuarse para poder hacer todo lo que requiere el artículo 66.

Voy a poner el ejemplo de los sordos porque es el primero que figura y aparte porque yo soy sorda hipoacúsica. La pregunta del subtítulado. ¿Cómo? Este es el protocolo que nos falta. ¿Con fondo negro y letra blanca? ¿Con abreviaturas o sin abreviaturas? ¿Con las escrituras de los ruidos o a lo mejor alguna cosa que pueda afectar el entendimiento de lo que se dice? ¿Qué rapidez necesitamos en lo que se dice?

Todo eso es parte del protocolo. Pero en un código de ética tienen que figurar aquellas cosas más allá de la discriminación. Muy poca gente de los medios sabe cuál es la terminología que los argentinos tenemos en la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, que fue mediante una ley ratificada y mediante otra ley le dieron jerarquía constitucional. ¿Cuál es esa nueva terminología? Dejemos de lado “capacidades especiales”, dejemos de lado “discapacitados”, dejemos de lado “minusválidos”. La terminología es “personas con discapacidad”.

Nosotros somos personas, después tenemos una discapacidad. Entonces, cuando uno ve una imagen de una persona en silla de ruedas en algún medio público, ¿por qué le damos tanta importancia a la silla y no a la persona en sí, que a lo mejor es un premiado, un deportista que consiguió una medalla de oro en los paralímpicos?

Hay que tratar que la discapacidad sea una característica más del individuo y no lo que lo define. Ese tipo de recomendaciones las encontramos en el trabajo que realizó la Agencia Nacional de Discapacidad y la Secretaría de Medios Públicos junto con la Defensoría del Público.⁵ Creo que en un código de ética deberían figurar esas recomendaciones y respetarlas a rajatabla, para que la discapacidad pueda ser considerada como una parte más de las características de los individuos que integran la sociedad. Hay una frase que a mí siempre me gustó: “Si desde el principio habláramos de diversidad tanto en los medios como en la enseñanza, hoy no estaríamos hablando de integración”. Gracias, Cynthia, estoy dispuesta a trabajar en esto y contá con nosotros.

CYNTHIA OTTAVIANO: Gracias, Mónica. Siempre es un placer porque nos vas iluminando en ese camino. Ahora Lucas Molinari tiene sus siete minutos.

LUCAS MOLINARI: Hola a todos y todas, yo soy de Radio Gráfica, una radio comunitaria en el barrio de Barracas que está en una empresa recuperada, la Gráfica Patricios. También integro la mesa nacional de Farco, Foro Argentino de Radios Comunitarias. Agradecemos esta invitación.

Voy a expresar algunos apuntes de acuerdo a la lectura del documento que me enviaron. El documento nos parece bien porque tiene que ver con la práctica que llevamos adelante, sobre todo los medios comunitarios, pero creo que habría que hacer un apunte al estado de situación que estamos viviendo en esta pandemia.

Lo que vemos es que no hay ética en la mayoría de los medios de comunicación. Porque hay un mapa concentrado. Porque no estamos logrando que se aplique lo que peleamos en la LSCA. Porque pasó el macrismo y hoy el organismo que regula es el Enacom. Es decir, nos negamos a naturalizar toda la avanzada neoliberal. Como Farco, fuimos partícipes de lo que fue el Consejo Federal de Comunicaciones, como para poder discutir la política pública.

⁵ Se refiere a *Recomendaciones para el tratamiento responsable de la discapacidad en los medios públicos*, elaborado por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, la Agencia Nacional de Discapacidad y la Secretaría de Medios y Comunicación Pública, en 2021. Disponible en <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/04/recomendaciones_para_el_tratamiento_responsable_sobre_la_discapacidad.pdf>.

Estamos a la defensiva y también en el marco de una pelea por los tarifazos de internet. Cada vez que estamos en una reunión virtual se nos corta y pensamos que, además, nos quieren hacer pagar más por algo que no sabemos cuánto vale el mega mayoritario. Peleando contra las privatizadas. Así que, creo que la pelea de la comunicación es la pelea de proyecto de país. Algunos apuntes acerca de cómo conceptualizar.

En Radio Gráfica decimos que comunicamos desde el pueblo y desde el sur, que comunicamos en la ancha avenida del movimiento nacional, con todas las discusiones y las polémicas que son parte de nuestro pueblo, pero el tema es el lugar del mirador, desde dónde miramos, desde dónde relatamos. Dos apuntes con relación a esto. Primero, que estamos en un territorio colonizado, no solamente las Malvinas, sino todo el mar argentino está colonizado, y es una agenda que aparece poco en los medios de comunicación. Aparece quizás el 2 de Abril⁶ o cuando por ejemplo un submarino de repente dejó de estar en nuestro mar y hubo una búsqueda. Este es un punto, la ética también tiene que ver con las ideas y con el ideario que tenemos en el campo nacional y popular.

El tema del colonialismo es algo que nos enmarca, que es la búsqueda permanente de la soberanía. Por ejemplo, poder ver en la cobertura lo que se está discutiendo respecto del río Paraná, que hay ataduras coloniales que vienen desde hace veinticinco años pero que tienen que ver con la dictadura cívico-militar.

También, cuando relatamos la pelea del pueblo de Chubut contra la megaminería, ¿por qué estamos discutiendo las provincias por separado? Porque hay una Constitución del coloniaje que es la del año 1994. Por lo tanto, el tema del colonialismo es un problema que tendría que problematizarse desde los medios públicos.

Ahora, desde esta mirada anticolonial o de liberación, queremos reponer el lugar del movimiento obrero organizado que es desconocido y es importante que sea considerado fuente. ¿Por qué los medios audiovisuales no dan voz a esto? Por ejemplo, el tema del transporte. El problema del transporte interurbano metropolitano. En los medios quizás se puede llamar como fuente a un especialista del Conicet o alguien que pasó por la universidad, pero ¿por qué no llaman a un delegado de una línea? Pienso en la línea 60, que son compañeros y opositores dentro del gremio UTA (Unión Tranviarios Automotor), pero

⁶ Día del Veterano y de los Caídos en la Guerra de Malvinas.

no rompen y plantean lo suyo; donde los delegados y las comisiones internas están garantizando las medidas de salubridad, no solamente en la línea 60, sino en casi todos los lugares de trabajo. Por lo tanto, la comisión gremial interna debería ser destacada como fuente segura, como nos gusta decir a nosotros. Sobre todo las comisiones gremiales internas y no solamente las cúpulas. Fundamentalmente, porque nosotros creemos que sin movimiento obrero no hay proyecto nacional.

Por ejemplo, cuando se habla del tema de las tarifas eléctricas, a veces se termina discutiendo como si fuese una cuestión de Palacio y no se escucha la voz de los laburantes, que hace años vienen diciendo que el problema son las privatizadas. Por lo tanto, creemos que en los sindicatos hay fuentes seguras como en todos lados, como en la prensa, como en el empresariado, ya que en todos lados hay contradicciones. El tema es poder abrir los micrófonos hacia el interior del movimiento obrero organizado y entiendo que hay un muy buen trabajo en los gremios de prensa para poder dar el debate también dentro de los periodistas. Hay muchos periodistas que están en el gremio y no se creen trabajadores, entonces, hay un debate también cultural que se ha logrado sobre todo en los últimos años. Esos son los apuntes respecto de la condición de dependencia que tenemos en América Latina, en donde sabemos que la integración es el camino y rescatamos las mejores tradiciones latinoamericanas, como Prensa Latina. Estas son una guía en la actividad de informar todos los días y hacer a nuestros medios audiovisuales cada vez más preponderantes e intentamos la integración en ese sentido.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchas gracias, Lucas. Muy claro lo que decís. Greta Pena, por favor.

GRETA PENA: Se proponen una tarea apoteótica, pero también hermosa. Es absolutamente necesaria, porque el contexto es adverso, porque parece que hay un *vale todo*, discursos de odio, persecución a mujeres y colectivo LGTB.

Hay un modelo hegemónico que inferioriza a lo *no deseable*, hay una matriz que es una base troncal que hay que modificar, hay que darle contenido, como sujeto de derecho con perspectiva de derechos humanos.

Es necesario escapar a la agenda impuesta, diversificar las fuentes y no configurar desigualdades. Somos oprimidos por múltiples razones, resulta necesario buscarlas.

Contextualizar, visibilizar identidades desde el enfoque central de los derechos humanos, y recordar que “lo puto no te saca lo facho”.⁷

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchas gracias, Greta. Quien quiera tomar la palabra, por favor.

FÉLIX ARNALDO: Los trabajadores trascienden los gobiernos y este código lo vamos a garantizar los trabajadores. Tenemos que cambiar la agenda, si hace falta, definamos qué es noticia. Tenemos que enfrentar el colonialismo y el neoliberalismo, porque se fundan en un sistema de desigualdad. Necesitamos menos noticias, más explicadas, por qué no hablamos de la soberanía alimentaria. El manual de estilo es un paso posterior fundamental. Todo esto también debe entrar en la ficción. Hay que tener en cuenta que no solo la información es la mercancía, ahora también lo es el público.

MARÍA JOSÉ BERNAL CAROL: El encuentro de hoy fue el más práctico, ya se puede empezar a aplicar sin esperar a tener el código. En cuanto a las personas con discapacidad, pido perdón, porque pensamos en la estética del rectángulo y no en a quién nos dirigimos.

FERNANDO COSTA: Las novelas y las promociones también tienen que tener inclusión. Todos los gremios nos juntamos para hacer este trabajo, este es uno de los pocos canales con gente canosa y eso es muy importante.

GUSTAVO CARNEVALE: Creo que hay que partir de tres ejes. Definir que el canal público es del Estado y somos el límite a los gobiernos; hacer respetar la ley de medios; y quienes participan de coproducciones también se tienen que capacitar.

⁷Debido a un corte involuntario en la grabación, se reproduce la síntesis elaborada en el momento por la coordinadora.

Con memoria, verdad y justicia, contra el terrorismo de Estado y la violencia institucional

Mesa debate virtual

Jueves 25 de mayo, 10:00 horas

Coordinación: Cynthia Ottaviano y Alejandro Verano

Producción: María Laura Anselmi

Especialistas: Silvina Acosta, integrante de SAGAI (Sociedad Argentina de Gestión de Actores Intérpretes); María del Carmen Verdú, referente de Correpi (Coordinadora contra la Represión Policial e Institucional); Pablo Antonini, presidente de Farco (Foro Argentino de Radios Comunitarias); y Miriam Gomes, especialista en migraciones y afroargentinos.

Palabras clave: ficción, mujeres y diversidades, terrorismo de Estado, violencia institucional, comunicación comunitaria, afrodescendientes, migrantes, tratamientos responsables, religiones.

CYNTHIA OTTAVIANO: Les damos la bienvenida. Desde el Directorio de RTA estamos promoviendo un código de ética que no puede ser escrito por el poder ni desde el poder, en todo caso desde el empoderamiento de trabajadores y trabajadoras como movimiento organizado. Un código de ética trabajado y pensado colectivamente. Propusimos mesas de debate, todos los jueves a las 10 de la mañana, con referentes de los diferentes ámbitos de la vida social, política, cultural, de los derechos humanos de la Argentina. Para comenzar le damos la palabra a Silvina Acosta, integrante de la comisión directiva de SAGAI.

SILVINA ACOSTA: Muchísimas gracias por la invitación individual para esta construcción colectiva, que es justamente desde donde estamos comprometidos con Sagai. Sagai es la Sociedad de Gestión de Actores, Actrices e Intérpretes Audiovisuales, con lo cual estamos en todas las

pantallas de los medios de comunicación y está muy relacionado con lo que estamos tratando de construir colectivamente como código de ética.

Voy a hacer un resumen sobre el trabajo que hicimos, un análisis y un mapeo de nuestros socios y nuestras socias, no solamente en lo laboral <<https://www.sagai.org/descargas/espacios-publicacion.pdf>>. Los resultados quedaron plasmados en la investigación, con un dato tremendo, el 66% de las actrices había declarado haber sido abusada sexualmente en algún momento de su trayectoria laboral. Dato muy duro y muy fuerte, que salió a partir de estos estudios que se hicieron.

Además, descubrimos también la cantidad de roles estereotipados por género que representamos en nuestras pantallas y los mecanismos a los que no accedemos para poder cambiar esas cosas. Entonces, es aquí donde sería muy útil el Código de ética, un código común, en esos lugares donde no tenemos acceso. Los roles que les voy a comentar son los que salieron de las encuestas, no es una interpretación mía. El varón siempre representa roles de líder, delincuente y villano, mientras que la mujer es bondadosa, empleada de la casa y sexy. También, del análisis salen otros roles estereotipados, como el color de piel o la contextura corporal, sea más gordo/gorda o más flaco/flaca.

Muchas actrices de color más oscuro en la piel suelen tener papeles de empleada doméstica y no tienen la posibilidad de acceder a roles ejecutivos, aunque en general tenemos pocos roles ejecutivos porque uno de los que más ejercemos es el de secretaria. Esto tiene que ver con los roles que representamos y luego son los que se perpetúan en nuestra comunidad, en nuestra sociedad. Son modelos y patrones que se repiten, que refuerzan la violencia mediática y simbólica de la que venimos hablando tanto.

Me parece importante y de un gran compromiso empezar a trabajar en ese sentido para que también las niñas, mujeres, no sean tan sexualizadas dentro de esas interpretaciones. Además de estar construyendo este Código de ética en este momento inicial, antes de su aprobación, pido el compromiso de seguir teniendo un ida y vuelta.

También venimos haciendo un convenio con el INCAA (Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales), tendríamos que hacer un convenio con RTA, para poder empezar a implementar lo que después queda en una letra muerta. Muchas gracias.

CYNTHIA OTTAVIANO: Te agradecemos un montón. Una de las propuestas que surgieron en estas mesas fue la de incorporar protocolos

y guías existentes, analizarlos y adherir para reconocer las trayectorias y el camino recorrido. Seguimos con la exposición de Carmen Verdú.

MARÍA DEL CARMEN VERDÚ: Muchísimas gracias, Cynthia. Primero, agradecer por esta convocatoria que para Correpi es tremendamente importante.

Si hay algo que queda claro, muy bien expresado en el documento disparador de esta reunión, es que el lenguaje no es inocente. Tan importante como lo que se dice es lo que no se dice y también cómo se dice, sobre todo cómo se dice. Como ocurre con todo en la vida, hay un lenguaje hegemónico que reproduce la lógica dominante y que ningunea, cuando no estigmatiza, directamente a los sectores más vulnerables de la población. Esto tiene una importancia central en el caso de los medios de comunicación, en el tema de la prensa.

El lenguaje es una construcción social que se modifica de abajo hacia arriba, como Cynthia bien decía en la introducción, se producen cambios sociales trascendentes. A veces vienen de manera lenta, progresiva, y a veces tienen una irrupción masiva, como sucedió en el último lustro con el esfuerzo colectivo por erradicar el lenguaje sexista, impregnado de prejuicios y estigmatización, que vino de la mano de la revolución de las mujeres y disidencias sexuales. Algo similar sucede con el aforismo muy común que dice que “el derecho sigue a los hechos”, es decir, primero se modifican las relaciones sociales y luego eso se traduce en modificaciones legislativas.

Entre otros temas, como el abordaje de los hechos represivos, estamos muy atrás. Por eso, celebro y agradezco enormemente la posibilidad de estar hoy aquí hablando con ustedes, compartiendo lo que Correpi piensa del lenguaje y de los lugares comunes que se usan en los medios para referir a los hechos represivos. Es una vieja preocupación de Correpi. De hecho, Correpi nació denunciando que detrás del titular “joven delincuente de frondoso prontuario abatido por la fuerza del orden”, lo que se invisibilizaba era un fusilamiento. Nunca lo hemos podido plantear de esta manera, institucionalmente. Sí hemos podido discutirlo muchas veces con compañeras de Sipleba (Sindicato de Prensa de Buenos Aires) en charlas sobre el uso del lenguaje en los medios.

A partir de las premisas del documento, tres o cuatro puntos que para nosotros y nosotras son centrales. Para aportar ejemplos, en los *zócalos* televisivos, en los titulares de las notas y en el propio desarro-

llo de las notas escritas, encontramos permanentemente que el ataque represivo a una movilización son incidentes; que el pibe muerto con un tiro en la nuca y por la espalda a manos de un policía es un caco, un marginal, un delincuente; el que lincha a alguien es un justiciero; si un medio habla de hijos de laburantes o hijas de laburantes son menores, es decir personas de menos de 18 años en conflicto real o presunto con la ley; si son hijos de otros tipos de personas como empresarios, etcétera, serán los jóvenes o los rugbiers o el *surfer*.

Los fusilamientos policiales siempre son “confusos episodios”, en el mejor de los casos, aunque la noticia sea que un tribunal acaba de dictar condena contra el homicida. Cuando se reproduce la versión policial el título es asertivo: “Policía aniquiló a motochorro”. Cuando nosotros y las familias logramos meter algo por el costado y ya no es más asertivo el título, el medio se despega y denuncia un caso de gatillo fácil.

Un ejemplo de esta semana: un subcomisario fusiló a dos pibes de 17 y 18 años por la espalda, seis tiros uno, cuatro tiros el otro. Doce tiros disparados en total. Huían después de haber intentado robarlo, pero cuando el subcomisario sacó el arma, ellos salieron corriendo porque no estaban armados, tenían una réplica de juguete. Todos los titulares de los diarios dijeron cosas como “delincuencia sin fin: dos ladrones asesinados por policías”, se publicó extensamente la historia de los antecedentes que pudieran tener estos dos pibes de 17 y 18 años, en cambio del policía se reservó el nombre casi de forma unánime.

Sobre el mismo caso, un medio a través de una cuenta de Twitter de su principal referente público dijo textualmente: “El policía que mató ladrones en Quilmes sufrió una situación traumática. Había sido asaltado en 1999 y había matado a dos ladrones en Wilde”. O sea, no es que es un reincidente, el pobre tipo estaba traumatizado porque era la segunda vez que fusilaba a dos personas. En el lenguaje hegemónico de los medios, las víctimas no son presentadas como personas, como sujetos de derecho.

Segundo punto. Después de décadas de lucha por memoria, verdad y justicia, aprendimos e internalizamos que cuando hablamos del terrorismo de Estado y el genocidio de la dictadura, no recurrimos a la idea exculpatoria del abuso o del exceso. Aprendimos que ninguna persona puede estar legalmente aniquilada, que no existe en nuestro país la pena de muerte, mucho menos a punta de reglamentaria o picana en mano. Sin embargo, leemos a diario cosas como “ejecutó un motochorro”, como cuando un policía tucumano fusiló por la espalda

a Facundito de 12 años. Cuando buscamos notas para relevar para el archivo, no buscamos palabras clave como “gatillo fácil” o “fusilamiento”, buscamos “enfrentamiento”, “tiroteo”, “abatido”, “exterminado” y así encontramos los casos de gatillo fácil.

Tercer punto. Se habla en el documento del derecho a réplica y está estrictamente relacionado con el punto anterior, porque la estigmatización de los términos también viene acompañada de la instalación de la versión oficial de las fuerzas represivas y esto tiene que ver con las fuentes. La versión policial se toma a libro cerrado y de manera absolutamente asertiva. Los familiares de las víctimas solo son escuchados cuando el caso logra alguna repercusión masiva por su movilización y aun así el título es “Habló la madre del ladrón ultimado”. Si se busca objetividad, es indispensable dejar de alimentar esa desigualdad desde la información.

Hay otro pasaje del documento que menciona la necesidad de informar de acuerdo con los intereses y necesidades principales de los habitantes en suelo argentino, etcétera. Es fundamental que los hechos represivos sufridos por el pueblo en general, y por los colectivos que representan los sectores más vulnerabilizados en particular, tengan una mayor presencia en los medios. Particularmente, en los medios de más audiencia, que son los que históricamente más invisibilizan estos centros porque no van en línea con sus intereses y los intereses que defienden.

Ni hablar cuando en el hecho hay involucradas personas migrantes. Acuérdense del ciudadano turco detenido cuando iba hacer un trámite a la embajada el día de la marcha del presupuesto en 2018. Salió en todos los medios, pero fue la TV Pública la primera que nos dio el espacio para responder como “el terrorista que había venido a organizar las movilizaciones anti-G20”, cuando el pobre tipo estaba yendo a sacar una partida actualizada, porque había tenido la peregrina idea de convertir su residencia permanente en ciudadanía argentina.

Por último, las imágenes. Todos y todas ustedes conocen el fallo Ponzetti de Balbín sobre la exhibición de fotos que lesionan a las familias de las personas cuando se publica la foto de un muerto. Si abrimos cualquier diario en la sección “Policiales”, vamos a tener los cadáveres de los pibes expuestos, de la manera más cruel, con el charco de sangre, con la bolsa de plástico cubriéndolo precariamente.

Finalmente, por ejemplo, en la cabina de transmisión de una radio muy conocida de la zona de Palermo, que hoy ha cambiado completa-

mente su orientación, pude ver un instructivo para los noticieros. Era un momento de gran profundización del conflicto social y de masivas movilizaciones de trabajadores. En ese instructivo se prohibía, a quienes leían las noticias, hablar de los reclamos concretos de trabajadores y trabajadoras y mandaba enfatizar los problemas para el tránsito. Es obvio que eso suceda en la lógica empresarial, por eso la importancia que tiene que hoy estemos hablando de los medios públicos. Porque eso son: medios públicos y no de los gobiernos de turno.

En este sentido, es fundamental que el Sindicato de Prensa de Buenos Aires haya tomado, desde su inicio, la reivindicación del derecho de trabajadores y trabajadoras de prensa como uno de sus principales ejes de lucha colectiva. A nosotros y nosotras, como militantes contra la represión, nos consta que es gracias al esfuerzo de esos trabajadores y trabajadoras, que tantas veces se plantan ante la redacción, ante los directivos, ante las autoridades, por pelear el espacio para una nota particular o para reflejar lo que otros mandan a callar.

De modo que, nuevamente, agradecemos la posibilidad de este espacio y pedimos también que este punto de cómo se abordan los hechos represivos sea tomado en cuenta a la hora de construir este Código de ética tan necesario. Muchas gracias.

CYNTHIA OTTAVIANO: Excelente, Carmen. Es el turno de Pablo Antonini.

PABLO ANTONINI: Buen día. Quiero felicitar por la invitación y también por el documento de convocatoria que está muy completo y deja un montón de líneas para seguir desarrollando. Desde las radios comunitarias y desde Farco, nos parece central porque está relacionado con el debate que promovimos y pensamos siempre a la hora de elaborar un código de ética y lo que implica desde la mirada de los medios.

Desde nuestro lugar, pensamos un código de ética básicamente desde dos grandes líneas, que se pueden desagregar en todas las que están planteadas. Una relacionada con lo que cotidianamente vemos exacerbado en esta pandemia respecto a la responsabilidad social que implica informar, si se mira la comunicación como un derecho.

Dentro de un abanico muy grande, tenemos un espacio donde lo que se dice, lo que se opine y lo que es informar, nos guste o no, tiene que ver con la libertad de expresión, y otro donde a veces se constituyen delitos. No hay que rascar mucho para tipificar qué es un delito si yo promuevo la ingesta de veneno por la tele y luego alguien toma veneno

y se muere, si yo llamo a matar a alguien, ahí estoy cayendo en cosas para las que no necesitamos un código de ética, sino aplicar normas vigentes. En el medio hay una tremenda zona gris donde aparecen los problemas y es necesario dar estos debates respecto a cosas que no son tipificables como delitos y es un error pretender una solución punitiva, que, además, deja abierto el espacio para que se reaccione de manera desproporcionada, en las que a veces las empresas se victimizan.

Pero algo hay que hacer con muchas cosas que suceden porque ponen en peligro la salud de la población e implican un montón de cuestiones que hay que problematizar. Es ahí donde es necesario un código de ética o un espacio desde el cual, sin función punitiva pero sí con la función de promover constantemente estos debates, tengamos cuestiones escritas que podamos plantear. En la medida que más se traten estos debates, más preparada va a estar la población para no caer en estas operaciones o para que no se repliquen este tipo de cosas. En todo ese terreno, donde no hay una respuesta punitiva para elaborar pero sí la necesidad de dar un debate permanente relacionado con muchas de las cosas que aquí se plantearon, es necesaria la construcción de un código de ética y muchas otras iniciativas que se han planteado y se plantean respecto a qué significa el marco del derecho a la comunicación y la responsabilidad a la hora de informar.

La otra línea planteada también en el documento tiene que ver con el conjunto de valores y principios desde el que nos paramos a la hora de informar, más allá de lo que luego eso genere, o de cómo actuamos cuando vemos que se comunica de manera poco ética, cuál es el conjunto de preceptos que nos planteamos.

Desde los medios comunitarios y Farco, tenemos un documento que invitamos a que se sume a los materiales que están citados en el documento que es un manual de estilo propio <https://www.farco.org.ar/wp-content/uploads/2017/04/images_manual-de-estilo-farco-final-180215.pdf>. Se construyó de manera colectiva durante muchos años, se publicó en el año 2014 y ahora se está actualizando en cuestiones referidas a las tecnologías, pero mantiene principios que vienen muy al caso. Es un manual de estilo, en esa línea entre el código de ética y el manual de estilo, que también aparece en el documento, donde evidentemente cuando yo propongo estilo estoy planteando principios y valores a la hora de definir qué cosas nombramos, de qué manera y demás. Yo quiero proponer algunos de los principios que ahí aparecen.

Este es un material con el que se vienen formando los corresponsales

de nuestras radios comunitarias desde hace muchos años. Ha sido elaborado de manera colectiva y tiene algunas cosas que aplican muy bien a lo que se puede plantear desde los medios públicos. En primer lugar, la cuestión de lo federal. Plantear una comunicación no centrada en la ciudad de Buenos Aires, sino que tenga que ver con el contexto de la cantidad de diversidades, identidades y plurinacionalidad de nuestro país.

Desde ese lugar, también plantearnos la información desde los sectores que históricamente son editados, estigmatizados y manipulados por los medios hegemónicos. Como premisa de principios, planteamos visibilizar las construcciones de nuestro pueblo y tratar de acompañar cuando se puede, porque la urgencia plantea otra cosa. Pero cuando se puede, tratar de acompañar por ejemplo con un informe respecto a la situación habitacional de determinado lugar, con una entrevista a alguien que problematice qué políticas deberían implementarse para resolver esta situación. Rescatar hechos que todo el tiempo planteen y visibilicen construcciones existentes y posibilidades de esperanza y organización para nuestro pueblo.

En el mismo sentido, hay una propuesta de agenda respecto a las temáticas que priorizamos relacionadas con derechos humanos, juventud, movimiento social, discriminación, pueblos originarios y una mirada respecto al tratamiento de las fuentes, entre otras cosas.

Apoyamos el derecho a rectificación y respuesta, la cláusula de conciencia y entendemos que hay cosas sobre las que es necesario normativizar. Pero también en aquellas que no, en aquellas que decíamos, no las hagamos punibles porque nos metemos en un enredo y dejamos herramientas que pueden ser tomadas por el gobierno para perseguirnos. Pero sí, para fomentar fuertemente un montón de debates que a lo largo del tiempo se demuestra que funciona. Hace un montón de tiempo que no leo en un medio hegemónico “crimen pasional” y no porque suponga que muchos de los que escriben ahí o de sus editores hayan dejado de tener esa metodología y esa concepción del pensamiento, sino porque hay una construcción que hace que no se pueda y está claro que ha avanzado.

También coincido con Carmen en otros aspectos en los que estamos mucho más atrás, el aspecto represivo es uno de ellos. Pero es una muestra de que el debate popular a lo largo del tiempo, la generación de doctrina, por llamarlo de una manera desde nuestros espacios, y el dar permanentemente esos debates, a la larga sedimenta en normas, se instalan y son más difíciles de desandar. Desde ese lugar, nos pa-

rece muy importante hacerlo y proponemos que la construcción y la elaboración que hicimos desde los medios comunitarios, en este caso el manual, se incluya entre las fuentes para tomar. Volvemos a agradecer la invitación.

CYNTHIA OTTAVIANO: Excelente, Pablo, te agradecemos muchísimo y seguramente serán incorporados como venimos haciendo con otros protocolos y otras guías, porque esa ha sido la propuesta y hasta ahora tiene consenso. ¿Miriam?

MIRIAM VICTORIA GOMES LIMA: Te agradezco la convocatoria, te agradezco en general la iniciativa de este manual de ética tan necesario, sin ninguna duda. Una de nuestras mayores demandas tiene que ver con el racismo institucional, que es el enemigo público número uno de nuestras comunidades. El racismo que sí existe en la Argentina y que se manifiesta de muchas maneras. Una de esas formas es la invisibilidad o la invisibilización a la que fuimos sometidos y sometidas a lo largo de los siglos.

Esa invisibilización se hizo más patente a partir de la construcción del Estado nación, a fines del siglo XIX. Esta invisibilización tuvo dos instrumentos fundamentales: la educación a través de la escuela y de los medios de comunicación, sobre todo los hegemónicos.

En este sentido, nosotros sostenemos que si esos fueron los instrumentos para invisibilizarnos, cosificarnos, subalternizarnos, extranjerizarnos, estos mismos instrumentos deberían servir para la liberación, para lograr el efecto contrario.

La educación y los medios impusieron la idea de que habíamos desaparecido. Se han dicho tantas cosas al respecto, “que la guerra contra el Paraguay”, “que la epidemia de fiebre amarilla”, “que el frío”, etc., que no se sostiene bajo ningún análisis, porque nosotros éramos parte de la misma población que el resto.

Los no afro, los pueblos originarios, todos atravesamos las mismas circunstancias. Pero de los únicos que se dice que desaparecimos es de nosotros y esto es una construcción política y cultural que, lamentablemente, se hizo carne en el imaginario popular. La gente me ve y me dice: “No, en la Argentina no hay negros”, y me lo dice a mí, que nací y vivo en la Argentina, que tengo primos, que tengo hermanos, que tengo amigos, que tuve compañeros en la escuela de origen africano.

Y todo el tiempo está la negación de nuestra descendencia. Uno le puede decir a un argentino común y corriente “corrupto”, “mentiroso”,

“ladrón”, pero no le podés decir “racista”, porque se ponen como locos, es una cuestión muy sensible que habría que analizar. ¿Por qué molesta tanto a la conciencia argentina que se la trate de racistas o discriminadores y no le molesta tanto la cuestión de la corrupción?

Entonces, estos instrumentos, como la escuela y los medios hegemónicos, se valen de estereotipos para representarlos. Uno de los más comunes es la extranjerización, es decir, no podés ser argentino si sos negro, y si sos negro, no sos argentino.

Acá les traigo el ejemplo de una amiga de muchos años, María Magdalena Lamadrid, afroargentina, una mujer grande de casi 80 años, que una vez en el aeropuerto de Ezeiza fue detenida por viajar a un congreso en Panamá, tal vez recuerden el caso. Le dijeron que el pasaporte que tenía era trucho, en esos términos, “trucho”. “¿Por qué?”, preguntó María Magdalena, a quien nosotros llamamos Pocha, la Pocha Lamadrid. “Porque no podés ser argentina y negra, por lo tanto el pasaporte está falsificado.” Estuvo detenida varias horas en la parte antigua de Ezeiza, donde funciona una cárcel, alguno de ustedes lo sabrán, y luego en horas de la tarde la liberaron diciéndole: “No, fue un error, esto no es racismo”.

Fíjense, la funcionaria de Migraciones fue la que dijo que el pasaporte era trucho y llamó a la Policía Aeroportuaria para que la detuvieran. Este es un caso de la mentalidad que impera en nuestros funcionarios públicos y la necesidad de reeducar a los funcionarios y las funcionarias.

Siempre en esto de la extranjerización, les voy a traer el ejemplo de tres presidentes argentinos. En 1845, Sarmiento dijo que para ver un negro en la Argentina, tenés que ir a Brasil, porque para fines de ese siglo estaríamos desaparecidos. Que, además, dijo: “No hay que ahorrar sangre de gauchos, ni de negro ni de indio para que el parlamento funcione como la gente decente”; es lo que sostenía. En el siglo XX, el presidente Carlos Menem, en una gira por los Estados Unidos, es preguntado por estudiantes de la Universidad de Harvard si había negros en la Argentina. Él dijo: “¡No!, en la Argentina no hay negros, ese es un problema que tiene Brasil”. Fíjense, primero, no existimos y, segundo, somos un problema que tiene Brasil. Brasil sinónimo de negro y Argentina sinónimo de blanco, otra falacia muy grande creer que los negros son brasileños y los blancos son argentinos. Finalmente, el inefable Mauricio Macri, en el Foro de Davos en el 2018, también sostuvo que en la Argentina o en América Latina somos todos des-

cendientes de europeos. Ignorando por ejemplo el origen de su propia hija, de la hija más pequeña, que no tiene nada que ver en este tema, ella simplemente es una niña. Entonces, fíjense cómo se imponen los discursos desde los poderes hegemónicos, aceptan nuestra presencia o nuestra ausencia en realidad.

Otro estereotipo muy interesante, que aparece muy repetido, es el de la hipersexualización de nuestros cuerpos, de nuestras cuerpos, cómo los afrodescendientes y las afrodescendientes somos cosificados e hipersexualizados. Hace pocos días pude ver en un programa de televisión, el famoso Tinelli, cómo a un pobre afrodescendiente se lo acosaba sexualmente, lo manoseaban, hacían referencia constante a sus cualidades físicas, que serían por ejemplo producto de su origen (étnico), a través de las teorías de la cuestión de las especies, que es lo que subyace en estos discursos, las teorías de Darwin, los negros somos así, los blancos son así. El darwinismo social con el que se aplican las teorías de Darwin a los seres humanos, por un aspecto físico determinado estoy lista para el sexo fácil y sin consenso. Los medios no hacen más que exacerbar estos estereotipos.

Otro ejemplo es la demonización de las religiones de matriz afro. Existe tal desconocimiento acerca de qué es la umbanda, el candomblé, la santería, el vudú; son manifestaciones de origen africano presentes en la Argentina, no son de otro planeta, son cuestiones cotidianas. En Buenos Aires existen más de 5.000 templos en los que se practica la religión de origen yoruba. ¿Qué pasó en estos días? Hubo una denuncia de fiesta clandestina, como muchas que se están dando de manera lamentable, pero en este caso se acusó a la religión umbanda de organizar una fiesta clandestina, cuando en realidad era una sesión religiosa. Claramente está mal, porque estamos en un período de restricciones a causa de la pandemia, pero se utilizó esto para decir que “había tambores, era una comparsa, estaban a los tiros, matan animales”. ¿Matar animales? No se trata de matar animales, en la religión es una ofrenda y, por otro lado, cuando se sacrifica una vaca para hacer milanesas, nadie dice “se matan vacas”, nadie se escandaliza, pero sí se escandalizan cuando en un ritual o en una ofrenda religiosa se sacrifica un animal, que luego es convertido en alimento para muchísimas personas. Podemos discutir la cuestión del veganismo y podemos realmente entrar en esa discusión de si está bien o si está mal matar animales para alimento humano, pero no podemos estigmatizar a las religiones acusándolas de matar animales, de sacrificarlos sin ningún sentido, de manera san-

guinaria. En fin, no voy a profundizar ahora en esta cuestión, pero sí me interesa que tengamos en cuenta cómo se mide con varas diferentes eventos semejantes.

También, la cuestión de algún tipo de abuso sexual en el marco de esta práctica religiosa. No tiene nada que ver la práctica religiosa con las desviaciones pervertidas de algunas personas, porque esto del abuso sexual existe en todas las religiones y nadie estigmatiza a la religión católica porque hay curas pedófilos o abusadores. Nadie ha condenado a la Iglesia católica en sí misma, pero qué pasa con las religiones de origen africano que son demonizadas y estigmatizadas de manera constante, por racismo y también por falta de conocimiento, no me cabe ninguna duda de eso.

Finalmente, el uso irresponsable del lenguaje. Todo el tiempo se habla de “trabajo en negro”, “mano negra” o que tuvo una “tarde negra”. En fin, son connotaciones negativas de lo negro. Cuando uno dice: “No, por favor, no digas trabajo en negro, es trabajo que no está registrado”, “no, pero no es con ustedes el problema”, responden. Sí, es con nosotros el problema, porque el origen negativo o la connotación negativa de la palabra negro vienen del período esclavista. El período esclavista generó una teoría racista para justificar el sometimiento de millones de personas. ¿Por qué? Porque los negros africanos serían salvajes, sin alma, sucios, dados a la vagancia, etc., toda una serie de conceptualizaciones que siguen hasta el día de hoy, solo que las personas ya no relacionan ese origen esclavista con la utilización que le dan a ese lenguaje. Entonces, también es necesario modificar este uso irresponsable del lenguaje.

Lo negro no es negativo, lo negro no es feo, lo negro no es sucio, el negro es un color, simplemente. Algo más que tiene que ver con el lenguaje, hay en nuestro castellano del Río de La Plata infinidad de palabras de origen africano: mina, tarima, candombe, tango, milonga, matungo, en fin, toda una serie de palabras que usamos todos los días. Sin embargo, en algunas ocasiones están utilizadas también de forma negativa, por ejemplo, la palabra “quilombo”. Quilombo originalmente en el contexto africano es reunión, deliberación, asamblea. En el contexto americano, por ejemplo en el caso de Brasil, eran los lugares a donde los africanos esclavizados huían y reconstruían unos espacios de libertad. Esos son los quilombos en Brasil; en Venezuela se llaman cumbes, en Colombia se llaman palenques, en el Caribe se llaman *marrons* o cimarrones, etc. Pero en Argentina, quilombo, ¿qué

es? Es lío, desorden, bochinche, es un lugar proscripto, prohibido, lindante con lo delincuencia.

Otra palabra de origen africano mal utilizada es la palabra mandinga. Mandinga es un pueblo africano del oeste de África. Un pueblo islamizado. Esos pueblos llegaron a América y a la Argentina, donde fueron los protagonistas de muchos levantamientos. Sin embargo, en Argentina la mandinga, en algunas zonas, es sinónimo de diablo, ustedes lo sabrán perfectamente, porque somos argentinos y conocemos nuestra historia y nuestro folclore. Entonces, tenemos la necesidad de resignificar este lenguaje que estigmatiza también a nuestra comunidad.

Y, finalmente, para no tomarme demasiado tiempo, cómo a través de la educación, y por supuesto de los medios de comunicación que lo replican, se nos muestra en, por ejemplo, el 25 de Mayo. Nosotros, los afrodescendientes y africanos aparecemos en las iconografías del 25 de Mayo como las vendedoras de empanadas o de velas, con un pañuelo a lunares en la cabeza. No sé de dónde sacaron eso, incluso en los collones cuando van a alquilar un disfraz de candombera y encuentran eso, el pañuelito de lunares. ¿Qué pasa? Apenas unos años después del 9 de julio de 1816, ni siquiera aparecemos, no hay ni siquiera vendedoras de empanadas ni de pastelitos, es decir, se nos borra de manera tajante de la historia nacional. Entonces, es necesario revisar esa historia argentina, una historia argentina que se quiera honesta, más justa y verdadera, debe incluir a los pueblos originarios y a los afrodescendientes que estamos presentes, que no nos movimos, que no desaparecimos, que no nos fuimos al Uruguay porque teníamos frío, que no nos mató la fiebre amarilla, como no nos mata la pandemia actual. No quisiera utilizar la pandemia actual para decir que volvimos a desaparecer. No es así, esto afecta a todos por igual, es el uso político la diferencia. Ahí está la diferencia, en el uso político de estos fenómenos. Estas cosas a veces me agotan porque es increíble cómo todos los días nos vemos sometidos.

Otro mecanismo muy utilizado fue la invisibilidad estadística, quiere decir esto que nos borraron de los censos. Nosotros aparecíamos registrados y registradas en los censos hasta el año 1887. La época de la famosa generación del 80, Mitre, Sarmiento, etc. Un poquito después, con José Ingenieros, llamado el padre de la sociología argentina, diseñaron esta Argentina que se quería genéticamente blanca y culturalmente europea. Esa fue la última vez que aparecimos en

un censo, porque servía a los fines del colonialismo. Era una categoría colonial, se usaban palabras como “moreno”, “zambo”, “de color”, “mulato”, “pardo”, para clasificar a nuestra población. A partir de ese momento y durante todo el siglo XX, en los censos no se incluyó nuestra participación. No es que estemos de acuerdo con esa terminología, la de pardo, zambo o mulato, pero al menos era una manera de saber que estábamos presentes. Se reemplazó todo eso por la palabra trigueño. La identidad, con anterioridad a la gente de mi generación, por ejemplo mis padres, se les ponían señas particulares, color de la piel; mi mamá tiene o figura como trigueña, y mi papá, negro zambo claramente, figura como blanco.

Fíjense cómo este fue otro instrumento para invisibilizar a nuestra población y decir que no había negros en la Argentina. Recién en el censo de 2010 se volvió a introducir a nuestra población. Espero que en el próximo censo de 2022 volvamos a ser incluidos, para demostrar realmente cuántos somos. Pero ¿por qué es importante saber cuántos somos? No es solamente por el número, es la necesidad de saber cuántos somos, dónde estamos, cómo vivimos, si estudiamos, si fuimos a la escuela, si tenemos agua corriente, si tenemos rutas, si tenemos electricidad. A partir de ahí, generar políticas públicas, para desequilibrar todo ese proceso de desequilibrio social, económico, cultural que sufrimos, primero por el tráfico esclavista y después porque no hubo ninguna política dirigida a nuestro colectivo. Fuimos librados a nuestra suerte, después de la abolición de la esclavitud se nos borró de un plumazo. Entonces, el censo serviría para el diseño de políticas públicas dirigidas a nuestro colectivo. Parezco enojada, pero no, estoy contenta de esta iniciativa del manual de ética porque es un instrumento más y muy útil, entre otros, para lograr la verdadera ciudadanía y la inclusión. Gracias por la invitación.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchas gracias, Miriam. Compartimos esa fogosidad y ese apasionamiento, porque las injusticias son tantas que necesitamos de nuestra formación constante, pero también de nuestra pasión y humanización para llevar adelante esta lucha colectiva. Ahora abrimos a preguntas y comentarios en general, por favor.

MARÍA JOSÉ BERNAL CAROL: Hola a todos, soy Majó Bernal, de Satsaid. Represento a los trabajadores de la televisión, en este caso de la Televisión Pública. Estoy muy agradecida por el espacio y por

los invitados de hoy porque fue una charla muy interesante y reflexiva. En este momento, me parece tan necesario seguir trabajando, apostando, pidiendo y militando por la ficción nacional en la pantalla pública. Necesitamos que se hable en nuestro idioma, que se trabaje sobre nosotros, mostrar todas estas realidades que estuvimos hablando, y nadie lo va hacer por nosotros. Sabemos de la existencia de los oprimidos, de los perseguidos, de los negados en los diferentes países y lugares, porque tenemos, aparte de los medios hegemónicos o no hegemónicos, las ficciones. ¿Cuánto hemos aprendido de otras civilizaciones, de otras culturas, a través de las ficciones que nos llegan?

Otra cosa que quería comentar es cuando hablamos de la cuestión de lo que se nombra. Si yo les digo ahora Nahir Galarza todos sabemos de quién estamos hablando y cuando pregunto por el nombre de un femicida, no se van a acordar el de ninguno. Yo no desmerezco ni subestimo el terrible crimen que haya cometido, pero puedo decir que el ensañamiento que hay en los medios para visibilizar y estigmatizar es mucho más grave y marcado que el utilizado para con los criminales varones. De la misma forma, qué terrible es el llamado a la violencia de parte de una determinada exministra o exfuncionaria de algún partido alternativo de la oposición, cuando parece que esa violencia fuera terriblemente más grave porque es convocada por una mujer. No digo que no lo sea, pero digo cuántos hombres convocan a la violencia pero no cargan con esa estigmatización. En fin, quería agradecer por la participación en este espacio. Muchas gracias.

SILVINA ACOSTA: Muchas gracias, Majo. Con respecto a la ficción, recordemos todes lo que fue *Televisión por la identidad* y cómo creció en su momento, pero también cuidémonos desde las campañas públicas y acá debo decir: no hagamos la *cuidadanía*, ¿qué pasa con el *cuidadanos*? ¿Vamos a hacer solamente campaña donde seamos nuevamente las mujeres las que tenemos que cuidar a toda una sociedad? El COVID-19 nos abarca a todes, por eso hagamos también campañas donde todos los géneros y diversidades seamos incluidos, todes, porque si no seguimos reforzando patrones.

También es importante que las historias de la ficción en nuestros medios públicos sean contadas, dirigidas y escritas por mujeres. La perspectiva, cuando se la aborda desde distintos lugares, es diferente y es más inclusiva.

LEILA AIDAR: Hola, soy Leila Aidar, trabajo en el noticiero de la TV Pública. Me llamó a la reflexión lo que dijo Miriam y me pareció muy interesante. No se habla sobre lo que la humanidad toda le hizo a la negritud. Solo lo vemos, aisladamente, en películas, pero en los medios de comunicación no se habla. Ustedes no van a ver un informe hecho sobre esto y yo me pregunto si es que tenemos tanta vergüenza o que en realidad ni siquiera sabemos cómo nombrar, lo que decía Miriam. ¿Cómo se los define? ¿Cómo le hablo a ciudadanos negros sin decirles negros o, como decía Miriam, afrodescendientes? No todos vinieron de África, muchos nacieron en sus países de origen y la única diferencia con otros ciudadanos es su color de piel. ¿Cómo definirlo? ¿Cómo hablar sin discriminar? Me lo pregunto, porque tengo esa duda de saber cuál es la manera correcta de hacerlo y, además, para empezar a hablar del tema. Por otro lado, también veo cómo en los medios a las mujeres se les cae con una violencia terrible, ya sea una periodista, una exministra, funcionaria, etc., y está lleno de hombres que son mucho más brutales. Sin embargo, a la mujer no se le perdona nada.

MIRIAM VICTORIA GOMES LIMA: Gracias, Leila, por traer esto a la palestra. Hace veinte años, en la tercera Conferencia Mundial contra el Racismo, en Durban, Sudáfrica, una conferencia que convocó Nelson Mandela, nosotros adoptamos el término “afrodescendiente”. ¿Qué significa “afrodescendiente”? Somos todos descendientes de africanos que nacimos fuera de África, por diversas razones.

En primer lugar, por el tráfico esclavista entre los siglos XVI y XIX. En segundo lugar, por las migraciones a causa de las crisis en nuestros países de origen, por ejemplo, la migración caboverdiana en la Argentina, que se empezó a verificar a fines del siglo XIX. Nosotros vinimos a la Argentina, yo pertenezco a la comunidad caboverdiana, por las condiciones de hambre, miseria y la colonización portuguesa que sufríamos en las islas de Cabo Verde, como sufrieron en Angola, Mozambique, Guinea Bissau y Santo Tomé Príncipe. Nosotros encontramos en la Argentina un nicho de trabajo en la pesca, en la marina mercante, en la flota fluvial, en la marina de guerra, los astilleros. Un nicho que durante los gobiernos peronistas se extendió y que luego entró en decadencia, por lo tanto nuestra emigración también empezó a decrecer y se dirigió a otras zonas. En último término, están las migraciones de origen africano que se llaman las nuevas migraciones a partir de la década de los noventa del siglo XX. Por las mismas razones, las conse-

cuencias de la esclavitud, el neocolonialismo, los enfrentamientos civiles fogueados por las potencias, la guerra por el petróleo, por el diamante, por el oro de nuestros países, lamentablemente condenados por una riqueza de recursos naturales, que pueden parecer escandalosas.

Nosotros ahora en este momento definimos la palabra “afrodescendiente”. No renegamos de la palabra “negro”, porque mi generación creció con ese concepto, y como negro nos sometieron, como negro nos liberamos. Las generaciones posteriores asumen la cuestión afrodescendiente y así es como queremos que nos llamen, afrodescendientes. En el caso de la Argentina, afroargentinos, afroargentinos, afrochilenos, que existen, afroparaguayos, que existen, afrobolivianos que existen y organizados, incluso en la Argentina. Es así como nos denominamos en este momento. También existe otra denominación que es la de “personas racializadas”. ¿Por qué? Porque la sociedad nos ve como negros, como indios, como chinos, es decir, nos racializan de acuerdo a las viejas categorías del esquema racial del siglo XIX.

En la pirámide, en la cima de la pirámide, está la raza blanca. Por supuesto, siempre entre comillas, la cuestión de las razas. No creemos que las razas existan. Esas categorías son una construcción social y cultural. Sin embargo, muchísimas personas creen que sí existen, por lo tanto el racismo también. Las razas no existen, pero el racismo sí, porque las personas, las estructuras y las instituciones creen en eso y actúan en consecuencia. Esto en nuestra vida cotidiana tiene una marca, una huella. Cuando nos ven, las personas sacan conclusiones, si merezco el trabajo, si merezco educarme, si merezco acceder a una vivienda, si merezco salud, todo tiene que ver con mi aspecto físico.

CYNTHIA OTTAVIANO: Excelente la respuesta de Miriam. En la Argentina está vigente lo que conocemos como la doctrina Campillay, que está mencionada en el documento, que lo que importa también es el contexto, la narración, la construcción narrativa. Es fundamental el uso de la terminología, por supuesto. Miriam nos esclareció el punto, pero, además, de lo que se trata es de no discriminar, porque no vale de nada si yo digo “un afro” pero lo cosifico, lo sexualizo, lo vinculo con la violencia y las vagancias, con migraciones de ultrapobreza. Entonces, se trata también de qué mensaje estamos construyendo, Porque la palabra nos define identitariamente también, la precisión del significante en términos de Saussure y la necesidad de la construcción del mensaje en sí mismo, el significado, son relevantes.

MARÍA DEL CARMEN VERDÚ: Efectivamente, Cynthia, lo que decís es importantísimo y bien lo señalaba Miriam recién. El mismo término, de acuerdo al contexto, está transmitiendo cosas diferentes. Por eso ponía el ejemplo de las detenciones masivas en movilizaciones, tanto en las de fin de diciembre de 2017 como las de 2018, durante el gobierno de Cambiemos. Sistemáticamente, desde la primera línea de gobierno, salía la ministra de Seguridad, el Presidente, el jefe de Gabinete, Pichetto desde la Cámara de Senadores, etcétera, a señalar que “habían detenido 31 personas, 2 chilenos, 2 paraguayos y 1 turco”. Ese era el eje. Y, luego, inmediatamente, agregaban “por eso necesitamos el DNU 70, por eso el Estado argentino tiene que tener la posibilidad de la expulsión inmediata”.

Lo que tuvimos que pelear para que esos compañeros y compañeras no fueran expulsados. En la marcha que conmemoraba el primer mes de la desaparición forzada de Santiago Maldonado, entre las tres decenas de personas detenidas, hubo situaciones graves. A compañeros trabajadores de prensa, colombiana, por ejemplo, le iniciaron proceso de expulsión simultáneamente con la causa penal y, si no hubiésemos logrado demostrar que fueron detenidos y detenidas al voleo, que estaban cumpliendo su labor de cobertura de la movilización y de la represión concomitantes, hubiesen sido inmediatamente expulsados con ese cartelito de extranjeros indeseables.

Por eso es fundamental esto que señalaba Miriam. Yo, por ejemplo, reivindico la negritud y de hecho cuando me dicen María, les digo “no, por favor, decime negra”, porque María me parece muy concheto para mi personalidad bastante poco formal.

ALEJANDRO VERANO: Gracias, María del Carmen. No sé si algún otro compañero o compañera quiere aportar algo antes de ir terminando.

PABLO ANTONINI: Yo quisiera agregar o subrayar algo sobre la base de lo que se está diciendo. Es fundamental discutir, debatir, proponer y que esté planteado cómo queremos que en los medios sea nombrado nuestro pueblo, pero sobre todo que sea nuestro pueblo quien se narre por sí mismo. Vuelvo a traer y relatar la experiencia de la elaboración que hacemos y de medios gestionados por distintos sectores que, muchas veces, generan sus propios medios porque están hartos y hartas de ser estigmatizados en los hegemónicos. En cualquier manual que se elabore tienen que estar claro, y en un lugar protagónico, el entre-

vistado y la entrevistada como protagonistas de la noticia. Además de dar la lucha por cómo queremos que se nos nombre, que la gente se nombre por sí misma sobre todo en los medios públicos. Por ejemplo, cuando se va hacer una cobertura de una manifestación, no puede ser entrevistado solo el automovilista que está enojado porque no puede pasar, sino que tiene que estar el protagonista de esa manifestación, explicando por qué está ahí, y tienen que estar las personas que protagonizan cotidianamente todas las luchas y las circunstancias que atraviesa nuestro pueblo, hablando en primera persona. Esta es la forma más eficaz de dar la disputa también por cómo queremos que se nombre, haciendo y habilitando los espacios para que la gente se nombre a sí misma en primera persona. En el caso de medios comunitarios, esto es parte del ADN y de la propia génesis, porque surgen justamente ante la imposibilidad de tener esta palabra. Esto tiene que aparecer en alguna parte de lo que se elabore. Busquemos a los protagonistas, no hablemos por las personas ni siquiera en el mejor de los sentidos. Muchas veces, los comunicadores hablan “en nombre de” y suena bonito, pero dejemos que hable la gente en primera persona, que aparezcan sus historias, sus maneras de nombrarse. Pongámoslo como premisas. Si yo voy a buscar una historia, tiene que estar ahí la protagonista tomando la palabra. Eso hace también a la función social básica que tiene que cumplir un medio público y lo que ha dado origen a los medios populares y comunitarios también. Simplemente hacer ese subrayado, es importantísimo dar la disputa de cómo queremos que se nombre por parte de comunicadores y comunicadoras, pero tiene que ir de la mano del protagonismo, de esa palabra en primera persona tanto en el medio público como en los comunitarios.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchas gracias por la participación, nos reencontramos el próximo jueves, a las 10.

En la búsqueda de la ética y el ser ético

Mesa debate virtual

Jueves 3 de junio, 10:00 horas

Coordinación: Cynthia Ottaviano

Producción: María Laura Anselmi

Especialistas: Alejandra Rincón, actriz, directora y profesora de teatro, dirigente de la Asociación Argentina de Actores y de la Federación Internacional de Actores Grupo Latinoamérica; Guilherme Canela, licenciado en Relaciones Internacionales por la Universidad de Brasilia, magíster en Ciencias Políticas por la Universidad de San Pablo, referente de la Unesco; Fernando Tebele, fundador integrante del medio comunitario La Retaguardia; y Tamar Hahn, licenciada en Ciencias Políticas, magíster en Periodismo, directora del Centro de Información de ONU para la Argentina y Uruguay.

Palabras clave: ética, producción nacional, ficción, identidad, uso de redes, genocidio, juicios por delitos de lesa humanidad, comunicación comunitaria.

CYNTHIA OTTAVIANO: Hoy tenemos la presencia de colegas de la Argentina y el mundo, desde distintas ciudades en simultáneo, gracias a la virtualidad impuesta por la pandemia. El agradecimiento enorme por esta posibilidad de integrar este espacio de formación y de reflexión en el camino hacia el Código de ética. Empecemos, Alejandra Rincón, por favor.

ALEJANDRA RINCÓN: Muchas gracias y un placer. Agradecer, en primer lugar, por la convocatoria para participar en este espacio que para nosotros es tan importante y que sienta la bases de un antes y un después de todos los aspectos que atraviesan a la construcción de este Código de ética de RTA.

Me gustaría resaltar dos aspectos: el primero, la forma metodológica en su construcción y elaboración, que es inclusiva, participativa,

con todas las voces. El segundo, el piso tan alto y sólido que nos dejó Cynthia, con el contenido que desarrolló a lo largo del documento base. Es un aspecto más que relevante e importante por la seriedad de sus contenidos, el desarrollo y la investigación. De todas formas, es algo a lo que nos tenés acostumbrados y celebramos los que conocemos del trabajo y la trayectoria que llevás adelante a lo largo de tu tarea en otros espacios y acá mismo.

Específicamente, en relación con el contenido del Código, quiero resaltar que tanto en los temas abordados como en el desarrollo de todo el documento base hay aspectos que nos atraviesan a varios actores que integramos este amplio colectivo, con los cuales acordamos y adherimos en su totalidad. Puntualmente, en lo que nos concierne a nosotros, los actores, las actrices, las bailarinas y bailarines, a todo el colectivo nuestro que representamos, dentro de todos los aspectos que atraviesan las relaciones laborales en nuestras convenciones colectivas, creemos importante contemplar algunos temas.

En principio, si partimos de la LSCA, tenemos un déficit que esta ley no contempló como el porcentaje de ficción nacional. La ley establece un porcentaje de producción nacional que no es lo mismo, ya que ese porcentaje se puede cubrir, por ejemplo, con programas *magazine*, de juegos, de entretenimientos, etcétera. Es urgente para nuestro sector sentar un porcentaje de la ficción nacional, establecer un porcentaje dentro de esta producción nacional. Si hablamos de federalismo, necesitamos generar ficciones y producciones locales y regionales, no solo en el hacer y en la participación de sus trabajadores, sino también en el fomento y en propiciar contenidos e historias o relatos lugareños, con lo cual es urgente la capacitación y formación profesional a nivel federal.

Por otra parte, incorporar la temática de los protocolos para los casos de discriminación, abuso y violencia por razones de género en el ámbito laboral. Nuestro sindicato tiene un borrador, que estamos trabajando en el ámbito del Ministerio de Trabajo, con 22 artículos y algunos anexos. En este momento, para nosotros es importante el anexo de las escenas del texto y de violencia, ya que las actrices y los actores somos especialmente vulnerables cuando participamos en escenas que implican desnudez, intimidad, sexo simulado y violencia sexual. Necesitamos ayuda y protección adicional para cuando participamos en estas escenas. Se elaboraron protocolos sobre intimidad, que sientan el consentimiento en el centro de todas las decisiones y

procesos necesarios para la audición, la preparación, el ensayo y la producción de una escena íntima. También apoyan estas directrices, el uso de coordinadores de intimidad para ayudar a crear condiciones de trabajo seguras cuando se requiere intimidad. Existen expertos internacionales con diferentes perspectivas y experiencias en varios países como, por ejemplo, Estados Unidos, Nueva Zelanda, el Reino Unido, Israel, Canadá. Es uno de los ítems para nosotros muy importantes.

Por otra parte, el único trabajo infantil autorizado es artístico, con lo cual urge la participación en este espacio. Por un trabajo articulado que venimos construyendo con las Copreti (Comisiones Provinciales para la Prevención y Erradicación del Trabajo Infantil), consideramos que es urgente la participación de las Copreti con el fin de que desarrollen, informen y se incorpore toda la normativa nacional e internacional existente que atraviesa el trabajo infantil artístico. Por ejemplo, nuestra base fundadora es la normativa internacional del convenio 138 de la OIT.⁸

Por otro lado, dentro de una perspectiva que contemple los derechos humanos podemos hablar de accesibilidad, ya que es fundamental combatir las desigualdades. Por ejemplo, desde el contar más historias en las que intervengan trabajadores del colectivo LGTBIQ+ o contemplar a sectores vulnerados, y acá hago un paréntesis. Cuando digo sectores vulnerados, como habitualmente los llamamos, consideramos que son vulnerados de una u otra forma por los estados. Por ejemplo, trabajando en una experiencia de un proyecto de investigación con bailarines en silla de ruedas me enseñaron a hablar desde una perspectiva de inclusión e integración, como decir “diversidad funcional”, en lugar de decir “discapacidad” o “capacidades diferentes”; decir “oportunidades”, en lugar de decir “ayuda” o “asistencia”.

Para finalizar, es fundamental continuar tomando aspectos planteados en los paneles anteriores, seguir pensando, repensando y preguntándonos constantemente cuáles son las temáticas, a quiénes tenemos que hablarles, sobre los contenidos, cómo hacemos nuestros trabajos y, además, realizar un diagnóstico, así como estadísticas y estudios, permanentemente, de las audiencias. Muchas gracias.

⁸ Se trata del convenio de la Organización Internacional del Trabajo sobre la edad mínima de admisión al empleo. Véase <<https://www.trabajo.gba.gov.ar/documentos/legislacion/copreti/ley%20138.pdf>>.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchísimas gracias. Ahora le cedemos la palabra a Guilherme Canela.

GUILHERME CANELA: Muy buenos días. Es un placer estar en esta conversación, gracias por la invitación. Quizás lo que sea más útil, desde mi perspectiva, es ofrecer grandes lineamientos de cómo actuar desde los organismos internacionales, particularmente la Unesco que es la Agencia de Naciones Unidas para los temas de libertad de expresión.

Como primer elemento, es fundamental en esta discusión tener claro qué esperamos de un código de ética. Muchas veces hay una cierta confusión en repetir en un código de ética lo que son los elementos que ya están presentes en la legislación. Respetar la legislación es el mínimo denominador común, no hace falta decirlo.

Ser ético es ir más allá del mínimo que se espera de todos. Me gusta una definición del maestro Javier Darío Restrepo, el gran estimulador de las discusiones éticas en América Latina que señala que discutir un código de ética es tener un compromiso con las audiencias, en cómo vamos a aumentar la calidad de nuestra producción periodística, es decir, cómo vamos más allá del mínimo que ya hacemos.

Esto no siempre es fácil. El Código de ética es un acuerdo entre ustedes y sus audiencias sobre qué quieren hacer más allá de respetar el mínimo que todos esperamos. Arriesgaría a decir que, para el caso de los medios públicos, tener una expectativa de que esta barra fuera aún más elevada que comparada con los medios privados. Ustedes tendrían que estar poniendo un ejemplo con un nivel de algunos decibeles más altos que lo que se encontraría en un código de ética de un medio privado.

La primera cuestión es cuál es el horizonte que ustedes quieren, o la barra que ustedes quieren ponerse. Esta barra, decisivamente, tiene que ser más allá del mínimo, más allá del legado, porque la ética está más allá y justamente por eso no es tan sencillo. Por ejemplo, no es ilegal que un periodista reciba un pago o una invitación pagada para ir a un determinado crucero y después reporte sobre este nuevo navío maravilloso. No es ilegal que el periodista no mencione que fue pagado para hacer eso, pero sería ético que lo hiciera, que informara a sus audiencias que estaba siendo financiado por esta empresa. Este es el tipo de diferencias que van a tener que estar mirando para cada uno de los elementos que discutan en estos casos de ética.

La segunda cuestión es que un código de ética es un diálogo con las audiencias, por lo tanto debe incluir mecanismos claros sobre cómo la

audiencia puede reaccionar e interactuar con ustedes, cuando se considere que no están respetando el código de ética que se comprometieron a respetar. Esto no es sencillo y va a pasar todo el tiempo, porque hay unas líneas que son grises. Por eso, el Código de ética tiene que tener el eje sobre cuáles son los mecanismos de transparencia y la rendición de cuentas. Me envían muchos códigos que tienen todas las cosas maravillosas que se quieren hacer, pero no tienen mecanismos claros de diálogo con las audiencias, de transparencia y rendición de cuentas. Un código de ética no puede ser un código secreto. A veces las empresas dicen que tienen un código de ética hace diez años pero nadie lo conoce, lo cual no tiene ningún sentido, es un código de ética interno que no existe. Un código de ética es público y las audiencias pueden interactuar con esto, o es otra cosa.

También es fundamental que el Código de ética se conciba como documento vivo, porque las cuestiones cambian todos los días. Hay una evolución, no estamos parados en el tiempo en lo que significan los desafíos éticos. Entonces, es importante un mecanismo para que las nuevas cuestiones sean incorporadas, porque es muy probable que las audiencias puedan poner cuestiones que ustedes ni siquiera pensaron cuando están formulando los contenidos del Código de ética. La idea del Código de ética como un documento vivo es central en este debate.

Uno de los elementos clave de las discusiones, muchas de ellas bien claras y establecidas en el documento que Cynthia compartió, es cómo lidiamos con los conflictos de interés. Uno de los elementos más difíciles de la ética es que tiene que ser un ejercicio permanente y ver si no hay un conflicto de interés en aquello que estamos haciendo. Por ejemplo, si el periodista que trabaja de mañana en el medio A, a la tarde trabaja para la alcaldía B, o cuando el periodista que cubre economía al mismo tiempo tiene intereses en una empresa. Es decir, todas estas cuestiones que en principio no son ilegales, son cuestiones profundamente éticas, y hay decenas de otros conflictos de interés que pueden estar relacionados.

Aquí está el núcleo duro y uno de los elementos más difíciles de establecer, porque tiene que ver con cuáles son las autoprohíbiciones que ustedes van a hacer, es decir, si aparece este tipo de conflicto de interés, el periodista tiene que decir que no va a poder hacer esta nota. En mi experiencia de años trabajando es uno de los elementos más difíciles porque en principio parece que nadie tiene conflicto de interés y cuando escarbamos un milímetro vemos los conflictos de interés.

Finalmente, una cuestión que tiene que ver con esta idea del documento vivo. Los desafíos tecnológicos siempre van a poner nuevas cuestiones éticas. Toda la discusión de inteligencia artificial y periodismo va a traer nuevos desafíos éticos, por eso el documento tiene que dejar la puerta abierta. Hay elementos que van a evolucionar a medida que el propio quehacer periodístico evolucione.

CYNTHIA OTTAVIANO: Esperamos que podamos hacerte algunas preguntas. Se sumó Tamar, podés comenzar.

TAMAR HAHN: Gracias a ustedes por la invitación. En nuestro caso, intentamos a través de la difusión de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible que se convierta en alguna guía también para el trabajo periodístico. No tiene que ver con la parte tan ética, sino más bien con una ética política global para dirigirnos a un público y explicar qué está sucediendo en nuestro mundo para intentar que el periodismo refleje los más grandes desafíos que tenemos y que se haga de una manera sustentable.

También hemos tenido algunas conversaciones con algunos medios gráficos respecto a la sustentabilidad ambiental de sus prácticas. Hoy, en un escenario en que todo es *online*, hay un tema que podríamos conversar como la integración que hay entre el público y el medio periodístico, sobre las cosas que se suben en las redes sociales.

En la actualidad, nosotros tenemos redes sociales activas, todos los medios tienen redes sociales activas, los periodistas de manera individual y personal también tienen sus redes sociales. Ahora, ¿qué es lo que ocurre en ese espacio? ¿Cómo son esos intercambios? ¿Cuáles son los parámetros éticos que deben regir esa presencia *online*? Por ejemplo, Twitter suele ser un medio, bastante contencioso, donde la gente se pelea y discute. Por un lado, está muy bien, pero, por otro, tiene ciertos aspectos éticos que hay que tomar en cuenta.

También comentarles que, desde un lugar interno de Naciones Unidas, el manejo de redes sociales como oficiales de Naciones Unidas tiene una reglamentación ética que establece que cuando subimos algo en una red social, lo estamos subiendo no solo como Tamar Hahn, sino como un oficial de Naciones Unidas, entonces debemos pensar doblemente en el contenido que vamos a postear y tomar en cuenta que somos el reflejo de la organización/institución para la cual trabajamos.

Internamente, hacemos mucho énfasis en que el lenguaje que utilizamos sea inclusivo, no tener ningún tipo de color político en los posteos que hacemos individualmente. Además, en Naciones Unidas, todos los que trabajan son de diferentes países, por eso cuando uno habla de un país o de la situación en su país, siempre conlleva una cierta carga emocional. Tenemos que evitar eso porque ante todo estamos representando una organización en la cual están todos los países del mundo y tener esa sensibilidad es importante.

Estamos muy contentos de que nos hayan convocado, de poder participar de esta iniciativa, de poder estar con ustedes acompañando y aportar desde nuestra experiencia o traer a colación experiencias de otros países que hayan hecho una trayectoria similar. Estoy a disposición y muchas gracias.

CYNTHIA OTTAVIANO: Gracias. Hace uso de la palabra Fernando Tebele.

FERNANDO TEBELE: Nos parece muy saludable la tarea que están haciendo, porque resulta increíble que los medios públicos no tengan código de ética todavía. Agradecerles por llevarlo adelante, escuchando voces diferentes, de actores y actrices sociales.

Nosotros y nosotras queremos proponer tres ejes para su posible incorporación. Por lo que hemos visto sobre algunas cosas que pasaron en las audiencias anteriores, es un tema recurrente el de las fuentes de información. Como nuestra agenda está muy vinculada a derechos humanos, queremos puntualizar algunas situaciones que se dan sobre todo en lo que en periodismo se llama –mal, desde nuestro punto de vista– casos policiales. En ese caso, las fuentes de la prensa tradicional suelen ser, casi sin excepción, las fuentes judiciales y las fuentes policiales. En ningún momento, por ejemplo, se toma en cuenta en un caso de gatillo fácil que la familia de la persona afectada es una fuente.

Lo acabamos de ver en el caso de Chocobar. El rostro de Ivonne, la mamá de Juan Pablo Kukoc, el chico asesinado, solo se conoció el día de la sentencia, a donde fueron algunos medios. Desde los medios comunitarios, en general, acompañamos a las familias, pero sería saludable poner explícitamente que, en las situaciones de lo que habitualmente se llama este abuso policial o violencia social o como se quiera, la fuente de información tiene que ser también la familia. Como medio comunitario podemos elegir, y de hecho lo hacemos, no utilizar las fuentes policiales nunca. Los medios públicos no pueden des-

deñar ninguna fuente, entonces, no es que decimos que tiene que ser solo fuente la familia, sino que las familias de las personas afectadas, cuando el Estado es responsable, tienen que ser una fuente ineludible y tienen que tener espacio.

El segundo eje tiene que ver con alguna tarea específica que estamos realizando en La Retaguardia, que es la de transmitir los juicios por crímenes de lesa humanidad en vivo, y también nos pasa con las coberturas que hacemos en otros formatos como las causas de gatillo fácil. Lo que vemos es que el Estado ha ocasionado esos delitos, el Estado fue actor principal en el genocidio, cometió delitos de lesa humanidad, que se están juzgando tantos años después porque son imprescriptibles. Nos parece una buena opción que en un código de ética se expliciten los hechos en los que el Estado ha sido victimario y responsable de los delitos, y que haya una obligación de los medios públicos de dar espacio y cobertura a esos juicios que se llevan adelante.

Pensando en términos de los juicios, escuchamos mucho la palabra reparación, los juicios mismos en tanto una instancia de reparación para las víctimas. Lo que estamos viendo en los juicios por crímenes de lesa humanidad es que los medios de comunicación y los medios de comunicación del Estado, que eran mucho más que ahora, porque todos los canales de televisión abierta en aquella época eran medios de comunicación estatales, no es que fueron partícipes necesarios, sino cómplices y pata esencial del terrorismo de Estado. Entonces, nos parece que, a modo reparatorio, estaría bien que en un código de ética de la radio y la televisión argentina quede expresado en los casos en los que el Estado fue y es victimario y la situación llega a una instancia judicial, el Estado esté obligado a reparar dando información sobre esos juicios.

El último eje tiene que ver con una suerte de cupo. En todas las últimas luchas que hemos conocido se ha hablado de cupo cuando hay una desigualdad en el acceso a las herramientas, sean cuales fueren. Se habla de cupo trans laboral, del cupo femenino. Desde La Retaguardia queremos proponer que haya un cupo para medios alternativos en los medios públicos. Ayer hicimos una cuenta muy rápida, según la cual una hora semanal implicaría menos que el 1%. Cuando se habla de cupo siempre se habla del 5% y 10%, pero nosotros con el 1% nos conformamos. Hay un montón de temas en la agenda que están solo en los medios comunitarios, alternativos y populares. Nosotros, si bien somos un medio, nos consideramos parte de un movimiento muy amplio. Nos parece que hay que pelear para que los temas de nuestra agenda pasen

a ser tema de agenda de los medios tradicionales, pero también que en un código de ética se pueda establecer un cupo para medios alternativos, de manera tal que garanticemos que esos temas que no aparecen nunca en la agenda de los medios tradicionales, ni aun en los públicos, puedan también ser parte de esa agenda, a través de nosotros y de nosotras. Agradezco enormemente el espacio en nombre de mis compañeros y compañeras de La Retaguardia.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchísimas gracias. Abrimos el micrófono a preguntas y opiniones. Alguien tiene una consulta puntualmente para Guilherme.

NENÉ VIDAL: Me quiero referir a la durabilidad y a la flexibilidad. ¿Se puede pensar en incorporar dentro del pensamiento del Código situaciones nuevas que se van presentando frente a nuevos problemas que salen a la luz en la sociedad?

GUILHERME CANELA: Gracias. Depende mucho de cómo ustedes vayan a organizar el mecanismo de solución de controversias, porque lo que pasa con la existencia de otros códigos de ética en el mundo periodístico es que el código fue originalmente desarrollado por el grupo periodístico A, B o C, más todas las decisiones de la comisión de ética que va a analizar los casos específicos. El hecho de que el código esté vivo es porque es el código más la jurisprudencia, y se genera a partir de las consultas que se hacen en los casos específicos. En algunos países se llama tribunal de ética o comisión de ética. No sé cómo lo están pensando, pero si va haber un mecanismo tal, estas decisiones al final se incorporan a todo el régimen ético que ustedes están creando, de lo cual el código es uno de los elementos, pero hay otros que se suman a este entorno.

Otras empresas periodísticas que no tienen este encuadre, sí tienen el código, pero la decisión final es del *publisher* o del director y no de una comisión, lo que hacen es tener el código versión 1.0, 2.0, etc., y dentro de tres años se revisa y se añaden cosas y arman una nueva versión.

Entonces, depende de cuál es el mecanismo que ustedes van a crear para resolver las cuestiones que van a aparecer. Esta es la única certeza que tenemos cuando se pone un código de ética sobre la mesa, porque la resolución de los temas éticos, aunque pensemos todas las posibilidades para ponerlas en el código, nunca van a dar cuenta de la realidad de fondo y los casos muy específicos que aparecen.

FERNANDO COSTA: Recién escuchaba a los integrantes de La Retaguardia que pedían una inclusión del 1% dentro de una programación en el medio público. Los que trabajamos operativamente todos los días, si tuviéramos que incorporar a cada uno de los participantes, no nos dan las 24 horas. Entonces, podría gestarse una especie de transmisión especial que sirva de agenda, para poder ver cuáles son todas las opciones y rubros que tienen que ver con distintos intereses. Es decir, que se dé conocimiento de la existencia de estos medios.

Porque de otra manera no nos alcanzaría las 24 horas ni en Radio Nacional, ni en la Televisión Pública. Lo que estamos buscando dentro del Código de ética es aceptar todas las propuestas, saber dónde podemos recurrir.

CYNTHIA OTTAVIANO: ¿Se trata de considerar como fuente a los medios comunitarios, alternativos y populares? ¿O la propuesta de La Retaguardia es, por ejemplo, una hora en la programación para plantear contenidos y perspectivas? ¿Querés ampliar, Fernando, por favor?

FERNANDO TEBELE: Sí, gracias, Cynthia, por si no se entendió bien la propuesta. Nosotros proponemos un espacio que pueda actuar como coordinador de medios comunitarios alternativos y populares. Nosotros formamos parte del Sindicato de Prensa de Buenos Aires, podría ser de alguna manera el Sipreba, o si nosotros conseguimos un espacio, que desde los medios comunitarios, alternativos y populares podamos utilizar, no va a ser para mostrar nota de nosotros, sino para mostrar las historias que contamos en nuestros medios, pero que no aparecen en los medios tradicionales.

Entonces, la idea de pedir un cupo tiene que ver con eso. Fuente ya somos, a veces nos citan y otras veces no, pero los medios comunitarios, alternativos y populares hace bastante tiempo que somos fuente de información de los compañeros y compañeras periodistas que están en los medios tradicionales. La propuesta es una hora de espacio que podamos compartir entre los medios comunitarios, alternativos y populares, con el compromiso de ampliar la agenda, pero que no sea un espacio que se pueda conseguir con una gestión amigable, por eso proponemos que esté en el Código de ética.

MARÍA JOSÉ BERNAL CAROL: Hola a todos. Quiero volver a remarcar la importancia, el espacio y la valoración que nosotros le damos a la fic-

ción propia, en nuestro idioma, en nuestra pantalla. Somos militantes desde el Satsaid del trabajo nacional de nuestros actores, actrices, intérpretes y escritores, porque todo lo que mueve y potencia la industria y la ficción, no solamente su trabajo genuino e importante, sino que es creación de cultura. Me parece muy importante la posibilidad de generar, desde la Televisión Pública, la transmisión, la replicación, el resumen, la notificación de las audiencias y los juicios de lesa humanidad que se están llevando adelante. Así como tenemos y cumplimos con la obligación de dar un espacio a la pluralidad de voces, por motivos religiosos, étnicos, etc., tenemos que encontrar la forma de articular, dentro de la pantalla, que estos eventos tengan presencia y actualidad. Necesitamos un espacio en la TV Pública para mostrar que estos juicios siguen, en el contexto que se pueda dar. Busquémosle la forma, para eso estamos.

FERNANDO TEBELE: Yo puedo tomar lo que decía la compañera de Satsaid. Justamente cuando nos enviaron la invitación pensamos mucho en que esto, era casi lo principal que veníamos a decir, porque estamos transmitiendo seis juicios actualmente. También estamos pidiendo autorizaciones a más juicios y formando equipos para incluso hacer dos transmisiones al mismo tiempo, por los diferentes canales de YouTube.

Pero también nos preguntamos si era este el espacio para proponer que la TV Pública tuviera un espacio específico sobre los juicios, sobre todo porque las imágenes ya están generadas, las estamos generando nosotros. En la etapa de testimoniales del juicio a las juntas eran sin volumen, no sé si recuerdan, se podía pasar un minuto y sin volumen. Todo un símbolo. No se podían escuchar esos testimonios.

Hoy sí los podemos ver y escuchar. Nos parece que la TV Pública debería tener un espacio que condense, no ningún juicio particular, sino que pueda mostrar lo que está pasando en todo el país. Lo que proponemos es que esté reflejado en el Código de ética porque dentro de cuatro o cinco años quizás haya una gestión diferente que pueda pensar que no es saludable mostrar los juicios por crímenes de lesa humanidad. Por eso, proponemos que en el Código de ética quede escrito que los delitos en los que el Estado haya sido partícipe en las causas por crimen de lesa humanidad, pero también las causas de violencia institucional que sean a modo reparatorio, tenga la obligación de mostrar lo que está sucediendo allí.

CYNTHIA OTTAVIANO: Coincido plenamente, por supuesto, los delitos de lesa humanidad siempre deben formar parte de la agenda, también la violencia institucional. Leo lo que posteó Oscar Nunzio en el chat:

Mi función es esencialmente técnica, no tengo injerencia en la ética de los contenidos periodísticos, pero sí en cuanto a las acciones de la ética pública en el marco de mi trabajo. Una consulta, ¿el código de ética siempre se relaciona con los contenidos al público o involucra a las acciones de los funcionarios y trabajadores en sus funciones públicas?

Bueno, tal como dijo Guilherme, los códigos de ética son acuerdos, pactos sociales comunicacionales de trabajadores con las audiencias. Ocurre que en las acciones de funcionarios y funcionarias, de trabajadores y trabajadoras en sus funciones específicas, en el ámbito de incumbencia de lo que hacemos en la pantalla, trae conflictos de intereses éticos. Para que quede claro, este es un código de ética periodística y se propuso un código de ética de la gestión, como tiene la RAI. Pero estamos trabajando, específicamente, el Código de ética como acuerdo de trabajadores y trabajadoras con las audiencias para mejorar la calidad de la Televisión Pública.

GUSTAVO CARNEVALE: Deberíamos participar en la elaboración de contenidos artísticos en la Televisión Pública, aunque sea en un porcentaje que permita visualizar las cuestiones que venimos hablando en estos encuentros, es fundamental la participación en los contenidos.

FERNANDO COSTA: Como representante del Sindicato de la Sociedad de Locutores, todos tenemos convenios colectivos. Lo que dijimos en la primera reunión, el respeto por las incumbencias profesionales es fundamental para una convivencia sana, sobre todo en la construcción de lo que tengamos que realizar en la televisión o en la radio. En este caso específico de la televisión, el respeto por las incumbencias profesionales nos incluye a todos, es decir, nosotros trabajamos por la intersindical y vamos respetando las incumbencias de cada uno, somos profesionales distintos.

CYNTHIA OTTAVIANO: Claro, lo que nos decía Guilherme. La legislación vigente, la normativa vigente, los convenios colectivos de trabajo vigentes, la ley de ética pública vigente, están, existen. Acá de lo que

estamos hablando es de la praxis y de un compromiso superior, porque es una obviedad que tenemos que cumplir la ley. Ocurre que en la Argentina hay tanto incumplimiento que hay que remarcar que hay que cumplir la ley. Esto revitaliza el debate, va nutriendo todos los días nuestras decisiones. Ya no nos miramos ni miramos la realidad igual que en aquel primer encuentro que tuvimos hace un mes y medio. Solo por el hecho de juntarnos y escuchar a otras personas, ya tenemos anteojos de género, por ejemplo, de interculturalidad, nos falta todavía de cosmovisión, nos falta de pueblos originarios, faltan varias cosas todavía, pero cuando menos ya vamos incorporando algunas miradas distintas. Nos damos la oportunidad de pensarnos desde nuestras identidades, desde nuestras necesidades, para nuestra televisión, sin hacer el *copy paste* de otros códigos de ética.

ALEJANDRA RINCÓN: Quería agregar algo a lo que hablaba Gustavo Carnevale respecto de la ficción nacional. Acuerdo con todo lo que dice y teniendo en cuenta que la ficción se puede empezar a ver desde una perspectiva de industria, porque no solo genera fuentes de trabajo en los guionistas, en los que contamos las historias, sino también en los técnicos, en todo el colectivo de trabajadores que integramos. Y abre otras puertas para el turismo. Por ejemplo, cuando se utiliza el *catering* hay sector de trabajadores, pero se abren miles de puestos de trabajo si se lo ve desde una perspectiva de la industria. También acuerdo en que nosotros somos faro en la construcción de identidad, a partir de la legislación que tenemos y nos pasa. Me parece importantísima la participación de los sindicatos en estos espacios, porque si esto va a ser un acuerdo entre los trabajadores y las audiencias, las voces de los trabajadores son las organizaciones sindicales.

CYNTHIA OTTAVIANO: Gracias, Alejandra. Cierro con un comentario de Gustavo Carnevale en el chat: “La pantalla pública debe estar invadida de ficción nacional en nuestro idioma, que puede ser utilizada para transmitir todas las cuestiones que venimos desarrollando. ¡Qué lindo desafío tenemos por delante!”. Toma la palabra Christian.

CHRISTIAN TENREYRO: Buen día. Soy jefe de operaciones y tuve el orgullo de ser seleccionado en el 2010, cuando el canal decidió transmitir el juicio contra Bussi y Menéndez desde Tucumán. Mandaron un móvil y hay algo que no se ve, que es muy interesante. El agradecimiento de

la gente del lugar cuando uno llega a transmitir algo muy importante para todo el pueblo. La verdad es que fue una experiencia maravillosa y enriquecedora, pero no solo en el hacer, sino por la actitud del pueblo para con un móvil de Buenos Aires, que venía a cubrir algo local. La gente abría el móvil y nos agradecía a los trabajadores.

CYNTHIA OTTAVIANO: Y es hermoso, sobre todo la Televisión Pública que ha sido tan castigada, por sus autoridades incluso, y la necesidad de constituirse como referente en temas esenciales, que un pueblo se acerque a agradecerle a trabajadores de la Televisión Pública, realmente quisiera que eso ocurriera todos los días. Muchas gracias por todo, nos vemos el próximo jueves, a las 10.

Hacia una tarea formativa, educativa y despatriarcal

Mesa debate virtual

Jueves 10 de junio de 2021, 10:00 horas

Coordinación: Cynthia Ottaviano

Producción: María Laura Anselmi

Especialistas: Estela Díaz, ministra de las Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual de la provincia de Buenos Aires; Guillermo Tello, coordinador general de la Multisectorial por el Trabajo, la Ficción y la Industria Audiovisual Nacional; Marcelo Camaño, guionista; y Marisa Graham, defensora de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes de la Nación.

Palabras clave: comunicación pública, responsabilidad institucional, mujeres, diversidad sexual, violencia simbólica, descolonización, despatriarcalización, ficción e industria nacional, niñez y adolescencia.

CYNTHIA OTTAVIANO: Buenos días. Como saben, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual mandata al directorio de RTA para promover un código de ética. Somos conscientes de que el Código de ética no se escribe desde el poder, sino desde las bases empoderadas, y es por eso que decidimos realizar distintas reuniones, acordadas con referentes de los sindicatos de la Televisión Pública, en el marco de los 70 años de su creación. En el marco de esa celebración, nos preguntamos cómo es posible que después de 70 años de historia no exista ningún código de ética en la televisión de la Argentina. Consensuamos hacer mesas de debate, los jueves a las 10 horas, comenzamos en mayo, así que esta es nuestra sexta mesa de debate. Participan especialistas de distintas áreas, tienen siete minutos de exposición, y luego hacemos un intercambio con trabajadores que se van sumando a lo largo del espacio que nos damos, sobre lineamientos, orientaciones o reflexiones que nos permitan después la construcción colectiva. Durante dos meses, vamos a estar haciendo este proceso y después tendremos reuniones internas, intentando ya plasmar en el papel el Código de ética. Lo

pensamos dinámico y elástico, nos han orientado para que sea revisado de manera constante y permanente, y para que tenga también una forma de aplicación. Veremos qué resultado tiene este compromiso entre trabajadores y las audiencias. A partir de ahora, 10:04, vamos a empezar como dijimos con Estela Díaz, luego Guillermo Tello y Marisa Graham.

ESTELA DÍAZ: Muchísimas gracias, Cynthia, a todas y a todos por este encuentro. Quiero felicitarte por la iniciativa de poner en debate un código de ética a 70 años. Ya es hora, ya hay una mayoría de edad para poner en discusión algo tan importante. Además, en el contexto en el que nos encontramos, tenemos una fuerte interpelación en torno a este tema, donde estamos viendo una degradación de la comunicación pública. Escuchaba algo así, que decía Cynthia, toda la comunicación es pública si lo pensamos desde la perspectiva de un derecho social y del derecho a la comunicación, puede haberla de gestión privada o de gestión pública o gestión comunitaria, pero ahí hay una responsabilidad con la sociedad.

Estamos viviendo momentos muy desoladores, con lo que está ocurriendo respecto a cómo se comunica en un contexto de pandemia. Parece que es ineludible pensarlo, porque hay algunas formas de la comunicación que están apuntando directamente contra la vida y la salud de las personas. Entonces, esto es gravísimo. Si a esto le ponemos la base de otros aspectos, que en particular a nosotras nos ocupan como responsabilidad política institucional, como la igualdad, la no discriminación y la erradicación de las violencias por razones de género, tenemos una interpelación histórica a pensar qué pasa en los medios de comunicación y estos principios éticos, políticos, enfoques respecto a un proyecto de sociedad que es desde donde nos queremos pensar.

En ese sentido, estuve leyendo el trabajo que Cynthia presentó, completísimo, muy interesante toda la comparación y los avances que tienen nuestros países hermanos del sur respecto a códigos de ética. Además, esto también habla del atraso y la deuda que tenemos en la Argentina. A pesar de que nos creamos muchas veces superiores a otros países latinoamericanos, eso nos demuestra retrasos como los podemos encontrar en otros aspectos, incluso constitucionales, de la Argentina. Hay algunos debates que algún día se podrán dar hasta en esos planos porque la rémora de la última reforma constitucional que tenemos es, justamente, el contexto del neoliberalismo que nos dejó

muchos temas pendientes. En este sentido, el documento de base del debate que Cynthia presentó rescata muchos aspectos, pero me voy a referir especialmente a dos, que son los que tienen que ver con lo que decía nuestro marco normativo legal: el de la violencia simbólica y la violencia mediática.

Me parece muy importante recuperar estas definiciones, especialmente las de la violencia simbólica, porque marcan cómo incurrimos bastante sistemáticamente en la vulneración de nuestro marco de derechos, de nuestras leyes vigentes. La violencia simbólica, brevemente, hace referencia a patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos que transmitan/reproduzcan dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad. Ahí es importante ver y revisar. Es interesante cómo Pierre Bourdieu, al analizar la dominación masculina, la señala como la base de la desigualdad, y el patrón patriarcal de relaciones sociales tiene la violencia simbólica que se expresa tanto en el lenguaje, en las representaciones culturales, en la identidad y en los cuerpos sexuados; esta dominación, visible o invisible —muchas veces justamente porque es invisible—, legitima prácticas inscriptas en relaciones de poder desiguales, histórica y culturalmente establecidas entre hombres y mujeres. Pero yo diría que no solo eso, hay una relación de dominación cuando pensamos en las prácticas culturales que están muy marcadas en razón de clases, etnia, raza y género, que es estructural del sistema de dominación en los países coloniales y procesos de descolonización aún pendientes, como los nuestros. Descolonización y despatriarcalización deberían ser patrones que alienten en los procesos de una comunicación inclusiva y esto, indudablemente, debe ser parte de un código de ética.

La diversidad cultural es otra enorme demanda y me parece que los medios y la comunicación pública tienen una gran responsabilidad. Es muy claro cuáles son los cuerpos que están y los que no en nuestros medios. Nosotros parecemos, perdonen pero lo voy a tener que decir, “solo venidos de los barcos”, cuando en nuestra realidad cultural es policultural. Tenemos muchas etnias, muchos colores, somos mucho más morochos que rubios, somos mucho más gordos que flacos, somos mucho más mujeres y diversas que lo que aparece en los medios, somos grandes y esto no está en los medios de comunicación. Esto hace a una ética de la comunicación, porque se excluye, se invisibiliza, se estetiza, se estiliza y se hacen discriminaciones sociales, étnico-raciales y de

género, además de otras, es decir, juega un fuerte papel el aspecto físico. Como base de discriminación es una profunda violencia simbólica, nuestros marcos normativos los establecen así. En ese sentido, me parece que, tal cual se señala en ese listado programático que plantea el documento que ustedes tienen y sobre lo que están discutiendo, es fundamental informar y trabajar desde la comunicación con responsabilidad, con datos de los hechos, respetar los marcos jurídicos, dimensionar las desigualdades, contextualizar y evitar tratamientos impares cuando hablamos de violencia por razones de géneros, morbosos, espectacularizantes, revictimizantes.

También, otro aspecto fundamental es la utilización del lenguaje. El lenguaje debe ser inclusivo de nuestra diversidad y no solo lo menciona, es una reducción pensar que hablar del lenguaje inclusivo es poner una *e*. El lenguaje inclusivo nos plantea cómo reconocemos la exclusión, ahí está marcada, en el lenguaje que se utilice.

Los derechos humanos son el paradigma de nuestra comunicación y nuestra ética en la comunicación es fundamental. La perspectiva de género es un contenido transversal para nosotras y cuando planteamos la transversalización, lo hacemos en dos aspectos, y es bueno tenerlo en cuenta para el Código de ética.

La división social y sexual que está en la base de las discriminaciones ocurre también en la organización de nuestro trabajo y no solamente en lo que hacemos, decimos y cómo comunicamos, qué productos culturales elaboramos y presentamos. También ocurre en cómo nos organizamos, cómo nos distribuimos las tareas, cómo aparece la palabra en la distribución de las tareas, cómo se toman las decisiones, cómo están representados los varones, las mujeres y la diversidad sexual u otras identidades en la organización del trabajo, es parte de incluir la transversalización de género en la institucionalidad y en la organización institucional; y en lo sustantivo que es los productos de comunicación que hacemos como en este caso ustedes, como medio de comunicación.

La Ley Micaela⁹ de formación en género y en contra de las violencias hacia las mujeres es una ley que obliga al conjunto del Estado en todos sus poderes a generar esta formación en pos de la igualdad y en contra

⁹ Ley 27.499, de capacitación obligatoria en la temática de género y violencia contra las mujeres. Véase <<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anejos/315000-319999/318666/norma.htm>>.

de las discriminaciones. Me parece que es central que sea una ley que incorporamos, porque se entiende como un proceso continuo de formación, no como un cursito, sino como un proceso de formación y revisión de nuestras propias prácticas ético-institucionales, políticas, comunicacionales.

CYNTHIA OTTAVIANO: Excelente, te agradecemos muchísimo. Venimos dando cumplimiento a la Ley Micaela, el año pasado comenzamos en la Radio Pública, este año en la Televisión Pública, en la búsqueda de la despatriarcalización. Guillermo Tello, músico, docente, director, productor audiovisual y coordinador general de la multisectorial, gran compañero voy a agregar.

GUILLERMO TELLO: Muchas gracias, Cynthia. Agradezco no solo la invitación, sino también la iniciativa del impulso del Directorio de RTA y especialmente tuyo, para asumir la responsabilidad de crear un código de ética en los medios públicos y en todo el ámbito en realidad. Debo decir que la Multisectorial por el Trabajo, la Ficción y la Industria Nacional Audiovisual es un espacio de representación institucional de amplia representatividad y de gran carácter propositivo. Confluyen en este espacio todos los sindicatos del sector audiovisual, las entidades de gestión de derechos intelectuales, las asociaciones profesionales del sector, las cámaras de producción y distribución de contenidos audiovisuales y hace muy poquito se sumó el Consejo Federal de la Televisión Pública. Digo esto porque en mi rol de coordinador general es como quiero expresar estas palabras y no como profesional académico, el lugar donde muchas veces también se me conoce. Espero se comprenda mis palabras desde este punto de vista, con la mayor amplitud de pensamiento posible, sabiendo que el recorte que pienso en este espacio puede aportar a la ética del trabajo en la ficción y en la industria nacional.

Tomando el borrador que plantearon como tema, y coincido con la ministra Estela Díaz, creo que es una base muy importante para empezar a debatir y generar un código de ética, por eso tomé solamente algunos puntos en los que creemos que nosotros desde la Multisectorial podemos hacer un aporte.

Cuando uno se pregunta cuáles son los valores esenciales de quienes trabajan en los medios, creemos que deben contemplarse nuevas valoraciones del entorno laboral, de la construcción de un trato cordial,

de respeto mutuo, de consideración por el rol de la tarea y de la profesión que ejerce en la cadena productiva de un medio, algo que escapa muchas veces a los convenios colectivos de trabajo, pero que sabemos bien que ocurre durante todo el tiempo laboral. Hasta este momento, creemos que no se han colocado en estos otros ámbitos y que este es el lugar indicado para poder pensarlo desde ahí. Es una buena oportunidad para que este Código de ética también contenga estándares éticos para el ámbito laboral, para las funciones de responsabilidad en la conducción de las tareas, como bien planteaba recién la ministra Estela Díaz, y que fuera posible también adecuar las cuestiones edilicias. Uno, que ha trabajado en varios canales, conoce bien los pasillos. Creo que un código de ética también requiere de la adecuación edilicia para que pueda asistir al cumplimiento de muchas de las necesidades. Desde concretar los roles del desarrollo, la creación del vestuario para que esa persona que se acaba de contemplar en el ámbito de la tarea que no existía, como por ejemplo el personal de carpintería que hace muy poco se ha sumado a ese lugar, siendo mujer, porque no va a poder existir cumplimiento de un código si no existen las herramientas prácticas para desarrollo.

Pensando en qué principios pueden considerarse fundamentales para desarrollar un código ético, me parece imposible disociar la ética de la estética, o peor, la estética de la ética. Porque un código de ética no puede considerar solo la tarea periodística como informativa sino también formativa, educativa, constructora de sentido social, cultural y, por ello, también constructora de ética.

Cuando Foucault escribió su obra *Estética, ética y hermenéutica* no abandonó la cuestión de poder en la estética. Me parece que ahí la cuestión de estética, y muchas veces esteticista, expresa más lo que informa y recorta el contenido antes que la audiencia retenga lo narrado en palabras, por lo que la construcción ética de la estética en este Código y de manera constante debe ser revisada con criterios éticos, en pos de la construcción de derechos de nuestra sociedad, ya algunos alcanzados pero que todavía nos falta mucho.

¿Cómo se construye lo que se ve en la televisión? ¿Cuáles son los procedimientos para la producción de estos contenidos audiovisuales? Eso también me preocupa como código de ética. Cuando pensamos desde qué base se puede promover un código de ética, no puedo dejar de pensar también cuál es la base que establece la construcción de los contenidos audiovisuales dentro de RTA o dentro de cualquier medio,

cuáles son los protocolos establecidos para la coproducción, producción, producción de contenidos, establecimiento de contenido, cuáles son los protocolos y los procedimientos para adquirir desarrollar y fundamentar esos contenidos. Creo que ese punto también debe ser un punto trascendente en este Código de ética.

No me voy a referir a la identidad de género porque otras colegas y compañeras de la Multisectorial que trabajan en la comisión de género de este espacio ya han expresado sus palabras y la problemática de género, con la cual todos nos sentimos muy identificados porque vienen trabajando fuertemente. La mirada que, sin duda, expresa este espacio también se puede ver en nuestros congresos nacionales. Hace cuatro años que venimos haciendo congresos, donde hay varias mesas que están dedicadas a este tema, que sería muy bueno revisar y también los invito aquí al próximo que será seguramente en septiembre.

¿Cómo considerar el plagio? Iría un poquito más atrás, el plagio tal vez sería el ilícito del no cumplimiento de la propiedad intelectual. En este punto, entiendo que deberíamos cumplir y respetar la totalidad de la propiedad intelectual, incluso aquellos contenidos que muchas veces son tomados como decorativos, rellenos, notas de color, utilización de fondo sonoro, fondo de imágenes, cambios de bloque, o simples menciones recordatorias a las artes mismas. Muchas veces no son rotulados ni debidamente citados los autores, autoras, compositores, compositoras, intérpretes. Sucede una variedad enorme de artes dentro del contenido que se expresa informativamente o no informativamente. Esto no solo afecta a la moral de la propiedad intelectual, sino también al sustento de las creadoras y los creadores, las obras que suelen ser tomadas como no identificadas, no van de forma directa a las cajas que reparten los creadores. Acotación aparte, también habría que revisar la equidad de autoras, intérpretes, compositoras de las obras que se difunden dentro de los contenidos audiovisuales. No hablo solo de la música, sino también de poetas, guionistas, otras.

Si bien los medios públicos son los que vienen obteniendo el porcentaje más alto de contenidos con obras creadas por mujeres, las últimas estadísticas de las entidades de gestión de autores siguen dando cuenta de un porcentaje por debajo del 25%, en muchos casos por debajo del 16%. Es importante establecer un protocolo de títulos, como lo tienen televisoras de Italia o Francia. Sería de gran aporte para conservar el derecho de los creadores y también de los trabajadores, porque la exposición pública del reconocimiento a su trabajo se ve reflejado en

esos títulos. A veces se prima la comercialización y se pierde el tiempo de ese título, se acelera o se disminuye.

Es importante valorar los créditos que permiten a los trabajadores, entre otras cosas, un potencial crecimiento en la profesión que ejercen. En este lugar me voy a quedar por una cuestión de tiempo, pero si volcáramos el trabajo que la Multisectorial viene haciendo en la mayoría de estos temas, no nos alcanzaría el foro, por suerte, porque son 18 entidades que la integran y el debate se ha profundizado fuertemente en estos últimos años. Así que, estos pequeños puntos son los que me gustaría poner sobre la mesa y aportar a la construcción de este Código, que bienvenido sea y será valorado por todo el sector cuando se ponga en vigencia.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchas gracias, Guillermo. Te cuento que se sumó la doctora Analía Ostojich, que es auditora de nuestro Directorio, que está trabajando en los procedimientos y protocolos para coproducción. Fue un impulso de la nueva integración del Directorio porque consideramos que es fundamental lo que acabas de decir. Tiene un carácter administrativo, vos le aportas un punto de vista ético, venimos en ese camino y ojalá podamos estar a la altura de las circunstancias de todo lo que falta, que realmente creo que es mucho. Marcelo Camaño es autor de novelas como *Vidas robadas*, de ciclos que realmente nos han mostrado mucho en la Radio Pública como *Secretos argentinos* y, además, coordina la carrera de guion del ISER. Te cedo la palabra, Marcelo.

MARCELO CAMAÑO: Gracias, Cynthia. Gracias a todos los compañeros por invitarme. Me encanta poder compartir algunos conceptos con ustedes. Me da mucha tranquilidad esto de la presencia de la Multisectorial, porque es un lugar que para nosotros está siendo un faro desde siempre, acordamos con el representante de la sociedad que nos corresponda o con amigos de otra, o con algún compañero de uno de los gremios.

Recordaba cuando fue la discusión por la ley de medios hace unos años, los autores de televisión levantábamos nuestra bandera de buscar la famosa soberanía comunicacional en la ficción, porque había una cantidad de temas que nos interesaba contar, a lo largo y a lo ancho del país, que no estaban representados en la televisión, en la línea más comercial. Había toda otra zona de explotación que tenía que ver con los medios públicos o comunitarios, para hablar de aquello que queríamos

hablar, que interpretábamos que estaba dando vueltas por la sociedad y que no tenía lugar en los medios privados. Ojalá volviéramos a aquella discusión, porque lo que nos está pasando hoy es que no tenemos laburo. Entonces, cuando bajamos a las bases, a nuestros compañeros, a nuestros colegas, a toda la gran cantidad de pibes que empiezan a aparecer, cómo recomendarlos, cómo empezar sus primeros pasos, en qué lugares. Por eso estaría bueno volver a aquella discusión, porque la de hoy es mucho más pedestre. Es decir, no tenemos laburo. ¿Qué pasó? También, más allá de lo que todos sabemos, aquellos que tuvimos más visibilidad tenemos otra opción que es la famosa plataforma internacional que desvela a todos nuestros productores, pero no pasa por ahí. O sea, el famoso derrame, diría gente un poquito despreciable para mi gusto, no pasa por esa zona, sino por cómo volvemos a gestionar, a pedir los lugares, a buscarle la vuelta, porque desde nuestro sector se comprende que los valores de producción han aumentado, que las cosas se han encarecido y que los productores no tienen los mismos recursos que antes. ¿Cómo ayudamos nosotros? ¿Qué aportes podemos dar? Cuando planteamos este tipo de situación sufrimos nosotros mismos la parte de la violencia simbólica, como decía Estela, porque muchos de ellos creen que lo que nosotros estamos tratando de hacer es meternos en su negocio y lo que estamos tratando es que ellos sigan haciendo los negocios que quieren, que el Estado maneje mejor esa herramienta para el sector, que los comunitarios también tengan un poco más de amplitud para poder incorporar a este tipo de trabajadores. Ahí se nos empieza a armar una bola extraña.

Creo que desde el guion o desde lo que debería ser el guion, somos los que arrancamos este proceso de trabajo. Aunque eso no significa que seamos los dueños permanentes de las historias, pero nos está pasando que, como ocurría cuando discutíamos la ley de comunicación audiovisual años atrás, nos vulneran los derechos. Entonces, cuando nosotros tenemos una masa de creativos que le pasan estas cosas, es muy difícil llevarlos a los otros temas. Tenemos que recurrir, por supuesto, a la propia capacidad simbólica del grupo o del sector para tratar de superar estos escollos y empezar a pensar estas temáticas, y por suerte eso se está concentrando más o se está encontrando más a favor en las nuevas generaciones. Por eso citaba a los pibes de las distintas carreras tanto en guion como en producción o dirección. Ahí, ya no hay que discutir algunos temas de la violencia simbólica, ellos ya lo tienen completamente incorporado a favor, para el lado del bien. Entonces digo, ahí ya encon-

tramos temas que tienen que ver con el empoderamiento femenino, temas que tienen que ver con la erradicación de las violencias, el lenguaje inclusivo, la construcción de las *fake news*, que los jóvenes se van dando cuenta de los mecanismos para construirla o deconstruirla. También son muy buenos representantes del proceso histórico que están viviendo.

Yendo un poco a lo que planteaba Tello con respecto al plagio, para nosotros es absolutamente común. Estamos a merced de que todo lo que nosotros generamos a pesar de estar registrado, a pesar de que tenga un número de propiedad intelectual o de que tengamos un grupo de compañeros atrás ayudándonos o colaborando, no es respetado. Es decir, tenemos una falla de origen en la ley de propiedad intelectual que nos complica un poco. Yo creo que no es una ley que hay que tocar ni hay que meterle mano, porque cuando empezamos con esos problemas ya sabemos las consecuencias que puede traer, pero hay una zona en la que estamos muy desvalidos. Entonces, seguimos siendo los más desvalidos dentro de la cadena de valores de producción y tenemos que trabajar todavía esa zona, para que lo simbólico deje de ser simbólico y para tener algunos objetivos. Esto se ha hecho siempre en algunas asociaciones de autores y con algunos de nuestros compañeros de nuestra sociedad de gestión que es Argentores. No le estamos encontrando la vuelta, hay algo que está parado ahí o que está complicado. Tal vez sean las personas, quizás algunos tenemos que correrlos y volver a empezar, a veces ocurren estas situaciones. Me parece importante dejar en claro que nosotros tenemos conciencia de que, así como el lenguaje es ideología, el contenido también es ideología, y ahí toda la situación estereotipada de lo que estamos acostumbrados a ver está mucho más trabajada, es decir, vamos a encontrar un montón de proyectos dando vueltas que tienen que ver con estos temas que cité antes y que no es novedad para nosotros. Sí es novedad cómo traducirlos para que lleguen al gran público, para que el público pueda acceder a este material. Hay unos ejemplos que hemos encontrado en la producción inglesa, es lo que ellos llaman la “cuota negro” y la “cuota hindú”. ¿Qué significa esto? Para aquellos grandes públicos que tienen en Inglaterra toda la población negra y de inmigrante hindúes, tener esos representantes dentro de la ficción. Lo mismo que pasó con las diferentes identidades sexuales, eso un poco está más claro en nosotros. Pero no está claro, por ejemplo, si nosotros ponemos un personaje que tenga un origen de pueblo originario, vamos a tener el productor a cargo que nos va a pedir que lo saquemos, como nos va a pedir también que saquemos a ciudadanos paraguayos,

bolivianos, brasileños o chilenos. Es muy difícil penetrar en esas ideas, se arman discusiones que dejan en claro lo ideológico y terminan con la buena voluntad de ambas partes de no seguir discutiendo, sino de encontrar un punto de acuerdo. Lo mismo pasa con algunas situaciones como el derecho al parto, que hemos encontrado en algunas ficciones que se planteaba, el derecho al parto, tampoco podían encontrar su lugar porque había una mirada muy europeizante, por seguir el chiste que hizo Estela, había una mirada demasiado cerrada.

Entonces, si nosotros tenemos que hacer una evaluación de lo que nos está pasando, seguimos siendo vulnerados en nuestros derechos, no nos resulta fácil llegar con las temáticas, con nuestra interpelación. Nosotros tenemos que contar este momento, estamos entre la línea de lo periodístico, los historiadores y los artistas, tenemos ahí una mezcla extraña de identidades, pero como tenemos que contar este tema, tenemos que sintetizar hechos, tenemos que sintetizar las peripecias, tenemos que sintetizar las decisiones, las reflexiones y emociones de la sociedad [...] en nuestro Código de ética que no haya plagio, que se respeten los derechos, que tengamos producciones que podamos plantear los temas con libertad, puedan encontrar un cierto espacio bastante valorativo sobre todo con la línea de los productores.

Nuestro gran tema siempre son los productores, no tenemos problemas con el resto de los gremios. Se lucha por entender quién tiene la autoridad, en valores comerciales, si la tiene el autor o la sigue teniendo el productor. Se nos está complicando esta temática con los compañeros productores. Insisto, no con los laburantes o lo que llevan los productores permanentemente, sino con los que toman decisiones y los que abren la billetera. Trasladar esto a los medios públicos es muy importante. Estamos ante una ausencia de ficción que no es novedad, que no viene con la pandemia, que viene desde el macrismo para acá, que se profundizó con la pandemia, y necesitamos sentarnos con ellos para explicarles y para hacerles entender de alguna manera que esto hay que darlo vuelta. Por eso mi tranquilidad con la Multi-sectorial, porque sabemos cómo vienen laburando y luchando y esperamos pronto tener mejores noticias.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchas gracias, Marcelo. No te vamos a poner a contabilizar el tiempo porque valió el doble. Comento también un hecho inédito, la semana pasada hicimos una capacitación con el conductor televisivo Mariano Peluffo y el equipo que realizará el pro-

grama “Relatoras Argentinas” en la Televisión Pública. Es el primero para formar mujeres en el relato futbolístico. Como saben, hay varones relatores, pero no relatoras. El programa tendrá una ganadora que será contratada en RTA para las transmisiones de fútbol y será la primera mujer en la historia de los medios públicos en relatar fútbol. Son pequeñas cosas para lo que queremos, pero son. Ya le damos la palabra a Marisa Graham, ella es abogada y es la primera defensora de los Derechos de Niños, Niñas y Adolescentes, una deuda que teníamos en la democracia hace mucho tiempo y que el año pasado, de alguna manera, comenzamos a saldar.

MARISA GRAHAM: ¿Qué tal? Buenos días a todos y a todas. Muchísimas gracias por la invitación. Cynthia, es muy interesante todo lo que planteás y puedo suscribir todo lo que dijo Estela, así que me ahorro una parte de mi intervención. Pero quería decirles dos cosas. Recordar, porque yo estuve allí, la resistencia de los dueños de los medios de comunicación al momento de darle rango constitucional a la Convención Americana de Derechos Humanos y todo lo que implicó el debate alrededor de los artículos 13 y 14 de la Constitución Nacional, con el tema del derecho a réplica, y todas las empresas haciendo *lobby* para que no tuviera rango constitucional, no por la cuestión de la libertad de prensa y la libertad de expresión, sino con relación a cómo defender los derechos monopólicos de esas empresas. Es un tema que se viene discutiendo hace décadas y cada vez que uno habla de un código de ética no solo pone en juego qué límites tiene que tener la o el periodista y si hay que ponerle límites, que es un debate de vieja data, sino también si corresponde o no corresponde, y en cuánto ese código de ética no puede implicar restringir el derecho de expresión y el derecho a la información.

Esto es como una antesala de a qué nos enfrentamos cuando uno habla de estos temas, no está hablando particularmente de algunos de las y los periodistas, aunque hoy, lamentablemente, es bastante difícil diferenciar las y los periodistas de las empresas. No quiero parecer una vieja al decir que todo tiempo pasado fue mejor, pero sí puedo decir que tengo doce años de laburo en radio y que había códigos no escritos que se respetaban como, por ejemplo, no invitar a alguien al piso o llamarlo por teléfono para maltratarlo, denostarlo, denigrarlo, cosa que hoy se hace. Por otro lado, por ejemplo, este seguir replicando a la persona entrevistada una vez que ya no está al aire y que no puede

contestarnos. Era una cosa que se respetaba a rajatabla, uno podía seguir comentando lo que dijo el entrevistado, pero de ninguna manera ibas a seguir discutiendo cuando el entrevistado no tenía posibilidad de responder. Hoy más que nunca la información está manejada como mercancía en la República Argentina y hay un grupo de periodistas, hombres y mujeres, que es bastante difícil saber si no son o no encarnan la empresa de la cual ellos son empleados o trabajadores. Ya ni siquiera se reconocen como trabajadores.

Por otro lado, el tema de las redes, es de gran importancia sobre todo con relación a la niñez. Con relación a los derechos de niñas, niños y adolescentes y a la defensa de esos derechos, aún hoy nos cuesta mucho saber cuál es el lugar que ocupan en el mundo adulto y, dentro de ese mundo adulto, en el mundo de la información, de los medios, del periodismo, de las expresiones culturales, etcétera. En el documento de base que mandó Cynthia, recordaba una de las mejores leyes que tuvimos, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, cuando habla de algo esencial para los pibes y las pibas, que es el derecho a la no discriminación, uno de los cuatro principios fundamentales de la Convención sobre los Derechos del Niño; también del propio artículo 70 de esa ley, que debe evitar contenidos que promuevan o inciten tratos discriminatorios basados en raza, color, sexo, orientación sexual, idioma, religión, opiniones políticas, etc. Sin embargo, no habla de la discriminación por la edad, aunque hay un agregado al final, otro párrafo que dice “o que menoscaben la dignidad humana o induzcan a comportamientos perjudiciales para el ambiente o para la salud de las personas y la integridad de los niños, niñas y adolescentes”. Es decir, el grupo de niños, niñas y adolescentes están por fuera de estos grupos que no deben ser discriminados. Hay como una cuestión, posiblemente un paternalismo justificado, de proteger la integridad de los niños, pero no de que los chicos y las chicas deben ser protegidos de cualquier discriminación. Tiene que ver con esto de que los niños son sujetos, etcétera, todavía no deja de ser un eslogan. Al mundo adulto, seguramente incluidos todos los que estamos aquí, nos cuesta percibir a los niños, niñas y adolescentes, a los bebés, a los nenes y nenas y a los adolescentes porque no [...] bastante poco reconocido como sujeto, como el lugar que ocupan en la sociedad.

Además es muy importante el tema de la despatriarcalización, porque el patriarcado es también el enemigo de los derechos de niñas, niños y adolescentes. El adultocentrismo es un subproducto del patriar-

cado. Es interesante verlo desde allí, porque el patriarcado viene de ahí. Yo siempre les digo a mis alumnos de grado y de posgrado que las palabras hacen sentido y generan subjetividades. El matrimonio quiere decir: *matri* viene de matriz y *monio* en latín es carga, por lo cual matrimonio sigue siendo carga de la matriz, es decir, carga de la mujer, de la misma manera patrimonio es carga del padre. Entonces, evidentemente cuando se redactó el nuevo Código Civil y Comercial de la Nación, tratamos de ver si podíamos cambiar el nombre a matrimonio para que no siga siendo carga de las mujeres, pero no encontramos un buen nombre.

Entonces, hay cuestiones de los derechos de los niños que, aun en la mejor ley que tuvimos, todavía seguían teniendo un lugar más bien desde el cuidado, que no está mal, hay que cuidar a los niños; los niños son titulares de una protección especial, tienen una vulnerabilidad esencial que es sobre todo cuando son más chiquitos, cuando dependen de un otro para satisfacer sus derechos, y cuando van creciendo debe garantizarse el respeto a su autonomía progresiva. ¿Qué está sucediendo o qué es lo que vemos en relación con lo que está sucediendo con los chicos y con las chicas? Hay dos variables.

Una, el avasallamiento brutal que hay del derecho de los chicos a la privacidad e intimidad y cómo se ama alrededor de los niños, porque hay que amar a los niños, nadie va a decir lo contrario, yo a veces quisiera que los amen menos, pero ese es otro problema. Lo importante es que se respeten sus derechos y sus derechos humanos, amar podés amarlos o no, te pueden caer más o menos simpáticos, pero no se trata del amor hacia los niños, sino que se trata en este punto de respetar sus derechos. Tenemos una profunda exposición de los chicos y las chicas, además de una profunda discriminación que viene de lugares centrales, no voy a dar nombres. Si ustedes se fijan en la estética de organismos multilaterales, organizaciones regionales e internacionales que se dedican a los derechos de los niños, y ven sus publicaciones en las tapas o en los separadores, aun hablando de sus derechos, sobre todo en nuestra región, es típico que aparezca en la tapa una nena y un nene pobre, con mocos, sucio, sentado en una tierra árida y cuarteada. Esa es la imagen de la niñez y es profundamente discriminatoria y la utilizan para generar una sensación. Las imágenes generan sensación y todos sabemos la pregnancia de la imagen, incluso antes de la pandemia y ahora aún más con la pandemia. Entonces, una de las cosas que más nos preocupan es el tema de la discriminación de chicas y chicos y de niñas y niños en los medios de comunicación. Recuerdo, por ejemplo, a un

periodista, Eduardo Feinmann, muchas veces ha llamado a los chicos de los centros de estudiantes que están dispuestos a salir al aire y que están prestando su consentimiento para salir y han sido llamados para ser bastardeados, insultados y denigrados al aire. Entonces, me parece que estas cuestiones en un código deben estar establecidas, porque vuelvo a insistir con esto, los niños, niñas y adolescentes tienen, como diferencia al resto de los sectores que vienen del artículo 70 de la Ley de Comunicación Audiovisual, lo que se llama la protección especial y esa protección especial debe ser ejercida por las empresas y los periodistas.

Otro tema, para poner un ejemplo, es el famoso caso Mimi que circuló y sigue circulando en los medios. Esta cuestión que tiene que ver con tocar la fibra emocional en el público y que toman algunos periodistas, que toman como bandera la historia de vida de una pequeñita sin tener la más mínima idea de su real historia, pensando que porque no le pongan el nombre y no la llamen por su verdadero nombre, ya que tiene 3 años, no se va a dar cuenta de que están hablando de ella. Hay que pensar e incorporar que las niñas, niños y adolescentes son chiquitos pero no son tontos y saben que cuando se está hablando se habla de ellos. Cuando hacen las campañas por “devuelvan a Mimi”, Mimi sabe que se refieren a ella, y se están violentando absolutamente todos sus derechos, incluidos los derechos de su familia de origen y por adopción.

Entonces, me parece que son los dos extremos: denostar a los pibes y a las pibas cuando son adolescentes, aparece ese sujeto inesperado que es el adolescente y entonces lo llamamos para denostarlo; cuando son menores, es obscena la exhibición de la vida privada de los chicos y las chicas.

Rescatar la Ley Sofía,¹⁰ que es justamente suspender esta prohibición de utilizar esta imagen de los niños sin autorización, cuando existe la necesidad de buscar a niñas o niños perdidos. Es decir, cuando un niño está perdido, como fue el caso de Sofía y opera la Ley Sofía o la Alarma Sofía, suspende esa prohibición y se permite que la imagen de la niña o el niño que estamos buscando aparezca en los medios de comunicación.

¹⁰ Alerta Sofía es un sistema de alertas que difunde, de manera inmediata, la imagen y la información sobre la o el niño y/o adolescente que se encuentre desaparecido a través de dispositivos móviles y medios de comunicación masivos como la televisión. También, a través de una serie de convenios firmados con Facebook, estas alertas son replicadas para convocar a las y los usuarios de la red social que vivan dentro del territorio nacional y puedan aportar información. Véase <<https://www.argentina.gob.ar/seguridad/alertasofia>>.

Estas son dos cosas que yo quiero señalar fuertemente: el principio de no discriminación, el principio de igualdad y también su derecho a la privacidad y a la intimidad. Ahí sí, los volvemos a colocar en el lugar de objeto, aunque lo hagamos desde la caridad o pensar que es lo mejor para la niña o el niño, esta cosa caritativa que suele aparecer sobre todo con relación a algunos niños. Hubo una gran movida alrededor del caso Mimi, pero no veo las mismas movidas por los niños wichí que en el caso salteño fallecen por desnutrición y deshidratación, no hay grandes movilizaciones alrededor de estos.

Para terminar, tenemos el artículo 17 de la Convención sobre los Derechos del Niño que habla de la importancia que tienen los medios de comunicación en la vida de los chicos, pero lo que más me interesa recalcar es el artículo 29, que habla concretamente de cuáles son los contenidos de la educación de los niños que involucran los medios. Me parece que hay algo importante que deberían tomar los periodistas, los medios y una ley de ética, que son los contenidos que tienen que tener los medios de comunicación, esto de la cuestión del respeto de los derechos humanos, de las libertades fundamentales, de los principios consagrados en la carta de Naciones Unidas sobre Derechos Humanos, el reconocimiento de los chicos de sus capacidades y actitudes. Hay una cantidad de cuestiones que tenemos que incorporar y me parece que estamos en este proceso y desde la DEF estamos tratando de que esto suceda.

Por otra parte, todavía en los medios de comunicación y en las redes, nosotros no hablamos de menores, no decimos nuestros menores, ahora en los medios de comunicación se habla de nenes, chicos, niños, niñas, salvo cuando la niña o el niño es víctima o es victimario. Si una pibita o un pibito tiene un accidente de tránsito se convierte en un menor: “Un menor fue atropellado por un colectivo”, y ni hablar cuando es victimario. No es una cuestión menos importante el tema de seguir tratando a niños, niñas y adolescentes como menores porque tiene una connotación discriminatoria. Para terminar con el principio, esta nominación de menor, profundamente arraigada al patriarcado, no es más que un adjetivo sustantivado para referirnos a aquellos sujetos que son muy fáciles de apropiar.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchísimas gracias, Marisa. Ya voy a dar lugar a las preguntas. Al respecto solo decirte que como defensora hemos trabajado en la defensa de los derechos de niños, niñas y adolescentes. En el artículo 70 cuando dice “de otra índole las discriminaciones”,

pero sobre todo el diálogo con el artículo 71, que justamente dice “es para quiénes produzcan, distribuyan, emitan cualquier forma y tengan beneficios de transmisión de programación publicidad, velarán por el cumplimiento de la ley de protección integral y normas complementarias”. Por ahí es por donde trabajamos en la defensa, en el diálogo entre esos artículos. Diego Igal le quiere preguntar a Marisa: “¿Qué hacemos cuando son los padres los que exponen a los hijos?”

MARISA GRAHAM: Eso tiene que ver con el proceso de autonomía de los chicos y de las chicas, de los niños y de las niñas. Cuando los niños y las niñas son muy pequeños, los representantes legales son sus progenitores. Entonces, efectivamente, con la autorización de los progenitores, los niños pueden ser protagonistas, exhibidos. A medida que los chicos y las chicas van creciendo, lo que dice nuestro Código Civil es muy interesante, la fórmula es a mayor autonomía, menor representación. Por lo cual, a partir sobre todo de los 13 años, los chicos y las chicas pueden decidir si quieren o no ser protagonistas o ser exhibidos o manifestarse en los medios de comunicación. Cuando son más chicos están los representantes legales. Ahora, por ejemplo, el caso del conductor televisivo Marley, que presta consentimiento no solo para exhibir a su hijo, sino también para usarlo un poco para que le dé más *rating* o como atractivo, como una cosa atractiva. Pero tenemos el tema de cómo se ejerce la responsabilidad parental, si hay algún abuso en el ejercicio de la responsabilidad parental podríamos accionar. Con relación a lo que decía Cynthia del artículo 71, de la LSCA, tanto como la alusión a la Ley 26.071, es cierto, pero si alguna vez hacemos alguna reforma me gustaría que esté en la primera parte del 70.

CYNTHIA OTTAVIANO: Coincido plenamente, por ahí se puede jerarquizar en este Código de ética, porque la recomendación que nos daban desde la Unesco es que la ley la tenemos que cumplir, pero en el Código de ética podemos ir más allá de lo que traes y lo que nos aportas. Hay una pregunta de Leila.

LEILA AIDAR: Marisa, ya que trajiste el tema de Mimi, porque fue muy controversial y creo que lo sigue siendo, ¿cómo debe manejarse un medio de comunicación en el caso de esta piba o puede ser en cualquier otro? En realidad, enfrente hay uno que denuncia, entonces toma esa denuncia, hace las entrevistas que corresponde a una parte y le quiere dar lugar a la otra para que explique, pero en este caso la jueza pone un

bozal, no permite que nadie hable, es decir, que no se la nombre, que no se hable de nada. Digo, ¿no es falta de ética eso también? Y ¿qué tiene que hacer el medio?, ¿se queda solamente con una parte?, ¿cómo se maneja eso?

MARISA GRAHAM: La jueza no puede hablar, sería una falta de ética que la jueza hable del caso. Una jueza no puede hablar de ningún caso que esté bajo su decisión, sea con niños o sea sin niños. Con respecto al caso, por un lado, los progenitores, la familia biológica no iba a salir de ninguna manera, no estaba en condiciones; por otro lado, los pretensos adoptantes querían preservar la intimidad y la privacidad de la niña y nadie, además, preguntó por ellos. Yo creo que fue un prejuicio de los medios en tomar una posición escuchando una sola parte. Además, hay muchos casos en este momento parecidos a los de Mimi y lo que sucedió es que una parte tuvo acceso a los medios, un acceso y un *lobby* importante porque llegaron muy alto, y la diferencia entre estas personas y la familia biológica de Mimi es abismal. La familia biológica jamás tendría oportunidad de llegar a ninguna personalidad ni artística ni política para poder bregar por sus derechos.

LEILA AIDAR: Perdóname, Marisa, lo que no termino de entender es qué hacemos los medios cuando la familia biológica decide no hablar, porque además entiendo que ya le había dado en adopción. De la otra parte no nos dieron nada de información, entonces, ¿solo le damos entidad a una parte y nadie nos explica nada?

MARISA GRAHAM: La defensoría sacó una recomendación con relación a cómo funcionan las familias de acogimiento <<https://defensoraderechosnnya.gob.ar/wp-content/uploads/2021/04/RECOMENDACION-N%C2%B0-6-FAMILIAS-DE-ACOGIMIENTO-E-INTERES-SUPERIOR-DE-NINAS-Y-NINOS-1.pdf>>. Algunos la tomaron y otros no, por ahí no le llegó a todo el mundo. Se apeló a la emocionalidad, donde se hizo decir a actores y actrices cuestiones jurídicas, diciendo el artículo tal es inconstitucional. Nosotros inmediatamente sacamos una recomendación para que la gente se entere sobre cómo funcionan las familias de acogimiento, cómo tienen que estar preparadas, por qué no puede adoptar la familia de acogimiento y por qué salir de esa regla era muy peligroso, porque ponía en riesgo todo el sistema: el sistema de protección, el siste-

ma de alojamiento de los niños de familias de abrigo y el sistema de la adopción. Era muy riesgoso, pero por suerte salió bien en la cámara.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchas gracias, Marisa. Desde tu equipo de trabajo postearon en el chat las indicaciones para familias de acogimiento, también vamos a pedirle a Guillermo los protocolos que llegan desde Italia. ¿Alguien quiere hacer alguna pregunta?

NENÉ VIDAL: No sé si tiene cabida dentro de lo que sería un código de ética, pero me preocupa enormemente desde hace mucho tiempo la situación de los artistas, intelectuales, escritores, etcétera, con respecto a la cuestión de su situación económica, es decir, la falta de protección de algunos Estados, en otros están realmente considerados y subsidiados, la falta de trabajo en situaciones como las que se están viviendo actualmente en pandemia. Realmente es muy preocupante, porque sin artistas, sin intelectuales, sin escritores, no puede haber ni democracia ni ningún sistema viable, humanamente viable. No sé cómo cabría eso en un código de ética.

MARCELO CAMAÑO: Yo no sé si entra en el Código de ética. Lo que intenté era plantear cómo estaba la discusión en este momento en nuestro sector, que cuando planteamos temas como, por ejemplo, el Código de ética, primero empieza a aparecer lo urgente, entonces lo urgente va retrasando estas discusiones. Te hablo de un sector que no es una organización, nosotros estamos sueltos, no estamos congregados. Nos corresponde nuestra sociedad de gestión que forma parte de la Multisectorial, pero fuera de eso, es una discusión más de nuestro medio, de lo que nos pasa diariamente. Hay toda una parte que no es que solamente no haya trabajo, sino que nosotros tenemos una inversión de tiempo personal propia para construir material de calidad, que va a circular y que vamos a intentar colocar con un productor, que no te lo paga nadie. Eso es una inversión que uno decide hacer y no todos pueden dedicarse un año a armar una síntesis de una novela, de una serie, de programas de no ficción que llevan más tiempo porque hay que armar el formato. Eso no está contemplado. De hecho, una discusión interna que tenemos es que no hay una tabla de valores como, por ejemplo, tienen los autores en España. Es decir, me llama un productor, me ofrece un trabajo y me pregunta cuánto quiero ganar, y el bolo actoral sale tanto, es un piso. Argentores tiene un piso determinado. Ahora, en el caso de la TV, ¿cuánto sale escribir un *sketch*, una novela o un capítulo de serie? Para nosotros

el tema violencia, empoderamiento femenino, *fake news*, ya los tenemos incorporados, por suerte, porque vienen incorporados primero como temas de trabajo y después bajan como a la zona de la discusión política, ahí se nos arma un lío que no estamos pudiendo resolver.

GUSTAVO CARNEVALE: En línea con lo que planteaba Marcelo, agrego que lo comercial va a contramano de los objetivos básicos que debemos considerar para la elaboración de un código de ética en la Televisión Pública.

GUILLERMO TELLO: Quiero agregar algo con respecto a este tema. También entiendo que no cabe dentro de un código de ética, pero yo me referí con respecto a las formas en que sí deberían caer dentro de un código de ética, la coproducción, el desarrollo, la producción, en ese sentido lo pensaba. Pero Nené plantea algo que la Multisectorial sacó esta semana un documento específico “Ecosistema audiovisual e industria cultural Argentina. Hacia una nueva matriz productiva”, basado en esta gran dificultad <<https://actores.org.ar/asociacion/ecosistema-audiovisual-e-industria-cultural-argentina-hacia-nueva-matriz-productiva>>. Después de un año, en este momento la Multisectorial trabaja en un proyecto de ley que se llama “Caja complementaria para el trabajador y la trabajadora de la industria”, que intenta sustentar a los y las trabajadoras audiovisuales e inter trabajo cada uno. La producción de contenido audiovisual se ha vuelto cada vez más discontinua, cada vez más temporalizada, cada vez sufre más las mismas condiciones del trabajo rural, el trabajo interzafra, el trabajo que tiene un plazo entre una acción y la otra. Entonces, hemos pensado en un sistema que contenga a activos, sobre todo activos, entre cada una de las líneas. Esperamos poder darle tratamiento a esto. No tiene nada que ver con un código de ética, pero sí es importante pensar cómo se garantiza la sustentabilidad de los y las creadoras que conforman el contenido constante de los medios de comunicación audiovisual. Por eso colgué en el chat este documento que acaba de salir, que expone la necesidad de empujar y regular el ecosistema audiovisual argentino y la necesidad de concretar una nueva forma de desarrollar los fomentos e incentivos al sector.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchísimas gracias. Recuerden que nos encontramos el próximo jueves, a las 10.

Transversalizar para transformar

Mesa debate virtual

Jueves 17 de junio de 2021, 10:00 horas

Coordinación: Cynthia Ottaviano

Producción: María Laura Anselmi

Especialistas: Mario Mantilla, de Colombia, presidente de la Organización Interamericana de Defensores y Defensoras de las Audiencias; Cecilia Bacchetta, delegada gremial de la Asociación del Personal Jerárquico; José Ernesto Schulman, presidente de la Liga Argentina por los Derechos Humanos; y Joseti Marques, exdefensora de Audiencias de la Empresa Brasil de Comunicação (EBC), Brasil.

Palabras clave: dilemas éticos, deontología, derechos de las audiencias, autorregulación, derecho humano a la comunicación, patriarcado, genocidio.

CYNTHIA OTTAVIANO: Vamos a darle la bienvenida a Mario Mantilla, presidente de la Organización Interamericana de Defensores y Defensoras de las Audiencias, creada en la Argentina. Es comunicador social y periodista, docente universitario y realizador audiovisual. Hoy también es defensor del televidente en el Canal TRO.

MARIO MANTILLA: Hola, Cynthia. Muchas gracias por la invitación. Realmente, es un tema que me gusta mucho, que lo he trabajado y que lo he vivido. Estas cuestiones éticas se reconocen efectivamente en la práctica. Muchas veces uno piensa sobre estos temas, aunque ya lo dijeron los grandes teóricos desde los griegos. Incluso en varios de los encuentros de la OIID, hablo mucho de dilemas éticos y me parece algo muy interesante que estemos constantemente reflexionando en torno a ello.

Nosotros desde la Organización Interamericana de Defensores de las Audiencias, nos basamos en el concepto de la comunicación como un derecho humano que debe ejercerse de manera libre, eso debe quedar muy claro, pero con una responsabilidad social a toda prueba. Basados en ello, debemos tener un nivel de exigencia, como profesional

y persona, para plantear una adecuada autorregulación. Estamos en contra de cualquier tipo de censura y control externo y consideramos que esto es un ejercicio básicamente de autorregulación.

Por supuesto, hay leyes puntuales que tienen que ver con nuestro ejercicio. Por ejemplo, en Colombia está tipificada como delito la calumnia, la injuria, hay derechos de autor, la ley antidiscriminación por cuestiones de raza, de política, de preferencia sexual, que protegen, por supuesto, a las minorías. Esas son parte de nuestro marco jurídico que nos afecta a todos los ciudadanos, pero, como les decía, en la práctica se nos presentan una gran cantidad de dilemas que no están enmarcados en las leyes y que, considero, son muy interesantes. Esto nos lleva a que estemos en una permanente revisión de nuestra conducta profesional, para saber qué es lo correcto para cumplir con esta responsabilidad social.

Si todos aceptamos que tenemos que trabajar en una autorregulación que nos permita ejercer adecuadamente nuestra profesión, debemos también tener unos códigos a los cuales seguir, por eso hablamos de código de ética, de manuales de estilo, de principios comunicativos. Por lo general, estos son los ejercicios que deben ser consensuados, deben ser escritos, difundidos y revisados permanentemente. No son unas tablas que quedan así de por vida, deben estar constantemente actualizadas.

Ahora también debemos tener claro que no es un ejercicio exclusivo del periodista para que ellos mismos se autorregulen, no es una cuestión personal, no. Si vamos hablar realmente de una acción comunicativa, como la planteada por el filósofo alemán Jürgen Habermas, tenemos que hablar de procesos en los que intervienen más de una persona, hablamos de procesos en doble vía entre interlocutores válidos, quienes ponen a consideración de manera sincera sus intereses con el objetivo de llegar a acuerdos. Esto implica que tengamos más personas involucradas en estas cuestiones de reflexión deontológica, de reflexión sobre nuestra profesión. Por eso hablamos de periodistas, de gestores de contenidos. Las empresas de comunicación también tienen que estar comprometidas, ya que muchas veces tienen unos códigos o manuales sencillos pero que no los consultan, no los promueven y no los difunden. Por supuesto, las audiencias. No se pueden hacer los manuales o estos códigos todo trabajo o hablar de estos principios sin tener en cuenta a nuestro interlocutor válido que son las audiencias.

Entendemos este ejercicio como un trabajo con el derecho humano. Es muy importante y delicado el derecho humano de la comunicación.

Hay que trabajar constantemente en qué consiste estar bien informado e informar de manera veraz y oportuna. Podemos tener unos niveles de reflexión importantes, podemos tener unos manuales de estilo, unos principios básicos de trabajo, pero también hace falta tener unos referentes de periodistas en otros países, corporaciones, observatorios de medios, y existen también los espacios de participación ciudadana que son las defensorías de audiencia.

Entendemos a las audiencias como sujetos de derechos, a partir de allí planteamos las reflexiones, los análisis y las sugerencias para que nuestro ejercicio profesional sea adecuado. Algunos de esos principios que tenemos que respetar en este ejercicio son el respeto, la transparencia y siempre analizar teniendo en cuenta el contexto.

Nosotros los colombianos tenemos un guía que ya falleció. Javier Darío Restrepo fue un periodista nuestro de diferentes medios, pero particularmente de la televisión. Escribió cerca de veinticinco libros relacionados con periodismo y ética. En los últimos años de su vida dirigió el consultorio de ética de la Fundación Gabo, fundación García Márquez de periodismo, y varios de sus trabajos nos sirven a nosotros de referencia. En Colombia, María Teresa Herrán y Javier Darío Restrepo escribieron el código de periodismo del Círculo de Periodistas de Bogotá, que es la referencia en Colombia.

En la actualidad, una de las periodistas que trabaja este tema en nuestro país es Yolanda Ruiz, la directora del noticiero de RCN Radio por las mañanas. Su libro *Al filo de la navaja* para nosotros es fundamental, porque está enmarcado dentro de sus experiencias y nos plantea siempre los dilemas éticos. Para finalizar, cuando me plantearon esta posibilidad de charlar acerca de este tema que me gusta, me apasiona y que he vivido. El gran periodista Ryszard Kapuściński dice que no debemos perder la capacidad de hacer preguntas, pero sobre todo de hacernos preguntas sobre nuestro ejercicio profesional. Considero que aquí debe estar la clave, no perder de vista esto, porque nos ayuda a tener un ejercicio de autocritica y a hacerlo de la manera correcta, de la manera adecuada que consideramos que siempre debemos tener.

CYNTHIA OTTAVIANO: Excelente, Mario. Muchas gracias. Ahora es el turno de Cecilia Bacchetta, magíster en Ciencias Sociales del Trabajo de la UBA. Es integrante de la comisión directiva de APJ y de la Comisión de Igualdad de Género y Equidad Laboral, replicadora de la Ley Micaela para RTA.

CECILIA BACCHETTA: Agradezco un montón el espacio. Me emociona estar participando de esto porque me parece transformador. En este momento, les estoy hablando desde las relaciones de trabajo, desde mi posición de trabajadora en APJ, del personal jerarquizado de la Televisión Pública, y desde mi lugar de integrante de la Comisión de Igualdad de Género y Equidad Laboral. Digo esto porque yo de comunicación no sé tanto como todos ustedes y en la letra de este Código yo no podría intervenir tanto. Si bien disfruté de leer los documentos, me preguntaba qué podría aportar a esta discusión o debate.

En este punto, pensaba en la importancia que tienen las relaciones laborales, en particular cuando los procesos de trabajo se ven modificados. Este Código de ética va a atravesar los procesos productivos, entonces, si va a atravesar el modo en el cual cada una de nosotras va a trabajar, me preguntaba cómo estamos preparando a la propia organización para que pueda ser receptiva a este nuevo Código. ¿Por qué digo esto?

En este marco de confianza, veo toda gente trabajadora y trabajadores conocidos, entiendo que mi aporte va a ser recibido no como una crítica, sino como para pensar un poco más en esto. Si yo les cuento qué sucede con el personal jerarquizado de la Televisión Pública, nadie se va a espantar cuando le digo que somos 28% de mujeres ocupando esos espacios.

Ahora, si ponemos un poco más la lupa y nos preguntamos qué pasa con los puestos que toman decisiones, nos encontramos con un numerito que ya no me está gustando mucho, porque no llegamos al 17%, aun teniendo una presidenta. En cuanto a quiénes ocupan las gerencias y las subgerencias del canal, hay diecinueve cargos y solamente tres mujeres tomando decisiones en esos espacios. Estoy hablando desde una posición binaria varón/mujer.

¿Por qué digo esto? Porque el Código de ética es transversal y todo lo que vengo leyendo y compartiendo tiene que ver con una organización diversa, una organización donde hablemos de género, una organización en la cual podamos compartir desde diferentes puntos de vista, que sea plural. Me parece que estamos en el mismo punto de partida y no es necesario que comente mucho más esto.

Ahora, cómo vamos a hacer un código en una estructura rígida, patriarcal, donde todavía nos cuesta mucho a las mujeres trabajadoras, porque también soy miembro de la colectiva de trabajadores de la Televisión Pública, discutir por ejemplo sobre un espacio tan básico como

un baño. Celebramos que el 8 de marzo pudimos inaugurar un vestuario. Estuvo genial, pero les cuento –para quienes no saben– que siete meses antes de eso estábamos discutiendo por qué había dos baños de varones, pedíamos que uno se transformara en un baño de mujeres, y fue una discusión a capa y espada. Entonces, sería oportuno que tengamos un diagnóstico certero de nuestra organización para poder plantearnos cuál va a ser la letra de este Código. Código que celebro porque es brillante, transformador, que parte de la discusión de las bases aquí presentes. También tenemos que discutir ordenar los mecanismos de acción para llevarlo adelante y tiene que ver con una política pública del Estado, porque no surge solamente de las buenas intenciones, sino que surge de una política pública muy presente que está hablando de diversidades, de inclusión. Tendríamos que pensar hacia dentro de la organización cuáles van a hacer nuestras buenas prácticas para poder llevar adelante este Código de ética. Por ejemplo, buenas prácticas sobre cómo llevar adelante los concursos internos, cómo están redactados los concursos internos, cómo publicamos, cómo buscamos a las personas dentro de la organización. Entonces, pensar la diversidad en múltiples sentidos, no solamente diversidad de género, sino diversidad geográfica, diversidad en las generaciones.

Son un montón de cuestiones las que tenemos que pensar. Yo puedo traer acá muchas cuestiones, más allá de los números que les voy a compartir. Creo que tenemos que repensar la gestión de personal dentro de la organización, desde ahí es un buen punto de partida para que se pueda recepcionar este Código y llevarlo adelante. Ese es mi aporte, tengo algunas ideas al respecto que después se las voy a acercar a María Laura para que las puedan apuntar y quedo a disposición por si quieren hacerme una consulta más adelante.

CYNTHIA OTTAVIANO: Excelente, Cecilia, muchas gracias. Desde el próximo jueves, a las 10 de la mañana, tenemos el debate solo con trabajadoras y trabajadoras, haciendo todas las propuestas y la primera redacción, que tendrá una revisión, para llegar al 17 de octubre. Es decir, estamos en un proceso de varios meses y esto es fundamental. Si bien la propuesta del Código de ética tiene que ver con las prácticas comunicacionales y los compromisos que asumen los trabajadores con las audiencias, surgió algo vinculado a lo que vos estás trabajando, en relación con otro código de ética que sea específicamente de la gestión y me parece fundamental que lo tengamos. Esto es apenas el comienzo.

Presentamos a José Ernesto Schulman, presidente de la Liga Argentina por los Derechos Humanos, militante popular desde 1968, estuvo preso a disposición del PEN, bajo la dictadura cívico militar. Es testigo y querellante en los juicios en Santa Fe por genocidio. Escribe y dicta cursos sobre Derechos Humanos.

JOSÉ ERNESTO SCHULMAN: Permítanme arrancar con una frase, un pequeño poema de Bertolt Brecht: “Hasta que todos los hombres estén parados a la misma altura, no se podrá saber quién es el más alto”. Digámoslo de entrada, cualquier debate sobre la ética y el aparato de dominación cultural, que escriben análisis histórico de su construcción hegemónica, resultará siendo complaciente, para ser generoso, con un poder que ha hecho de la mentira, la estigmatización, el encubrimiento y la falsificación del pensamiento de la cultura, la rebeldía, su forma de existencia, producción y reproducción. Somos, como pueblo, hijas e hijos de una violación, plan sistemático, genocidio, al menos reiterados tres veces: primero los españoles, armados de la cruz y la espada; luego la oligarquía nativa, armada de la cruz y la carabina; y, finalmente, el bloque de poder imperial, militar, empresarial, eclesiástico y comunicacional. Un bloque de poder que ya tuvo tres caras: Videla, Menem y Macri.

Revisen ustedes la causa judicial de Papel Prensa y Acindar, ambas interrumpidas antes de ser juicio oral, para comprender el origen del dominio de Clarín, Canal 13 y su grupo de tareas. La hegemonía cultural, que es la base de la hegemonía mediática, no se construyó por medios culturales o simplemente políticos, sino con la violencia extrema del Estado terrorista que asesinó periodistas, demolió empresas y corrompió a miles de comunicadores. Hablo de la esquina de Entre Ríos y San Juan, el 25 de marzo de 1977, un grupo de tareas encierra y asesina a Rodolfo Walsh. Así construyó su poder Magnetto y compañía. De ahí venimos.

El primer deber ético, entonces, es quiénes acceden, del modo que sea, a los medios de comunicación; es contribuir a reparar esta asimetría comunicacional que ha sido considerada uno de los pilares del modo actual de existencia del capitalismo como civilización, en decadencia final, pero dominante en el mundo, la región y el país. Los trabajadores de la comunicación ocupan un lugar específico, son sujetos de derechos laborales, culturales y políticos que garanticen que no serán *disciplinados* de modo alguno. Pero son también custodios de derechos populares, del derecho a estar informado de un modo veraz.

La ética de la comunicación se basa en la ética del respeto a las y los trabajadores, y del compromiso de las y los trabajadores con la verdad, al modo de Rodolfo Walsh o de Cabezas. Dice Hannah Arendt en *La condición humana* que la voz del torturado no se escucha porque nadie puede saber si le hablan de una experiencia desconocida por completo. En este punto, dice que la tortura es inenarrable, por lo cual escuchar a los torturados es siempre una decisión política, decisión que en la Argentina no se toma. En los medios de comunicación, no solo en los hegemónicos, no hay lugar para la voz de los torturados, desaparecidos, de los privados de libertad, de los perseguidos, de los presos políticos. Dada una situación de dominación de extrema desigualdad de armas, como le gusta decir a los jueces sobre el derecho de defensa y fiscalía, la posición equidistante no es ética sino convalidante del orden fundado por los genocidios. La ética radica en sostener la verdad, dándole esa voz a los que no la tienen y respetar el modo que tengan de expresarla.

El 22 de junio de 1985, Jorge Luis Borges, el poeta mayor de la Argentina, que había concurrido a reuniones con Videla y Pinochet sin repudiar sus acciones, escribió una nota para la agencia EFE: “He asistido por primera y última vez a un juicio oral, un hombre había sufrido unos cuatro años de prisión de azote, de vejámenes, de cotidiana tortura. Yo esperaba oír quejas”, etcétera. No obstante, al final dice:

Sin embargo, no juzgar, no condenar el crimen sería fomentar la impunidad y convertirse de algún modo en su cómplice. Es de curiosa observación que los militares, que abolieron el código civil y prefirieron el secuestro, la tortura y la ejecución clandestina al ejercicio público de la ley, busquen buenos defensores.

Ese día hubo un quiebre en la sociedad argentina, pasamos a creerle a los torturados, a los sobrevivientes de genocidios y, desde esa voluntad social, se pudo quebrar la impunidad de los golpistas y terroristas, más allá de todo lo que hicieron Menem, Alfonsín y quienes colaboraron con ellos.

En el 2009, durante cinco meses, la Televisión Pública transmitió una a una las audiencias por el caso Floreal Avellaneda.¹¹ No se le per-

¹¹ Fue secuestrado con apenas 15 años, junto con su madre, el 15 de abril de 1976, durante la dictadura cívico-militar, empresarial, judicial, mediática y clerical. Se lo vio por última vez en el centro clandestino de detención Campo de Mayo. Se

mitió transmitir en directo las sesiones, pero antes, durante y después de cada aclaración, la Televisión Pública daba la voz a los familiares y compañeros de Floreal, un muchacho de 15 años, militante de la Juventud Comunista, asesinado por empalamiento, para decirlo sencillo, un palo en el culo hasta que reviente. Una anécdota personal, el primer día, el jefe de los técnicos me preguntó, respetuoso, quién era la mamá del subversivo. El último día, el mismo técnico me pidió la remera del nenito de Avellaneda y se la puso. Si el derecho genera verdad, como dice Foucault, la verdad en carne viva convence a la mayoría. Solo tenemos la verdad de nuestro lado, pero alcanza para convencer. La Argentina necesita un *shock* de ética, necesita un quiebre en la noción de quiénes son confiables y creíbles.

La ética de la comunicación comienza, sin duda, en creerle a los torturados y perseguidos del macrismo, el poder judicial condensado, a las víctimas de los montajes mediáticos y judiciales, a las víctimas de la violencia policial, estatal y patriarcal.

¿A quién le va a dar voz la televisión? ¿A Morales o Milagro Sala? He aquí toda la discusión ética. A los que hasta hoy son devaluados y descartados, a los pobres de toda pobreza, a las mujeres y a los que, con su trabajo, producen la Argentina, a los que se organizan, actúan, resisten, luchan y siguen estando fuera de la pantalla y el dial. No hay ética en el aparato comunicacional, hay un dogma del que ya hablaba William Shakespeare, hace más de cinco siglos:

¿Oro? ¿Oro precioso, rojo, fascinante?
 Con él se torna blanco el negro, y el feo hermoso;
 Virtuoso el malvado; el anciano, mancebo,
 Valeroso el cobarde y noble el ruin.
 El oro... desplaza el sacerdote del altar

No hay ética en vender la verdad por dinero o por sumisión a quienes detentan el poder del dinero. Necesitamos una ética que deje de hablar del amor por los pobres y desarrapados, para pasar a una ética de la práctica verdadera, de darle voz y creerles a los pobres y desarrapados.

trata de la víctima más joven de los denominados “vuelos de la muerte”. Más información en <<https://www.telam.com.ar/notas/202104/550323-vuelos-de-la-muerte-45-anios-del-asesinato-de-floreal-avellaneda.html>>.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchísimas gracias. Seguimos con Joseti Marques, es periodista, magíster y doctora en Comunicación y Cultura de la Universidad Federal de Río de Janeiro. Entre 2011 y 2018, fue defensora de las audiencias en la comunicación pública del Brasil y es miembro fundadora de OID.

JOSETI MARQUES: Es una gran satisfacción estar junto con ustedes en esta gran tarea de delinear un código de ética para la comunicación pública. Una cosa que empezamos a hacer acá en Brasil con la creación de la EBC, porque a diferencia de Argentina nosotros empezamos por la comunicación comercial privada. Solamente en 2007 se comenzó a hacer un esbozo, una tentativa de lo que se podría tener como comunicación pública, muy necesaria, principalmente acá en Brasil, por las condiciones sociales y políticas que enfrentamos todo el tiempo. No son muy diferentes de las de Argentina y de otros países hermanos latinoamericanos.

Participé en 2007 de la revisión del código de ética de periodistas de Brasil. Hoy veo casi lo mismo, los sueños, las voluntades positivas de todo periodista en toda América Latina. Las tentativas de hacer frente a las dificultades son muy parecidas, pero, en mi opinión, hay mucha subjetividad en las definiciones y esto apunta hacia una sola dirección. Tenemos que trabajar para una comprensión, principalmente, de los periodistas, pero también de toda la cadena de producción y trabajo de los medios. Denme la oportunidad de hacer una cosa que, en principio, podrá parecer muy compleja, exquisita o descompensada, una cosa contradictoria. Cuando hablamos de derechos humanos en nuestros códigos, en la ley que creó EBC, la empresa administradora que hace la administración de los medios públicos en Brasil (una TV, ocho radios y una agencia de noticias), también hay una voluntad de derechos humanos, de corrección de los caminos, que la comunicación ha empezado y hasta hoy es muy difícil. Ustedes saben que Brasil está viviendo una situación muy compleja, virada hacia la derecha radical que afecta directamente a los medios.

Tenemos todo escrito en los códigos, hablamos de derechos humanos, pero qué será para los periodistas, los jóvenes, no solo para nosotros que vivimos el peor momento de nuestro país: yo empecé en periodismo en plena dictadura. Entonces, nosotros que sabemos o que tenemos una trayectoria de observaciones, principalmente los que somos también maestros o profesores, nosotros admiramos hoy

la formación de los periodistas. Me lo pregunto. ¿Saben los códigos? ¿Saben la técnica? ¿Saben una cosa u otra de los derechos humanos? Y en las ciencias sociales no se valoriza, ni en la formación del periodista ni de los profesionales de televisión. Vemos que no resultan efectivos los esfuerzos de la Televisión Pública para decirle a la población lo que es el respeto a los derechos humanos o a los géneros, lo que es sentir los derechos humanos para pensar al otro.

Tenemos una función pedagógica, no hay código que sustituya a los sentimientos y la personalidad de cada uno de los profesionales. ¿Cómo resolvemos esto? El documento que mandó Cynthia es muy bueno, es perfecto y marca lo que está pasando en todos los países. El derecho a la libertad de expresión es lo que estamos viviendo ahora. Entonces, es preciso trabajar en qué es la comunicación pública, hacer una revisión.

En Brasil, por ejemplo, hay un espectro grande de privados y una Televisión Pública que ahora es apropiada por el gobierno de derecha radical que tenemos y que hace solamente propaganda.

Mis contribuciones son apenas una sugerencia de que el esfuerzo camine hacia allá. No tengo la menor duda de que el código que se empieza a trabajar será muy bueno y firme. Esta es mi contribución. Muchas gracias por la participación.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchas gracias, Joseti. Comenzamos con las preguntas, por favor.

MARÍA JOSÉ BERNAL CAROL: Hola, soy delegada del Sindicato de Trabajadores de la Televisión, uno de los gremios que está representado en el canal y participa también de estos encuentros que siempre son bienvenidos, que valoramos mucho porque nos permiten y nos obligan a la reflexión, aprendemos y de eso nos nutrimos. De todos los encuentros me llevo muchas cosas y espero poder plasmarlas, que sean parte de la construcción que estamos haciendo, porque lo que uno aprende lo pone en práctica en su actividad cotidiana. Como mi actividad cotidiana es trabajar en la Televisión Pública, evidentemente, los debo estar poniendo en práctica. La única forma de lograr que quede plasmado en la pantalla es manejándonos puertas para adentro con este Código de ética. Me alegra saber que los que estamos adentro, lo entendemos y lo construimos, porque todos estamos acompañando este proceso. A modo personal, con respecto a lo que dijo José, me conmovió profun-

damente, porque yo estaba haciendo la gráfica del noticiero cuando fue el juicio de Floreal y recuerdo todo el seguimiento que pudimos hacer. Necesitamos construir y educar en derechos humanos y para eso tiene que estar la Televisión Pública.

La Televisión Pública no es para una bajada de línea gubernamental, pero sí tenemos que tener una política de Estado que no puede ser atravesada, ni cambiada por el gobierno de turno. La política de Estado se construye sobre bases que tengan que ver con el hombre y la defensa de los derechos del hombre, derechos fundamentales y principalísimos, porque contra eso no hay posibilidad de que nadie te los pueda sacar. Contra eso no hay debate.

Ya no podemos seguir dilatando y esperando, necesitamos recuperar una pantalla o crear una pantalla, pero una pantalla en la que no puedan ser modificados y que no estén atravesados por la política de turno, por la voluntariedad del que esté detentando el poder, del que tenga el poder. Necesitamos de todos los elementos para poder sostenerla.

CYNTHIA OTTAVIANO: Quiero agradecer a todo el equipo: SATSAID, SIPREBA, APJ, SAL, María Laura Anselmi, Adrián Miranda, Nicolás Herman, Ramiro Pol, Gustavo Carnevale, Agustín Lecchi, Fernando Costa y Martín de Vedia. Ahora sí, ¿alguien más quiere hacer algún aporte?

FÉLIX ARNALDO: Yo formo parte de SIPREBA, Sindicato de Prensa de Buenos Aires, y trabajo en el noticiero del canal. No voy a repetir lo que dijo María José porque estamos de acuerdo en todo, e hizo un resumen bárbaro. Estoy emocionado por este tipo de reuniones, porque sinceramente para nosotros, y sobre todo los que ya estamos bastante viejitos en el canal, es algo maravilloso estar discutiendo estas cosas. Ningún código de ética se va a sostener si no es primero por políticas públicas que hagan que quienes vengan como directivos del canal deban, con el peso de la ley si hace falta, sostener determinadas cuestiones contra las cuales no pueden ir. ¿Por qué? Porque si no va a recaer sobre todos nosotros, como han sido las persecuciones que han tenido los periodistas en Télam, las que hemos tenido nosotros mismos estos cuatro años en el noticiero del canal. Ahora, ¿cómo lo llevamos a la práctica? A mí lo que me importa es la praxis, porque escribimos un hermoso Código de ética que después viene un gerente y no lo cumple. Hay que hacer un manual de procedimientos

que tienen que respetar, reuniones de producción, no puede ser que el noticiero lo haga un jefe o un gerente.

GUSTAVO CARNEVALE: Nosotros podemos hacer un código de ética, pero lo que necesito saber es cómo lo vamos a poner en la práctica diariamente, porque si no va a ser la lucha de cada compañero periodista, proponiendo notas a un jefe o un gerente que le va a decir que sí o que no. Eso es lo que ha pasado desde que yo tengo memoria en el noticiero, la lucha de los compañeros por tratar de que se cubra una nota. Quiero volver a lo práctico. ¿Cómo hacemos para que después eso suceda? Por eso digo que tiene que ser una política pública.

CYNTHIA OTTAVIANO: Así es, luego debatiremos en torno de la forma de darle cumplimiento, con una defensoría o un observatorio, por ejemplo. Muchas gracias por la participación, nos encontramos el próximo jueves, a las 10.

Un desafío posible en un escenario de hiperconcentración mediática

Mesa debate virtual

Jueves 24 de junio, 10:00 horas

Coordinación: Cynthia Ottaviano

Producción: María Laura Anselmi

Especialistas: Alfredo Alfonso, vicerrector de la UNQ; Andrea Varela, decana de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP; Daniel Escribano, decano del Departamento de Ciencias Sociales de la UNDAV; Beatriz Solís Leree, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México; María del Carmen Rico, Uruguay, Departamento de Comunicación de la Universidad de Quebec en Montreal.

Palabras clave: ética, manual de estilo, derecho a réplica, *fake news*, agendas, intereses, multiplataformas, concentración mediática, identidad, derechos humanos.

CYNTHIA OTTAVIANO: Le damos la bienvenida a Alfredo Alfonso. También a Andrea Varela. Venimos hace dos meses con un proceso de debate, con la convocatoria a especialistas como ustedes. Todos los jueves a las 10 de la mañana nos reunimos aquí para intentar tener el primer Código de ética de la Televisión Pública, que sería el primer código de ética de la televisión de la Argentina. Hoy se suma Osvaldo Santoro como vicepresidente de RTA. Tenemos, además, especialistas de Uruguay y México. Beatriz Solís Leree, querida maestra, profesora titular de la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, de la cátedra de Comunicación y presidente de la AMDA. Le digo querida maestra porque los caminos recorridos por Beatriz han sido fundamentales y sustanciales para la labor de las defensoras y defensores de las audiencias, de los públicos, de docentes, y defensorías y, en ese sentido, le mando como siempre un abrazo muy especial por su generosidad y por su labor. Hemos perdido hace poco a Jesús Martín-Barbero,

también a Horacio González aquí en la Argentina, personas que nos han dejado huella. Como los homenajes se hacen en vida, Beatriz, sos de esos faros fundamentales. Me estremece saber que tenemos mujeres que nos han hecho aportes tan sustanciosos y que están invisibilizadas. Por otra parte, Alfredo Alfonso, es licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata de 1996, magíster en Periodismo de Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona desde 1998; profesor titular de la UNLP y de la UNQ, docente y doctorado en ambas instituciones; vicerrector de la UNQ.¹² El agradecimiento eterno por la honestidad y la ética en su labor.

María del Carmen Rico es socióloga, doctora en Ciencias de la Información, profesora honoraria asociada al Departamento de Comunicación de la Universidad de Quebec de Montreal; exdecano de la Facultad de Comunicación Social del Uruguay; coordinadora de Cátedras Latinoamérica de la Red Mundial de Cátedras de Comunicación de la Unesco.

Andrea Varela, gran compañera, decana de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Daniel Escribano, periodista y docente universitario, licenciado en Periodismo por la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, decano de la Universidad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Avellaneda.

BEATRIZ SOLÍS LEREE: Muchas gracias, Cynthia. Hablar de los códigos de ética, desde México, a partir del 2013, significa que es una obligación legal contar con un código de ética. La ley así lo establece, tendrán que estar registrados en un registro público del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) para que todo el mundo pueda consultarlos, ya sea el listado, que del día de hoy van más de 110 defensores de audiencias y sus consecuentes 110 códigos de ética.

No quiere decir que nuestro país sea realmente el paraíso de la ética, sino que como es un requisito, se tiene, se escribe y, después, por una razón de una reforma que hubo en el 2017, le dijeron al IFT: “Tú ya no te metes con esto porque todo lo vamos a manejar como autorregulación”.

Entonces, ¿de qué sirve escribir un código de ética? La razón por la que se inscribía con el órgano regulador era fundamentalmente para

¹² El 10 de diciembre de 2021, Alfredo Alfonso asumió como rector de la UNQ para el período 2021-2025.

ver si estaban correctamente integrados los derechos de las audiencias y los mecanismos para su garantía, solamente. El código lo redacta el concesionario, pero la autoridad supervisa que estén correctamente involucrados los códigos de los derechos de las audiencias, a los defensores de las audiencias los nombran libremente los medios mediante diversos mecanismos que surgieron y el IFT registra que se cumplan los requisitos que la ley establece para los defensores y lo pone a disposición de todo el público.

Entonces, con relación a esta reforma que mandó todo al proceso de la autorregulación, con la Asociación Mexicana de Defensorías de Audiencia promovimos un amparo que sonó mucho en estos días, porque el 12 de mayo, la Suprema Corte de Justicia ratificó la sentencia favorable a lo que la asociación estaba cuestionando. Entonces, el IFT tendrá de nuevo atribuciones para establecer lineamientos para la defensa de las audiencias. Los derechos de las audiencias estaban en la ley, pero suspendidos, porque eran procesos de apropiación de cada uno de los concesionarios sobre cómo los iba a manejar, cómo los iba a defender, cómo los iba a entender, sin que nadie se asomara. Es más, en el párrafo que nosotros cuestionamos decía “sin que ninguna autoridad antes, después o nunca más en la vida meta la mano”. Eso se revierte con esta sentencia de la Suprema Corte.

Estamos muy orgullosos, nosotros como defensores de audiencias, de haber promovido este amparo y ganado en contra de lo que acá la llaman Goliath, que son todos los concesionarios comerciales que no querían que nadie interviniera en su programación, porque, según ellos, los defensores de audiencias somos censores y atentamos contra la libertad de expresión y un nuevo derecho que ellos inventaron que es la libertad de programación.

Fui a lo del amparo porque el meollo del amparo eran precisamente los códigos de ética. En México existen códigos de ética en los medios públicos antes de que la ley los obligara. Desde el 2008, cuando surgió la primera defensoría de audiencia en los canales públicos federales, la defensoría vino de la mano del código de ética.

Tenemos códigos de ética, algunos muy buenos, otros muy malos. El proceso que se tiene que guardar cuando se elabora un código de ética es, fundamentalmente, su puesta en marcha, en el que se participe de manera horizontal, como lo están haciendo ustedes; que no se imponga, que se elabore de manera horizontal; que exista el conocimiento de todos los que trabajan haciendo contenidos, los que trabajan en los

medios; y el acuerdo, el consenso, para que lo puedan empezar a integrar en su práctica cotidiana, todos y cada uno de los compromisos y los principios que deben estar establecidos en los códigos de ética, que son básicamente compromisos que asume el medio para con sus audiencias.

Otra cosa distinta es el manual de estilo periodístico. A veces se le llama código de ética, pero el manual de estilo es solamente para lo informativo, mientras los contenidos que transmiten los medios no solo abarcan un contenido informativo, sino un contenido de ficción, dramatización, debate y otros géneros, que deben de tener un cuidado de la calidad, que se mide en función de qué tanto se respetan los derechos de las audiencias.

Todo esto tiene que estar diciendo el Código de ética. Tenemos esta especie de manualito sobre cómo hacer cuando entran nuevos defensores de oficio, porque la ley obliga, y no queremos que sean de adorno, porque se desvirtúa la figura de la defensoría, ni queremos que se conviertan en buzones de quejas, sino en actores directos, mediadores entre el medio y la sociedad, y hagan alfabetización mediática.

Surgen unos derechos que no están siendo suficientemente conocidos, por lo tanto no están siendo suficientemente reclamados. Entonces, el trabajo del defensor viene de la mano del Código de ética, que es el instrumento fundamental que tiene el defensor de audiencias, y en los medios públicos eso es inaplazable.

En México tenemos medios públicos y federales en cada uno de los estados de la república y sistemas estatales de radio y televisión. Por cierto, la asociación acaba de firmar un convenio con todos los medios estatales, porque hay muchos que no tienen defensoría porque no sabían o porque no saben cómo, entonces la asociación va a incorporarse dándoles talleres, cursos o asesorías puntuales, al igual que los medios comunitarios y medios indígenas que también están obligados a tener asesorías y códigos de ética. Entonces, tendremos que ayudarlos guardando respeto a su absoluta independencia, para conformar este cuerpo que ciudadaniza la labor de los medios.

También, la ley en México establece a los medios públicos una serie de obligaciones, que están en la Constitución, cuando finalmente la Constitución reconoce el término medio público, porque antes era mala palabra. Son ocho obligaciones, entre ellas: garantizar la participación ciudadana, todos tienen que tener consejos ciudadanos dentro de cada uno de sus medios; convocar y nombrar consejos ciudadanos representativos del sector y del contexto en el que el medio se desarro-

lle; y la independencia editorial, otro de los requisitos para los medios públicos que estará a cargo de la supervisión del Consejo ciudadano, quien tendrá que elaborar una serie de documentos y principios sobre cómo medir la independencia editorial. Algunos medios ya lo han hecho, otros están en proceso de elaborarlo, pero se les da la tarea a ese consejo ciudadano para que sea un poco el vigilante de la independencia editorial del medio, porque venimos arrastrando una historia de medios gubernamentales que ya no queremos que sean los medios públicos, sino que se guarde una autonomía y una independencia.

Esta serie de obligaciones legales ayudaron a que los medios, cuando menos, tengan claridad en cumplir una serie de lineamientos y mecanismos que les otorguen una identidad como medio público. Código de ética, consejo ciudadano de participación, mecanismos para rendición de cuentas, informes públicos, son una serie de requisitos puntuales y específicos que estableció la Constitución con mucha precisión. Entonces, todas estas cuestiones cambiaron el escenario, nuestra vinculación y nuestro concepto de código de ética. Decirles realmente es mucho lo que yo podría y quisiera platicarles sobre lo que está pasando con los códigos de ética en México, que no tiene mucha distancia con el documento que ustedes me hicieron llegar. Por supuesto, hay muchos principios básicos de los cuales podemos partir, yo creo que los principios internacionales de Unesco nos ayudan mucho y desde ahí podemos empezar a abordar.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchísimas gracias, Beatriz. Ahora es el turno de Alfredo Alfonso, por favor.

ALFREDO ALFONSO: En primer lugar, quiero agradecer por esta invitación a Cynthia Ottaviano, que sabemos ha dejado una huella perenne por su alto compromiso en la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual y que hoy ejerce esta Dirección de RTA. También agradecer a toda la Dirección de RTA, Osvaldo Santoro y Alejandro Verano. También agradecer la participación, integrando este espacio con figuras como Beatriz Solís o Carmen Rico, que ya leí hace mucho tiempo, también en el siglo XX, y con Andrea Varela y Daniel Escribano, queridos compañeros de todo el proceso de la comunicación en la Argentina y la construcción de academias.

A priori, creo que es necesario un código de ética en nuestro país que contribuya a la reflexión general y que sea una herramienta para las

y los periodistas a la hora de defender sus derechos y construir argumentaciones para salvaguardarlos; para que la sociedad y las audiencias en particular cuenten con instrumentos de debate sobre lo que implica ejercer el derecho a la información.

Quiero recomendar un libro de la querida Alcira Argumedo, que también nos ha dejado hace poquito tiempo, que es *Los silencios y las voces en América Latina*, particularmente el capítulo “Las otras ideas en América Latina” y las etapas 3 y 4 que refieren fundamentalmente a la construcción de un modelo, una sociovisión, una cosmovisión, durante los siglos XVI y XVII, asociada, por un lado, a lo aristocrático y, por otro, a lo popular, es decir, las oligarquías y lo popular.

Otro tema tiene que ver con los recursos económicos de cada medio. Todos sabemos que esto está relacionado con la información de calidad, además de la voluntad política del medio de informar con calidad. Pero, por ejemplo, en información internacional, todos sabemos la diferencia entre quienes compran servicios de información internacional y tener un enviado o enviada especial, o una corresponsalía regional o fija en el lugar desde donde se informa. Todos sabemos la gran diferencia que hay entre una corresponsalía que permita conocer todos los entretelones del lugar desde donde se puede dar una información internacional, a tener solamente un servicio que ofrece información internacional y que se paga. O incluso las contadas veces que se envía a alguien, ante una catástrofe o alguna situación en particular, termina llegando con poco tiempo, con pocos recursos y esa información termina adoleciendo.

Este ejemplo también se da con relación a cómo pensamos la información nacional, regional o local, si tenemos en cuenta medios que producen su propia información a diferencia de aquellos que la reiteran, aquellos que solo funcionan con agencias o que copian y pegan información de otros.

También, los medios que trabajan con equipos de periodistas, de fotógrafos, de contenidistas, a aquellos que cuenta con una sola persona que se obliga a desarrollar la información, filmar y fotografiar, para sus distintos medios. Es decir, la calidad de la información está relacionada y asociada a recursos económicos y cómo estos recursos intervienen en esa producción de noticias.

Otro tema importante es el uso de la agenda. En este momento, se construye agenda tanto por lo que se publica o emite como por lo que se deja de publicar. La construcción de agenda está directamente

asociada a los intereses de los grupos económicos que controlan los medios. Antes eran empresas periodísticas, pero desde hace años se amplió y, por lo tanto, se restringe más, porque son muchos los campos de investigación periodísticos e indagación informativa, porque las corporaciones dominantes y predominantes ya no son mediáticas, sino que abarcan diferentes intereses de los socios de las corporaciones y de sus socios en otras estrategias económicas, afectan directamente a la investigación periodística y el compromiso con la información de los periodistas.

Otro tema es el que se relaciona con la información que se publica. Hay un caso emblemático en la Argentina, dentro de los portales de los diarios que cada vez tienen más interrelación con lo audiovisual. Aquel diario que fue primero en la web en 1995, el diario *La Nación*, cuya actual estrategia consiste en publicar todos los temas, pero la densidad y el uso selectivo de esa información está en el control del espacio en el portal, como históricamente ha sucedido con los diarios y medios audiovisuales, pero sobre todo con el tiempo. Ocupan el espacio y el tiempo. Las notas críticas a los intereses del medio son absolutamente efímeras. No es que no se publiquen, pero es obra de la casualidad poder leerlas y las que están en concordancia con sus intereses pueden durar varios días.

Otro tema es el referido al derecho a réplica. En general, solo se aplican, pese a la construcción de realidad y *fake news* habituales, las personas damnificadas accionan a través del poder judicial. Es muy difícil que se pueda ejercer ese derecho directamente en los medios que, de modo extensible, publican noticias falsas.

Para terminar, quiero cerrar con un ejemplo que, en el libro *La pos-verdad. Una cartografía de los medios, las redes y la política editorial*, publicado en 2019 por Gedisa y compilado por Roberto Aparisi y David García Marín, en su capítulo, Leonardo Murolo refiere al caso de *fake news* de la tapa del diario *Clarín*, y esto también lo podemos llevar a los medios audiovisuales. Esa tapa del diario *Clarín*, de marzo del 2015, tuvo multiplicación del tema, en los casi 400 medios del grupo y los medios acordes ideológicamente que lo repitieron, más el debate del tema durante días en un año electoral, sobre las supuestas cuentas secretas de Máximo Kirchner y Nilda Garré en Estados Unidos. Tres años después, luego de la acción judicial de Garré, el medio publicó, en un lugar mucho menos visible y de modo indirecto, que la información era incierta, pero ya había sido elegido un presidente afín al gru-

po, dos años antes. Nuevamente, así lo hemos visto muchas veces, no está ni el orden del discurso ni en lo que se publica o emite el verdadero interés de los medios. Felicito nuevamente a Cynthia por la claridad y seriedad de su trabajo y al Directorio de RTA por acompañar e impulsar estas iniciativas.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchísimas gracias, Alfredo. Ahora es el turno de María del Carmen, por favor.

MARÍA DEL CARMEN RICO: Celebro la iniciativa de Cynthia y de la dirección de RTA, y esa apertura internacional a pensar junto con los actores implicados. Agradezco la invitación de la que no soy merecedora y no es falsa modestia, porque no tengo la especialidad en absoluto de la maestra Beatriz y ustedes en los códigos de ética, no tengo esa especialización. Solo que me interesa visceralmente el tema de la comunicación. Mi comentario es desde una perspectiva que quizás toca muchos puntos en común con la de Alfredo, no en vano uno lo hace desde la universidad. Desde una perspectiva más holística, más global, a partir de las muchas entradas que sugiere el documento, identificando algunas que tienen interés particular y que giran en torno al contexto, a la presión de la mercantilización y a la exigencia actual de la multiplataformización de la información. En los contextos en los cuales estamos sumergidos y que determinan el rol del periodismo.

Otro tema que interesa es la categoría de objetividad, discutir la posibilidad o la plausibilidad de una objetividad en el periodismo. La apertura a la participación de las audiencias o más bien de los ciudadanos, lo que algunos llaman hoy *cosmopolités* en este contexto internacional. El marco de intervención, respondiendo a la pregunta sobre desde qué base se puede promover el Código de ética, lo tomé del título de un libro de Daniel Prieto Castillo, que publicó en el 1986, que se llama *Voluntad de verdad o voluntad del espectáculo*. Ciertamente esta pregunta es retórica, en esto que decimos de captación de la benevolencia, captación de la atención, porque doy por descartado que no existe, en el caso de ustedes, la voluntad del espectáculo, sino que doy por sentada la intencionalidad de la búsqueda de la verdad, de la verdad última, cuando uno busca el código de ética. Esto como contexto.

Lo que me inquieta es la plausibilidad, la sostenibilidad de un comportamiento ético sugerido en un código existente a partir de temas como los planteados en contexto del capitalismo informacional, de la

globalización de la economía, de las tecnologías. Me pregunto lo siguiente: ¿cómo incorporar una dosis de realismo en un código que tiene por función iluminar los comportamientos y tendernos hacia la utopía?

Me parece que estas son cuestiones que tienen que seguir operando, por lo menos nuestros compromisos ciudadanos. La ética ilumina, orienta, nos provee de normas y referencia, nos marca un horizonte posible de alcanzar para rutinas profesionales y para que estas rutinas sean siempre revisadas, en esta función tan noble que es el servicio público a la información. Pero hay un entorno que es particularmente dinámico y complejo, que está incidiendo en las prácticas periodísticas con una noción de urgencia y hay que incorporarlas de alguna manera, en una frontera muy porosa a la que no estamos acostumbrados.

Un grupo de colegas han comparado el servicio público mediático de la BBC, Radio Canadá y Radio France. ¿Qué es lo que señalan? Que los desafíos que están enfrentando los servicios públicos hoy son absolutamente titánicos. Ya no esperamos la radiotelevisión pública en el contexto monopólico, sino que están las telecomunicaciones absolutamente liberadas, internet, servicio de *streaming*, redes sociales, jóvenes, etcétera. Un servicio público iluminado por un código que tiene que proveer información de interés público para jóvenes que se conectan y se desconectan en redes privadas que eligen, en un contexto en que los estados están reduciendo el financiamiento público y que los egresos de la publicidad son absorbidos por ese otro gigante. Por eso me parecía que tomaba lo de Alfredo de alguna manera.

Entonces, cómo promover la creatividad en estos servicios públicos para desarrollar ofertas, contenidos innovadores, cuando de alguna manera son programas obsoletos que es lo que caracteriza a los servicios públicos cuando nos comparamos con los servicios privados. ¿Cómo se pueden adaptar esos canales de difusión a las redes digitales? La consideración de la civilización digital tiene que tener un énfasis determinado en un código de ética, porque eso complejiza notoriamente el ejercicio periodístico, la producción de la ficción, el periodismo cultural, etc., donde las audiencias también intervienen. Esto tiene que ver con el tema de las audiencias, no en forma organizada o sí, pero disimulada. Radio Canadá, por ejemplo, estaba haciendo un trabajo del año 2010 en adelante, elaborando plataformas participativas con aplicaciones de inteligencia artificial, y el mayor desafío para estos colegas que mencioné era cómo llegar a lo que hoy se llama la descubribilidad de los contenidos nacionales, que también importan

en esta superabundancia de oferta internacional que hay en línea, y lograr la deslinealización del contenido, para que pase de la lógica monopantalla, apoyada en la televisión y en la radio, a una lógica multipantalla digital, donde la información es proporcionada en un contexto de movilidad absoluta.

Y esto ¿por qué es importante? Porque afecta tremendamente al desafío ético del periodista, su capacidad de intervención en redes, la exigencia tremenda y la presión que ejercen en la respuesta de inmediatez con fuentes ocultas, con troles, con esa instantaneidad que conspira contra la distancia crítica que un o una periodista necesita y contra la verificación de fuentes y, de alguna manera, van induciendo al sensacionalismo o a la copia de contenidos. Entonces, cómo entrar a hacer información como bien social, cómo relacionar periodismo y militancia, o no confundir las convicciones que tenemos desde el punto de vista ético, que no deben obstaculizar el sentido crítico del periodismo en ese contexto de absoluta inmediatez.

César Aguiar decía que no basta creer o saber hacer ciencia, hay que saber qué ciencia se quiere o al servicio de qué, pero hay que hacer ciencia y hay que hacer periodismo.

DANIEL ESCRIBANO: Mi idea es compartirles algunas cuestiones propias de la mirada que podemos tener desde la universidad pública. Universidades nuevas que se han constituido en la Argentina hace no más de diez años. La Universidad Nacional de Avellaneda cumplió el año pasado sus primeros diez años de vida y una de las carreras que tenemos es la Licenciatura en Periodismo. Nuestra carrera es hija de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Entonces, hemos pensado mucho en cada una de estas cosas.

Sin lugar a duda, hay que celebrar estas mesas de discusión e intercambio para llegar al primer Código de ética de RTA, y, por supuesto, pensar, debatir y trabajar para que esto sea una realidad a corto plazo. Tomamos la referencia de las ideas y orientaciones para la elaboración de un código de ética publicado por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisuales como para poder avanzar. Hoy estamos en tiempos de definiciones, en tiempos de reconstrucciones en la República Argentina, y el Código de ética para los medios públicos es fundamental.

Me permito hacer un pequeño diagnóstico de lo que pasa en el periodismo en Argentina, que también nos tiene que impulsar para avan-

zar en esto, porque estamos atravesando un momento lamentable del periodismo, salvo, por supuesto, por honrosas excepciones. Tenemos un menú de operaciones, de mentiras, de confusiones y, lamentablemente, es mucha violencia que vemos a través de los medios de comunicación. Es un combo donde encontramos una precarización del trabajo de los compañeros y compañeras periodistas, a través de políticas de las grandes corporaciones. Con este diagnóstico inicial, nos quedamos con la necesidad de dejar en claro que debemos tratar de hacer algo como para renovar esa costumbre, esa forma de ser de los periodistas, esa esencia de hacia dónde vamos, a qué nos dedicamos. Esto de contar historias y analizar la realidad, de tratar con mucho respeto esa materia prima de la que nos nutrimos permanentemente que es la información, tratar de darle mucho espacio a analizar por qué pasan las cosas que pasan y, a partir de las respuestas de ese por qué, esa materia prima que es la información es vital. Tenemos que tratar de ser respetuosos y hay una palabra que va detrás de todo el Código de ética, que tiene relación directa con la honestidad de cada uno. Es recuperar la honestidad.

No quiero generalizar, pero es lo que nos pasa a nosotros al ver los medios de comunicación donde estamos ante un escenario muy previsible y ya se sabe lo que se va a ver o escuchar en los medios, por eso también bajan las audiencias y también hay todo un cuestionamiento a la profesión.

Retomar nuestra historia como periodistas, correr los cortinados, entender la construcción de la noticia y también la construcción de los hechos. Hace poco, en una de las cátedras que tengo en la Universidad Nacional de La Matanza, hablábamos un poco de ese código de ética del diario *Perfil* de 1998, que parecía revolucionario, que fue una movida muy grande y había cierta expectativa, pero lamentablemente se quedó en una iniciativa. Tenemos que retomar los valores de la actuación profesional acorde, socialmente valiosa, transitar la honestidad.

Las normas conductuales, los valores y los procedimientos, eso es absolutamente discutible, pero lo que no es discutible es que necesitamos de un código de ética, referenciar normativas, porque los periodistas tenemos un rol importante en esta sociedad. Somos agentes socializadores, formadores de hábitos, de opinión, de valores. Pero no solo dejarlo en manos de nosotros que hacemos periodismo, sino que se relacione con el lugar donde trabajamos, con las empresas, con el Estado. Por supuesto, con el Estado.

Ahora, desde la universidad pública, celebramos esta nueva etapa en la que vemos que las universidades volvemos a ser parte de las políticas públicas de Estado y, en ese contexto, la formación de los futuros periodistas tiene que tener este foco, esta situación que nos debemos y que yo celebro.

Para cerrar, la veracidad como principio sí, pero hay que alejarnos de manipular la información, falsear la información, no inventar las fuentes.

Por último, las universidades debemos articular con los medios públicos, las universidades tenemos un sistema de medios públicos muy importante, las universidades debemos articular con los sindicatos de prensa. Lo estamos haciendo y seguramente vamos a tratar de llegar a ese camino que celebro y por eso el reconocimiento a todo el trabajo que viene haciendo Cynthia y RTA en este sentido.

ANDREA VARELA: Muy buenos días a todos. En primer lugar, agradecer la convocatoria y agradecerle, Cynthia, por siempre estar generando estos espacios de discusión y propiciando también el encuentro entre todos quienes estamos hoy aquí, conversando y participando de este espacio. Saludar también a compañeros y compañeras tan queridos y tan queridas.

Qué importante esta articulación. Con la Facultad de Periodismo estamos llevando adelante, junto a SAGAI, un espacio llamado PIRCA (Programa para la Industrialización y Recuperación de la Cultura Audiovisual) donde se está trabajando sobre la investigación en comunicación audiovisual, a 70 años de la primera emisión televisiva de nuestro país que se van a cumplir este año, así que es una gran alegría que se esté trabajando sobre este Código de ética, sobre el primer Código de ética. También, quería felicitar a todos los trabajadores y las trabajadoras y a la Televisión Pública por este gran paso que estamos dando para nuestros medios públicos y, ojalá, para nuestros medios de sistema privado. Este es un contexto que nos desafía enormemente porque es un contexto de hiperconcentración mediática, donde se atenta contra la democracia, donde se atenta contra el derecho a la información y a la comunicación de nuestro pueblo.

Yo quisiera mencionar tres ejes que serían importantes que un código de ética de los medios públicos pudiera contener. El primero, es un código de ética que tendría que inscribirse en un paradigma de derechos, en un paradigma de justicia social, incorporando y transver-

salizando perspectiva sobre género, sobre derechos humanos, sobre migrantes, sobre niñez, sobre discapacidad. Es necesario producir un campo de reflexión que cruce las tareas de comunicación, las áreas de teorías del Estado, las áreas de construcción de la identidad nacional, el debate sobre la democracia, sobre la soberanía nacional, como un modo de comprender las prácticas emergentes en comunicación y en derechos humanos, pero de manera específica y contextualizada.

El uso de un lenguaje respetuoso e inclusivo, no peyorativo, especialmente en la práctica y en la profesión del periodismo y la comunicación social; que incorpore reflexiones de los distintos modos de representación de los colectivos sociales, de los movimientos sociales, de sus tácticas y estrategias comunicacionales. Hacer un correcto uso del lenguaje no discriminatorio, inclusivo, eliminando estereotipos, en toda la programación de los medios públicos. No solo en lo informativo, sino también en la ficción, en los programas de entretenimiento, en los *magazines*. Y por qué no pensar algo que incluya a las publicidades, la publicidad también comunica cierto modo de mirar el mundo.

Cuando hablamos de la necesidad de construir una comunicación feminista, transfeminista, diversa, pluricultural, popular, estamos hablando de construir desde la pluralidad y la diversidad, rompiendo con miradas hegemónicas, patriarcales y colonialista sobre la comunicación. Cuando hablamos de paridad en nuestros medios, paridad entendida como igualdad, lo hacemos como inclusión, pero no solo de las mujeres, sino también de identidades disidentes. Esa inclusión implica no solo incorporar a personas físicas, sino que también es cuestionar, desarmar y replantear qué comunicación hacemos.

No solo se trata de ver qué medios físicos construimos, sino qué comunicación queremos. La perspectiva de género fue históricamente invisibilizada, no está garantizada de una vez y hacia adelante, sino que va teniendo avances, disputas, y desde la comunicación es imprescindible construir nuevas retóricas y desanudar esas formas del poder que están en el lenguaje, que sostienen este poder en función de las sexualidades, los géneros, los feminismos, las diversidades. Hay que sostenerlas en el tiempo porque siempre van quedando invisibilizadas. Por eso hablamos del desafío del lenguaje, un lenguaje no sexista, de la eliminación de este lenguaje que genera y reproduce estereotipos de género, que reproduce la violencia simbólica y la violencia mediática.

También, si hablamos de niñez y adolescencia, en principio tenemos que hablar del uso del plural, porque sabemos que no está deter-

minado por una marca biológica la niñez y la adolescencia. No hay una esencia de niño, niña o de niñe, sino que son categorías construidas a través de un instituto que detenta el poder de atribuir ciertos sentidos comunes homogéneos. Entonces, un código de ética que pretenda apostar a unas niñeces libres tendría que apelar a un derecho y a una identidad libre, apostando a un discurso no sexista, no binario, incluyendo voces, experiencias, opiniones y representaciones, que incluyan la diversidad de expresiones de las niñeces, alejadas de los estereotipos que persisten en los relatos, en las imágenes, en las iconografías, en los colores y hasta en las tipografías utilizadas.

El segundo eje es sobre la tarea y el trabajo periodístico. Ejercer el trabajo periodístico desde la responsabilidad social, desde la ética periodística, que se inscriba en el paradigma de verdad. Como decía Rodolfo Walsh, la verdad, es la verdad de los pueblos y la verdad que se milita. Sin dar información mentirosa y malintencionada. La mentira de algunos medios de comunicación en nuestra región fue clave para algunos golpes de Estado, como en Ecuador en el 2010; encarcelamientos arbitrarios, como sucedió con el arresto de Lula; golpe de Estado, como sufrió Evo en el 2019; persecuciones en nuestro país, como sucede con Cristina Fernández de Kirchner y el encarcelamiento de Amado Boudou.

Aquí, entonces, las pautas básicas del trabajo y el oficio periodístico, la multiplicidad de fuentes informativas, citar la mayor cantidad de fuentes posibles, no quedarnos con una sola, contrastar las fuentes, comparar qué es verdad y qué es mentira. En caso de utilizar el derecho a la reserva de las fuentes o el derecho periodístico, hacerlo responsablemente, con justificación y fundamento. Trabajar desde un paradigma de verdad, responsable, comprometido con la veracidad informativa, combatiendo así la desinformación.

Por último, el tercer eje es sobre las audiencias y el derecho a la comunicación. Sabemos que las audiencias se construyen y necesitamos comunicadores y comunicadoras responsables para tener audiencias responsables, necesitamos productos comunicacionales responsables. Cuando hablamos de audiencias, hablamos de ciudadanos que construyen democracias que demandan, que ejercen y que amplían derechos, por eso la tarea de comunicar es la formación ciudadana. La tarea de los comunicadores y comunicadoras es la formación ciudadana, por eso necesitamos ejercerla a conciencia y con responsabilidad. No existe la ética como verdad que se transmite, de reflexión y formación

permanente. En contextos actuales, en los que predomina una política de medios hegemónicos, donde las mentiras, el *law fare*, en tiempos de posverdad, se producen mentiras sistemáticas, y sus repeticiones hasta el cansancio. Todo esto va de la mano y permite llevar adelante la persecución, la estigmatización.

Un código de ética tiene que ser un código que anude la información a la comunicación y el derecho a la comunicación de la sociedad, para así tener una verdadera comunicación democrática. Hablamos de la ética periodística que forme comunicadores que hagan coberturas responsables, pero además sean perspectivas que incorporen las diversidades, el género, las discapacidades, las personas mayores, migrantes, fortaleciendo una comunicación organizada, antirracista, feminista, anticlasista, descolonizada y solidaria.

Por último, un código de ética que luche y permita contrarrestar las pedagogías del odio y de la crueldad que enseñan los medios de comunicación hegemónicos, que son los productores privilegiados de subjetividad en nuestra sociedad. ¿Cómo se contrarrestan esas pedagogías del odio y de la crueldad? Con una pedagogía de la solidaridad. La pandemia puso en evidencia que nadie se salva solo, que solo el Estado puede proteger en momento de grandes crisis y emergencias. Los medios deben ser ese lugar de encuentro con el otro y de construcción de lo común y colectivo, en eso se va a jugar la emancipación de nuestros pueblos.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchas gracias, Andrea. Empezamos con las preguntas. Nené Vidal le pregunta a Beatriz: “¿Cómo se conforman estos consejos ciudadanos? ¿Cómo y quién los selecciona?”.

BEATRIZ SOLÍS LEREE: Existen diferentes modalidades, pero, en términos generales, el medio tiene que lanzar una convocatoria pública, invitando a organizaciones sociales dedicadas al tema de la comunicación, de la ética o representativa de determinados tipos de sector social. Se convoca a toda la sociedad a que se inscriba y es un proceso en donde los consejos de programación que existen en los medios públicos evalúan las características de cada uno de los candidatos en una serie de variables, a modo de ejemplo: nivel de representatividad de las comunidades marginadas, precisamente de la diversidad sexual, o un representante de la comunidad indígena que esté en la localidad, periodistas, académicos, es decir se busca esta pluralidad en términos de los

consejos. La cantidad de miembros en un consejo ciudadano también fluctúa entre unos nueve y once integrantes.

En el caso particular del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR), básicamente, la convocatoria la lanza el Senado de la República. El Senado, en una reunión de Comisiones Unidas de Radio, Televisión y de Telecomunicaciones, evalúa a los posibles candidatos. En los otros casos, se arma una terna donde el Consejo de Programación junto con la dirección del medio, nombran a los candidatos que van a quedar. El presidente del Consejo lo nombra el propio consejo ciudadano y elabora su reglamento para establecer sus mecanismos de trabajo con independencia al canal, pero el medio le tiene que proporcionar los recursos para que se reúnan y se convoquen, en ese sentido, un apoyo. En fin, surgen de una convocatoria pública y se selecciona, en la mayoría de los casos, por parte de un consejo de programación que tienen los medios públicos.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchas gracias, Beti. Es similar al Consejo Honorario Consultivo de los Medios Públicos de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Ocorre que dañaron tanto nuestra ley que a veces pasa inadvertido. De hecho, su conformación es una deuda aquí en nuestro país. Christian Tenreiro se pregunta en el chat: “¿El trabajo del consejo es *full time* o es *ad honorem*? ¿Quién regula las *fake news* en México? Si es así, ¿qué penalidad tienen por dar noticias falsas?”.

BEATRIZ SOLÍS LEREE: Es *ad honorem* y se reúnen a trabajar específicamente a partir de cada una de las convocatorias. Desde ahí, se pueden asumir tareas que se tendrán que llevar a la siguiente reunión. En cuanto a quién regula, en este momento, precisamente, hay un gran debate en México en torno a esta posibilidad o no de la regulación de las *fake news*. Han surgido muchas nuevas empresas que son plataformas de periodistas para verificación. Hay varias organizaciones que se llaman verificados o verificando. En fin, empieza a surgir apenas y en términos normativos está en proceso, pero con esa frágil frontera de la censura y la libertad de expresión, está costando trabajo esta propia definición, está en este momento en debate.

CARMEN RICO: Quería decir algo de la propuesta que hacían para Radio Canadá, donde se pedía que se garantizara un financiamiento público, al menos por cinco años, para que pudieran funcionar los códigos de ética.

CYNTHIA OTTAVIANO: Seguimos abriendo el micrófono a quien quiera, ¿Osvaldo?

OSVALDO SANTORO: En verdad, me han despertado una curiosidad tremenda, como para estar todos los jueves. Me parece fantástico el relato de cada uno y fundamental para entender dónde estamos parados. Andrea Varela hablaba de SAGAI, PIRCA y la multisectorial. Hay mucho para trabajar, hay muchas entidades comprometidas con esto. Me gustaría que en un futuro podamos convocar a las cinco entidades de sociedad de gestión de Argentina, para que puedan aportar desde el derecho a la propiedad intelectual, estudiando la posibilidad de establecer una ley parecida a la que tiene la Unión Europea respecto de la gestión de la propiedad intelectual, que por primera vez incluye a los periodistas.

Cuando comenté esto en una charla en la Editorial Perfil, en la escuela de periodismo, en seguida los periodistas me dijeron que iban a apoyar. En esta instancia, está bueno que los periodistas de medios muy poderosos apoyen estas iniciativas sobre todo por el tema de la propiedad intelectual, porque a ellos les va a venir un beneficio que están buscando desde hace tiempo y no lo tienen, como la posibilidad de cobrar derechos de propiedad intelectual por sus editoriales, en especial en las plataformas se viene como inevitable y de alguna manera hay que afrontar.

DANIEL ESCRIBANO: Este es un tema clave y me parece que las universidades públicas y las carreras de periodismo y comunicación van a estar muy interesadas en conocer todo el proceso. Aquí tenemos la autopista Buenos Aires-La Plata de las carreras de comunicación porque tenemos Avellaneda, Quilmes y La Plata. Así que, a disposición para generar algún diálogo en las universidades públicas.

CARMEN RICO: Una pregunta pensando en la inclusión de las personas con discapacidad, lenguaje de señas, lenguaje visual, pero también recuperando a Jesús Martín-Barbero cuando hablaba de recuperar las dimensiones tonales. ¿Es frecuente que en la Televisión Pública Argentina hable un cordobés o un jujeño y que pueda conservar su tono para hablarlo?

CYNTHIA OTTAVIANO: La respuesta lamentablemente es no. Entonces, ¿qué es ser federal en los medios públicos? También hay un debate en

torno de las lenguas de los pueblos originarios, porque tenemos un idioma oficial, pero también nuestra Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual nos convoca a la inclusión de pueblos originarios con sus propias identidades, con sus propias lenguas.

OSVALDO SANTORO: Una cosa con respecto a esto. Es importante porque los actores tampoco tenemos la posibilidad de doblar para cualquier país. En general, los argentinos tenemos un acento que no es bien recibido porque tiene que ser neutro. Hay que hacer una escuela especial para manifestarse de manera neutral, de modo que pueda entrar nuestro trabajo en otros países. No es solamente acá, es en todo el mundo y es un tema para mí central, que alguna vez hay que abordarlo.

GUSTAVO RÍOS: Buen día. Si me permiten, un comentario. Nosotros también tenemos nuestra supresión y nuestra neutralidad. Si uno mira cómo salen los locutores en todo el país, uno va por Santiago, por Mendoza o por Salta y escucha un porteño *boutique*, porque nos hacen salir así de la escuela de locutores. Esto es un ejemplo de la demostración de la supresión de estas identidades de los pueblos originarios y de sus lenguajes que también permearon en las tonadas. Erika Schmocker puede contarnos sobre lo que pasa en Misiones. Los pueblos originarios han permeado esas tonalidades que tenemos en la Argentina y tendría que formar parte de un reconocimiento en un código de ética. Además, da para un debate más amplio que tiene que ver con el tratamiento informativo.

CYNTHIA OTTAVIANO: Así es, Gustavo. En las mesas siguientes también podemos sumar estos temas.

GABRIELA DRAMISINO: Quería comentar una experiencia de cuando trabajé en lo que hoy es el Enacom, Afscsa y Comfer, cuando regía la vieja ley de medios. Ni las escuelas, ni las cooperativas, ni las universidades, ni las iglesias, nadie podía tener radios y licencias de radio. En este plan, donde se instalaron radios en escuelas rurales y de frontera, se inauguró una en Pichanal (Salta) que fue la primera radio en que se hablaba en awa guaraní. Eso pasó hace veinte años, por eso algunos precursores hubo para este tipo de cosas. Eso fue en el año 2000, cuando Gustavo López fue interventor del Comfer. Esta experiencia se realizó a través de un convenio con el Ministerio de Educación que

presidía Andrés Delich en ese momento. No solamente se instalaron nuevas radios, sino que muchas radios tuvieron la posibilidad de legalizarse en zonas de frontera y en escuelas muy lejanas. Ahora Erika se fue, pero en El Dorado (Misiones) logró que los chicos escucharan y pudieran participar de la radio, hablar mejor el español, ya que se hablaba mucho portugués por su cercanía con la frontera. Quería dar algo anecdótico porque siempre hay una piedrita fundamental que va abriendo camino para este tipo de cosas.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchísimas gracias por todas las intervenciones. Nos reencontramos el próximo jueves, a las 10.

Cómo erradicar los edadismos y viejismos

Mesa debate virtual

Jueves 2 de septiembre, 10:00 horas

Coordinación: Cynthia Ottaviano

Producción: María Laura Anselmi

Especialistas: Dolores Espeja, coordinadora del Conacai (Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia); Paula Chinellato, jefa de gabinete de asesores/as de la Secretaría Nacional de Niñez, Adolescencia y Familia de la Nación; Alejandro Linares, investigador del Conicet; Liliana Urbina, de la Revolución de las Viejas; y Tamara Haber, antropóloga social, docente de la Universidad de Buenos Aires.

Palabras clave: niñez y adolescencia, derechos, abordajes críticos, honestidad, gubernamental, agendas, federalismo, personas adultas mayores, edadismo, viejismo.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muy buenos días. Hoy le damos la bienvenida a Dolores Espeja, guionista cinematográfica de la Universidad del Cine, abogada de la UBA y, actualmente, coordinadora del Conacai (Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia). Gracias, Dolores, quiero que sepas que todas las personas que van a participar y participaron fueron votadas por unanimidad por quienes integran el colectivo de trabajadores de la TV Pública. Paula Chinellato, licenciada en Ciencias de la Comunicación de la UBA, trabaja en la Jefatura de Gabinete de la Secretaría Nacional de Niñez, Adolescencia y Familia. Alejandro Linares es investigador del Conicet, profesor adjunto en la Universidad Nacional de Formosa, su tesis de doctorado es sobre los medios del Estado nacional durante el kirchnerismo. Liliana Urbina, médica con orientación en salud mental y pública e integra La Revolución de Las Viejas, asesora de la diputada nacional Gabriela Cerruti. Tamara Haber es antropóloga social, docente en la Facultad de Filosofía y Letras, asesora parlamentaria de Gabriela Cerruti. Dolores, por favor, comenzamos con vos.

DOLORES ESPEJA: Muchas gracias a todos. Por un lado, agradecer y saludar muy gratamente la iniciativa de este proceso del Código de ética, porque es vital para promover prácticas que garanticen y consoliden el derecho humano a la comunicación. En este sentido, nos importa en particular incluir la voz del Conacai (Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia), que asesora en materia de derechos de las infancias y adolescencias en los medios a la autoridad de aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, el Enacom.

Este espacio nació con la propia Ley N° 26.522, que le dio existencia. Fue el resultado de la militancia de distintos colectivos que venían trabajando en función de estos derechos y consiguieron formar parte de este espacio articulado. Muchos de estos actores sociales siguen formando parte en la conformación actual del consejo, que además amplió la participación a muchas otras organizaciones y organismos. Somos un organismo nacional, con representaciones de gobiernos provinciales, sectores de la producción audiovisual, universidades, gremios docentes, ONG, etcétera. Una gran diversidad que le aporta a este espacio una perspectiva plural, multisectorial y federal, como la ley pide, y orienta el diseño de políticas públicas que promuevan los derechos comunicacionales de infancias y adolescencias. Cabe aclarar que estamos atravesando un proceso de refundación porque durante la gestión anterior estuvo prácticamente inactivo. Cuando nosotros nos referimos a derechos comunicacionales, estamos hablando de derechos que les atañen a niños, niñas y adolescentes y pueden ser promovidos o, por el contrario, vulnerados, a través de los medios audiovisuales y de las plataformas digitales, los multipantallas.

Estos derechos están presentes en la Convención sobre los Derechos del Niño, con jerarquía constitucional en nuestro país, y están receptados desde la convención en la legislación nacional específica, entre la que se encuentra la LSCA, que obliga a quienes produzcan, emitan u obtengan beneficios por la transmisión del programa de publicidad, velar por el cumplimiento de una serie de leyes nacionales que atañen a distintos colectivos sociales, entre ellas la Ley 26.601 de Protección Integral de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes.¹³

De este marco legal, nos interesa rescatar dos principios. Por un lado, es un marco legal que los confirma como sujetos de derecho y no

¹³ Véase <<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/110000-114999/110778/norma.htm>>.

como sujetos de tutela, como ocurría con la antigua Ley de Patronato. De este marco, se desprenden dos principios orientadores de toda la normativa: el concepto de interés superior de niñas y niños y el concepto de autonomía progresiva. Por autonomía progresiva entendemos una etapa de la vida de las y los sujetos que atraviesan un proceso de desarrollo madurativo, físico y psíquico que, desde el punto de vista de la socialización, también implica un alcance progresivo de autonomía en la toma de decisiones sobre los asuntos que les conciernen. Esto implica, para la cuestión de los medios, la necesidad de darles la participación que les corresponde en su calidad de sujetos. Al mismo tiempo, resalta que hay distintas posibilidades progresivas de apropiarse y reelaborar determinados discursos, imágenes y fenómenos puestos en pantalla, en función de la instancia de desarrollo por la que estén transitando. Por lo tanto, son dos aspectos del mismo principio que habría que contemplar al momento de producir y programar.

Por otro lado, el concepto de interés superior de las niñas y los niños que implica, entre otras cosas, que la Ley de Protección Integral de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes establece, de manera expresa y clara, que ante un conflicto que pueda suscitarse entre derechos de niños, niñas y adolescentes y otros derechos también legítimos, van a prevalecer los primeros. Esto es pilar a la hora de pensar situaciones en las que se producen estas colisiones, porque el derecho a la información de la audiencia también está. Para poner un ejemplo que puede resultar conocido: el caso de búsqueda de paradero, donde los medios cumplan la función social valiosa de colaboración con esa búsqueda, pero una vez hallado el niño o la niña, esa función ya fue cumplida y el caso sigue en manos de los organismos públicos pertinentes, es decir, ya no debería formar parte de los contenidos audiovisuales porque estarían vulnerando el derecho a la intimidad, la privacidad, etcétera de la niña o el niño. Acá se pone en juego el interés superior. Mencionamos esto, para sopesar las situaciones y no inhibir el abordaje de cuestiones o contenidos dirigidos a las infancias. Al contrario, creemos que es posible hacerlo sin cometer vulneraciones.

Quiero cerrar esta participación invitándolos, por un lado, a que haya un apartado o un artículo específico sobre infancia y adolescencia en el Código. Además, que sepan que pueden contar con el Conacai como espacio de referencia para el asesoramiento y considerarlo fuente especializada para el tratamiento y el abordaje de contenidos vinculados a las infancias y adolescencias, por su carácter multisectorial.

CYNTHIA OTTAVIANO: Gracias por tu aporte. Voy a llevar como moción para el jueves que viene la guía *Por una comunicación democrática de la niñez y la adolescencia* <http://www.consejoinfancia.gob.ar/wp-content/uploads/2015/04/ComDemocratica_web.pdf>, para que el colectivo la pueda leer y ver si se adjunta al final del Código en el listado de adhesiones a buenas prácticas y recomendaciones que ya existen. Recordemos que el Código no va a replicar legislación vigente, sino que va más allá. Es un compromiso que tenemos quienes trabajamos en determinados medios con las audiencias. Con lo cual, de poner un párrafo específico de la temática, habría que ver qué incluiríamos y si fuera necesario hacerlo, porque ya está puesto en un artículo vinculado con la erradicación de la violencia y discriminación contra grupos históricamente vulnerados que especifican niñez y adolescencia, y la adhesión a la guía. En principio, parecería que eso ya cuadraría, pero si ustedes consideraran que deberíamos agregar algo más, en la próxima intervención pueden decirlo específicamente para que lo podamos considerar. Muchísimas gracias. Alejandro, por favor.

ALEJANDRO LINARES: Muchas gracias por la invitación y también por haber aceptado la participación. Voy a ir directamente a mis aportes o reflexiones. Me parece que el documento de base es muy valioso, informado, sólido, es un insumo fundamental, pero también me parece que es posible hacer algunas precisiones que permitan, justamente, lograr una síntesis de todos estos insumos.

Me parece que sería mejor evitar la utilización de términos como *independencia*, *neutralidad* u *objetividad*, que son términos que se usan en algunas de las fuentes que están tomadas en el documento base, pero que a mí me da la impresión que sería más pertinente hablar de honestidad, profesionalismo, abordaje crítico, operaciones mercantiles, partidarias y gubernamentales, así como de tratamiento editorial responsable respecto de intereses gubernamentales y otros poderes del Estado, políticos y económicos. Porque la ley audiovisual no habla de objetividad, independencia ni neutralidad en ninguno de sus apartados. Creo que es un acierto y que efectivamente se reafirma el pluralismo en sus múltiples dimensiones, con lo cual, a la hora de hablar del tratamiento de la información y la actividad periodística, iría por ese tipo de definiciones.

Respecto de la agenda, me interesaba plantear que en Radio Nacional y en la TV Pública deben trabajar en construir una agenda propia,

que evite seguidismo comercial y de la agenda gubernamental. Que no desconozca estas dos agendas, porque son fundamentales para reconocer el ámbito en el cual se va a desempeñar. Que no esquive los grandes temas, pero que tampoco esquive las pequeñas historias en un país diverso, desigual y federal como el nuestro. Creo que es posible que los medios públicos amplíen el horizonte de temas y enfoques, pero también que no desatienda la demanda mayoritaria. Es fundamental que el Código de ética se realice y se complemente con un manual de estilo, que entiendo en Radio Nacional ya existe uno. Por eso, se puede trabajar, reescribir, profundizar, ampliar, porque la TV Pública debería darse un manual de estilo. No lo digo como una demanda formal, sino porque en la actualidad los medios ya no son solo el *broadcasting*, sino también son páginas de internet, sus intervenciones en las redes sociales, y poder tener una herramienta, además del Código de ética, que pueda unificar el criterio de todos los profesionales podría ser un insumo fundamental. Con lo cual, el Código de ética es un aporte, el modo en el cual se está elaborando me parece fundamental y creo que debería aplicarse a un manual de estilo.

En este aspecto, tanto el Código de ética como el manual de estilo deberían hacer un espacio aparte con relación al tratamiento de las imágenes. Hoy en día, las imágenes son una trampa para el periodismo, fundamentalmente las imágenes caseras, surgidas en sistemas de biovigilancia, de celulares anónimos. En los noticieros hay una sobreabundancia de estos contenidos, pero no hay tanta reflexión. Plantearía una serie de cuestiones muy básicas. Las imágenes tomadas desde sistemas de videovigilancia o en forma casera no son fuentes autosuficientes, no son realidad incontestable, siempre se precisa de la contextualización. Que solo se puedan usar este tipo de imágenes cuando se disponga del crudo el material y no de fragmentos editados. Chequear cuando se reciban imágenes previamente editadas y no replicar acríticamente imágenes que lleguen de otros medios o de otros programas. Evitar la truculencia, la reiteración, el sensacionalismo, la violencia, en sintonía con las recomendaciones de la Defensoría del Público. Lo más importante es preguntarse siempre si las imágenes recibidas forman parte de un hecho de interés público, preguntarse sobre la pertinencia noticiosa de estas imágenes caseras. También, hay que comprometer en el Código de ética a todos los trabajadores, gerentes, periodistas, los que forman parte de producciones, en la capacitación permanente. Es posible pensar en instancias formales de capacitación, articulaciones

con la Defensoría del Público con base en todas las guías que produjeron. Muchos periodistas desconocen la existencia de estas guías, con lo cual creo que se pueden plantear incluso una cantidad x de capacitaciones formales de trabajadores y que estos se comprometan a participar.

Hay otros dos elementos que quiero señalar. Un informe de gestión, que RTA no ha tomado esa práctica hasta el momento. Publicar un informe de gestión anual en sus páginas, que sea público, legible y disponible para las audiencias. Forma parte de una práctica ética de la institución disponer cada año de un informe anual de gestión con datos sobre escalas salariales, presupuestos, logros, apuestas, discusiones que se ha dado el directorio, etcétera. Esto me parece central como parte del compromiso ético.

Por último, me parece que el espacio del Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos incluido en la ley audiovisual, que ha tenido poca actividad en el último tiempo, se constituye como la contracara ideal del Código de ética. El consejo consultivo podría ser el espacio de confirmar y controlar que el Código de ética se cumpla.

Si hay voluntad de la gerencia, de los gremios y de los trabajadores, es posible que un código de ética abra un campo para dar discusiones, reflexiones, para apuntalar la actividad periodística, en especial cuando hay cambios generacionales de trabajadores, para que se encuentren con un marco de acción, con un documento al que puedan apelar o respaldarse. Me parece un aporte central y la modalidad participativa de la elaboración, un gran logro. Les agradezco mucho estos minutos.

CYNTHIA OTTAVIANO: Excelente, Alejandro, la verdad que te agradece mucho. Me veo casi obligada a hacer una serie de aclaraciones frente a tu intervención. La primera es que cuando empezaste y dijiste “no hay que usar o hay que evitar las palabras ‘independencia’, ‘neutralidad’, ‘objetividad’”, me fui a lo que escribimos en carácter urgente. Creo haber hecho una lectura en diagonal y no encontré las palabras. Después lo veremos, sí me interesa muchísimo porque dijiste “honestidad y tratamiento editorial responsable”. Espero que el jueves que viene podamos seguir debatiendo este tema y el tema de las imágenes, porque comenzamos con la redacción de ese artículo. Hay un borrador hecho, con lo cual me encantaría recibir tu aporte de acá al jueves que viene para introducir alguno de los aspectos, porque no nos expresamos sobre las cámaras de videovigilancia y caseras, aunque sí en el sentido del morbo de imágenes de archivo. Con respecto a las guías de la Defensoría del Público ya

están todas aprobadas e incluidas por unanimidad. Con respecto a un manual de estilo, mencionás el de Radio Nacional, lo hemos tomado como antecedente, nos propusimos adherir a una serie de guías y recomendaciones que vamos a tomar en principio como nuestro manual de estilo. Después, con la creación de un observatorio que pretendemos, hemos dicho que nos va a llevar un año la implementación, porque ya resolvimos capacitación permanente. Esto apenas comienza, te agradecemos un montón. Ahora Liliana Urbina o Tamara Haber, por favor.

LILIANA URBINA: En principio coincido con todos en lo excelente de esta iniciativa que parte de un proceso de consulta y me parece muy necesario que exista un código de ética. Agradecer la invitación, que ya es una muy buena señal de que nosotras, yo represento al movimiento de Revolución de las Viejas, como viejas hayamos sido convocadas. Eso también es una muy buena señal porque el tema de la discriminación por las cuestiones de edad, los edadismos y los viejismos, está tan naturalizado que ni siquiera está considerado en un marco legal.

Soy vieja y como tal no me veo representada o no nos vemos representadas. Estoy hablando en nombre de un movimiento de más de 30.000 mujeres en distintas partes del país.

Estamos abordando todas las cuestiones y temáticas relativas a la vejez, que tienen que ver con que la expectativa de vida se ha alargado, pero no se ha pensado nada en cómo transcurrir esos años, cómo habitarlos, cómo transitarlos. Es más, lo que tenemos son modelos de una vejez vieja, de la vejez que fue la de mis padres por ejemplo, pero nosotras ya somos viejas diferentes, hablo de nosotras porque esto nace dentro de los movimientos feministas, pero abarcamos la problemática de las vejeces en toda su diversidad y su amplitud.

Consideramos que es necesario visibilizar a la vejez, ¿por qué? En primer lugar, si miramos a los medios audiovisuales, por lo general, no hay personas viejas y cuando aparecemos estamos en las publicidades de pañales, de pegamento de la dentadura, de cremas *antiage* y todo lo que sea para camuflar, para disfrazar la vejez de juventud. Hay poca presencia de lo que son las vejeces reales. No tenemos mandatos de que hay que teñirse o no hay que teñirse, nuestro cuerpo es nuestra decisión, cada una hace lo que quiera hacer, pero es importante que esto sea una libre elección y para esto es importante que exista un cambio cultural que nosotras estamos empujando y tratando de instalar esta temática en la agenda pública, en la agenda política.

En esto, el rol de los medios audiovisuales es fundamental, ahí es donde nosotras creemos que es tan importante que nos hayan tenido en cuenta, porque ya pasamos la primera barrera. Nos hemos dado cuenta de que no es posible que cuando se habla de nosotras en la televisión digan “nuestros abuelos”, porque no somos todas abuelas.

Nos encorsetan en un rol y cuando se hablan noticias de los viejos es de la jubilación o de los remedios o el pan, todo un tema relacionado con la medicalización. La vejez es una etapa más de la vida que tenemos que revisar la forma en la que la venimos abordando. Tenemos que proponer nuevos formatos, nuevas cosas, dar espacio a las temáticas y considerarlas. Yo creo que sería muy bueno que en el Código hubiera un punto específicamente destinado a tratar esta temática, pero también creemos que es importante que esté de manera transversal, que sea una mirada transversal que abarque toda esta nueva forma de abordar las vejez, liberándolas un poco del encorsetamiento de prejuicios y de roles estigmatizantes de los que somos objetos.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchas gracias. Quería contarte que hemos escrito un artículo que específicamente estipula como parte integrante de las agendas, enfoques y contenidos, que se deberá priorizar la participación y el pleno acceso de grupos históricamente vulnerados. Ahí, por iniciativa de Fernando Costa, nombramos a las personas adultas mayores y agregamos que sean consideradas como portadores de voz y fuentes de información y opinión. Si, además, quisieran que hubiera algo específico que no esté contemplado, porque no queremos reiterar, están las puertas abiertas para que nos lo envíen.

TÁMARA HABER: Trabajo con Gabriela Cerruti en el área parlamentaria. Después de esta discusión que se dio en la Revolución de las Viejas, encaramos el tratamiento de un proyecto de ley que incorpora todo esto que está diciendo Liliana, especialmente la discriminación por edad. Hemos descubierto que una de las mayores dificultades que atraviesan las personas mayores es la discriminación por envejecimiento. En este proceso descubrimos que la legislación nacional de discriminación no contempla la edad como ninguno de sus factores. Se encuentra la etnia, el género, la clase, pero no así la edad, y esto de la cuenta de la naturalización que todes tenemos sobre los estereotipos negativos y la discriminación que existe. A partir de ahí, iniciamos un

proceso de tratamiento de una ley que es la ley antiedadismo, en contra de todas las discriminaciones por edad.

El edadismo es exactamente eso, nace y es nombrado por primera vez por un gerontólogo estadounidense que se llama Robert Butler, que nombra a este tipo de discriminación. Siempre decimos que para empezar a visibilizar y poder erradicar este tipo de cosas primero hay que ponerle nombres porque si no pasan totalmente desapercibidas. Este primer nombre fue “edadismo” y en la Argentina se lo llamó “viejismo”, relacionado con la discriminación a las personas mayores, pero no solo hacia el colectivo de personas mayores, sino sobre el envejecimiento, en los juicios que caen sobre el envejecimiento de las personas.

El envejecimiento está situado, no es a partir de los 60 o de los 65 años, el envejecimiento puede caer también en una mujer que a partir de los 42 decide ser madre y cae en un juicio de envejecimiento sobre la maternidad. Entonces, lo que estamos proponiendo es esa mirada integral de ese tipo de discriminación, la propuesta es recuperar la legislación existente, la Convención Interamericana sobre Derechos Humanos de las Personas Adultas Mayores <[argentina.gob.ar/derechoshumanos/proteccion/convencion-interamericana-derechos/personas-adultos-mayores](http://argentina.gob.ar/derechoshumanos/proteccion/convencion-interamericana-derechos-personas-adultos-mayores)> que contempla el nuevo paradigma de las vejeces relacionado con la autonomía, centrar la visión que los estados tienen que tener de las personas mayores, sobre las diversidades, sobre la heterogeneidad de este colectivo. Particularmente, esta convención es muy importante no solo porque es uno de los primeros instrumentos internacionales, sino porque la Argentina, durante el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, tuvo un papel prioritario en la sanción por parte de las Naciones Unidas. En el 2017, en el Congreso Nacional lo ratificamos, y es una convención que contempla este paradigma. Entonces, es fundamental poder hacernos cargo de estas herramientas que tenemos para poder generar la política pública.

Queremos que se contemple cada paradigma y una mirada transversal, porque tiene que ver con el lenguaje adecuado, como no decir “abuelos”, “abuelas”, sino “personas mayores”; o por ejemplo esto que siempre decimos sobre la patologización del envejecimiento, que no es un proceso de deterioro, sino un proceso de transformaciones que suceden en todas las etapas de la vida.

CYNTHIA OTTAVIANO: Creo que está buenísimo. Si quieren enviarnos un párrafo de propuesta, porque estaba repasando los artículos 70 y

71 de nuestra querida Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que menciona muchos motivos de discriminación; sin embargo, la palabra “edad” no aparece en ese sentido, sino que aparece con otras conceptualizaciones, así que en estos términos me parece de avanzada. El Código de ética también construye un ideario sobre qué es ético a la hora de comunicar. Muchas gracias. Ahora abrimos el micrófono. ¿Majo? Luego Leila, por favor.

MARÍA JOSÉ BERNAL CAROL (trabajadora TV pública, SATSAID): Muchas gracias, clarísimo todo. Es una mirada no sé si nueva, pero sí que nos estaba faltando un poco. Hay cosas que van apareciendo a medida que vamos investigando y mi temor siempre es que si las enumeramos y les ponemos nombre, todo aquello que no esté nombrado quede afuera. Entonces, a veces prefiero las palabras más amplias.

LEILA AIDAR (trabajadora TV Pública, SIPREBA): También integro la comunidad de Facebook de la Revolución de las Viejas. Es solamente una reflexión respecto del lenguaje. Ayer pensaba que muchas veces usan lenguajes nuevos y uno queda fuera y, si no lo sabemos, hasta uno mismo pide disculpas por no estar a la altura de las circunstancias que nos rodean todo el tiempo, como el uso de la cibernética y demás, en la que uno queda fuera. Pero también está bueno rescatar el lenguaje que usamos las que nos consideramos viejas, o las que tenemos más de 30. Perdónenme, pero es así. Las de más de 50 tenemos otro lenguaje que tiene mucho para aportar a esta juventud que nos interpela todo el tiempo, tratando todo el tiempo de incorporar y, por otro lado, pidiendo disculpas por no saber manejarlo. Lo que yo vengo a decir es que también la juventud tiene un lenguaje o maneja un lenguaje en el que no están incluidas muchas palabras que nosotros tenemos, que pueden ser muy útiles, no solamente útiles en el cotidiano, sino para esta época de lo digital también son interesantes. No hay que perder de vista este punto, que no todo es obsoleto, que no todo pasó de moda, que hay muchos lenguajes para rescatar de lo que nosotros podemos aportar.

CYNTHIA OTTAVIANO: Gracias, Leila. Nené quiere decir algo y luego Vero.

NENÉ VIDAL (extrabajadora de la TV Pública, referente sindical): Yo no formo parte de la Revolución de las Viejas, pero me sobra edad para

poder estar. Hay una cosa que realmente me cuesta mucho, yo no veo los programas para adultos que hay en la televisión, realmente no me gustan. Pienso que la incorporación de las viejas o de los viejos, de los viejes, debe ser transversal a todos los programas. Es decir, realmente los programas hechos para adultos me retrotraen a la condición de los geriátricos que ponen a los señores a jugar a las cartas o armar rompecabezas. Habrá personas que se sientan felices y cómodas con eso, pero somos muchas las viejas que a pesar de que sabemos que no tenemos demasiados años por delante, también nos consideramos futuro. Realmente, no considero justo que a personas de cierta edad se las considere del pasado y que pueden contribuir con su experiencia. No, no solamente con la experiencia, sino con lo que aprendemos todos los días. No solo somos pasado, somos presente y somos futuro también, porque nadie sabe cuántos años va a vivir, una persona de 25 años que está en la flor de la edad no sabe si va a pasar de ese año por distintos motivos. Entonces, fijar la cuestión de la edad como un límite para determinadas cuestiones no me parece bien y ahí me parecería justo que todo estuviera plasmado de alguna manera en el Código de ética. Gracias.

CYNTHIA OTTAVIANO: Gracias, Nené. Vero quería hablar.

VERÓNICA GONZALEZ BONET (trabajadora TV Pública): Coincido con Nené en esto de la necesidad de la transversalidad y lo llevo a todos los campos. Me parece que el programa específico no contribuye, sino que suma más exclusión. Quería comentar algo en relación con lo que decía Leila, de exponer a las personas, porque a mí me ha tocado trabajar en relación con las personas con discapacidad y muchas veces el límite está en cuánto exponemos, cuánto sobreprotegemos. Yo hice una nota que se llama “Alejandra se quiere casar”, si la buscan en YouTube la van a encontrar. Era sobre una mujer que el problema que tenía era que si se casaba perdía la pensión, pero esta mujer utilizaba mucho el tema de las prestaciones relacionadas con su pensión y no la podía perder. Ella tenía una traqueotomía y estaba postrada. Varias personas me han dicho que esta mujer salía mucho en cámara, personas con poder de decisión que creían que no había que mostrarla mucho. Entonces, pienso muchas veces esto de la protección, cuanto muchas veces restringimos los micrófonos pensando en la protección y, por encima de esto de la protección, muchas veces, la mayoría de las veces con muy buenas intenciones, está la posibilidad de la autodeterminación de las

personas, aun cuando no hablan de la manera más correcta o cuando la imagen que vemos no es la que más nos gusta ver.

CYNTHIA OTTAVIANO: Gracias, Verónica. Paula, tuya la palabra.

PAULA CHINELLATO: Comparto con Vero, con quien venimos trabajando desde hace muchos años en estos temas, y obviamente con las compañeras de la Revolución de las Viejas, que compartimos de alguna manera las vulnerabilidades en los medios de comunicación, los niños, niñas y adolescentes, los viejes y las personas con discapacidades. Trabajamos el borrador del Código que nos mandaron, hicimos intervenciones para incorporar elementos vinculados al abordaje de niños, niñas y adolescentes de manera transversal en alguno de los puntos, llamando la atención sobre no olvidarse respecto a esto. Pero también quisiera hacer hincapié respecto de lo que para nosotros es una necesidad, en todo caso lo subrayo como la importancia, poder incluir un apartado específico sobre niños, niñas y adolescentes. Me parece que es vital que en un código de ética de los medios públicos esté ese apartado por todo el recorrido.

Hay una especial vulneración respecto de la representación de los chicos y las chicas en los medios y el lenguaje utilizado. En términos de representación, imagen y lenguaje marcarían la diferencia respecto de la construcción de determinadas temáticas. Por ejemplo, no hablamos de prostitución infantil, hablamos de explotación sexual infantil, y como esos hay un montón. La palabra “menor” erradicada de todo tipo de lenguaje mediático. Quizás parecen cuestiones semánticas, pero en realidad construyen una mirada y un abordaje por parte de toda la ciudadanía muy importante. Todo esto en el marco del paraguas conceptual entendiendo a los medios de comunicación como un servicio público y a la información como un bien social. En ese sentido, ese lenguaje utilizado puede no solo vulnerar los derechos de las pibas y los pibes, sino construir miradas para la ciudadanía, criterios de interpretación que no son adecuados para interpretar determinadas problemáticas. Después, representación, lenguaje y participación. Poder visibilizar, poder darles la palabra a los pibes y las pibas en los medios de comunicación es muy importante. Hay una especie de temor en los periodistas, que no saben si publicar algo o no, si preguntar o no. Entonces, me parece muy importante poder hacer algunas salvedades respecto a cuándo sí hay que visibilizar a los chicos y a las chicas en los

medios de comunicación y cuándo no, sobre todo porque es parte de la práctica cotidiana comunicacional en los medios de comunicación.

CYNTHIA OTTAVIANO: Muchísimas gracias, Paula. Vamos a esperar el aporte. Liliana, querías decir algo.

LILIANA URBINA: Con las intervenciones hermosas que escuché, ya traigo una buena noticia: solo del 6% al 8% de la población algún día desarrollará algún problema de deterioro cognitivo producto de la vejez. Sin embargo, a nosotres por viejes ya nos consideran gagá. Si la persona está en condiciones se ve fácilmente. Un tema muy vinculado fue lo que sucedió al principio de la pandemia, donde hubo medidas tendientes a proteger a las personas viejas, que eran prácticamente obligaciones impuestas sobre cómo cuidarse, como si las personas no pudieran comprender la necesidad de los cuidados. Luego, esto se demostró que no era así, porque las personas viejas fueron las que más se supieron cuidar durante la pandemia. Así que muy acertado el aporte. También eso se ve en lo que decía Nené Vidal, los programas para viejes por lo general no deben estar pensados por viejes, sino por lo que las personas creen que les viejes pueden llegar a desear. Yo quería solamente reafirmar todo esto y me encanta que el tema prendió tanto la discusión. También los comentarios que hizo Leila.

CYNTHIA OTTAVIANO: Para todas, sepan que esto es dinámico, estamos trabajando de manera constante y permanente, así que recibimos aportes todo el tiempo. Pretendemos para el 17 de octubre tener concluida la primera etapa con una redacción, pero nos vamos a dar un año para su aplicación en el marco del observatorio. Es decir, vamos a seguir. Le toca a Tamara, entonces.

TAMARA HABER: Yo solo quería aportar como para seguir contribuyendo a construir este paradigma antiedadista. Escuchando a las compañeras sobre estas dificultades que se generan cuando se establecen contenidos específicos para la vejez, donde lo que termina pasando es cristalizándose ciertos estereotipos sobre lo que imaginamos que creemos que son las vejeces. Quería aportar que esto se trata de una perspectiva, así como construimos la perspectiva de género donde terminamos de eliminar los estereotipos basados en la cultura, la perspectiva antiedad toma a la edad como si fuera el género. Tanto el género como

la edad tienen cosas muy similares, ya que se apoyan sobre datos que parecen objetivos, de la biología de las personas, y sobre esa biología, que en este caso es el proceso de envejecimiento, se monta un sistema de representaciones culturales basadas en la desigualdad. Las juventudes tienen todos los atributos positivos y otras veces no. Tiene atributos positivos vinculados a la frescura, el futuro, lo moderno, la novedad; y la vejez, en cambio, está asignada al pasado, a la experiencia en términos positivos, pero se los estereotipa fuertemente. Esas construcciones culturales están vinculadas a un dato de la biología. No es algo biológico lo que representamos. Con relación a esto, quiero contarles que desde la Revolución de las Viejas también nació un medio digital que se llama Quirón, desde donde se intenta construir una comunicación antiedadista y feminista, no a través de contenidos, sino que construya una información que integre y contemple estas dos perspectivas.

CYNTHIA OTTAVIANO: Tomo la palabra para hacer el agradecimiento a cada una de las personas que están en este espacio. Nos terminamos enriqueciendo siempre cuando nos encontramos. No se trata de quién trae en principio el aporte, sino de cómo lo vamos construyendo colectivamente. Este es un encuentro que va permeando la labor inmediatamente. Llegamos de una manera y nos vamos siendo otras personas. Por eso es tan valioso lo que estamos promoviendo desde el Directorio de RTA, donde están Alejandro Verano, Erika Schmocker, la participación siempre activa de nuestro vicepresidente Osvaldo Santoro, por supuesto el impulso de la presidenta Rosario Lufrano, y el valor extraordinario que tiene este equipo de trabajo que todos los jueves a las 10 de la mañana se encuentra en este link.

No estamos a la misma hora en el mismo canal, pero estamos el mismo día a la misma hora en el mismo link. Vamos a seguir en la dinámica de encontrarnos con ustedes, con lo cual esperamos los aportes, los vamos a debatir, en todo caso habrá un ida y vuelta, pero sepan que apenas estamos comenzando. Lo hacemos en vínculo con las tradiciones históricas de la democratización de la comunicación, en un nuevo formato que será este Código de ética. Muchísimas gracias a todos. Esto también genera movimiento ahora mismo, antes del Código, porque en la diaria lo que se produce es la posibilidad de llevar todos los temas de manera inmediata a la pantalla, al debate público. El honor como siempre por la posibilidad de escuchar. Abrazo federal e intercultural, nos vemos el próximo jueves, a las 10.

Síntesis conceptual de los aportes realizados a partir de las mesas debate virtuales

Cynthia Ottaviano

Qué es y cómo hacer un código de ética

- Se espera que no repita la ley vigente, porque la ley hay que respetarla. Es un mínimo, pero hay que ir más allá. Por ejemplo, un viaje pago no es ilegal, ¿pero es ético? Que un periodista trabaje en un municipio tampoco, pero ¿es ético que cubra noticias del municipio?, ¿alcanza con explicitarlo?
- Debería ser la vara más alta que en los medios privados. No puede ser secreto ni interno.
- Es un diálogo con las audiencias.
- Es un mecanismo de transparencia y rendición de cuentas.
- Se tiene que poder interactuar. Se trata de saber cómo lidiamos con los conflictos de interés. Cuáles son las cosas que el periodista no puede hacer.
- Es una identidad del periodismo en la TV Pública, que define el rol del Estado en el accionar de RTA, si es aval constructor, fomenta derechos y es activo en la construcción de ciudadanía.
- Es un ideario del campo nacional y popular, para la emancipación, decolonial y despatriarcalizador.
- Es también una política comunicacional, tendría que comenzar con una definición de la ética, desde lo filosófico, lo político, con una perspectiva de derechos humanos.
- Tiene que ser producto de las bases, una construcción colectiva, que no esté hecho desde el poder.
- Reconocer que comunicamos desde el sur, desde el pueblo, por la ancha avenida del movimiento nacional. Que somos una ventana al mundo.
- Privilegiar a los sectores vulnerados.

- Que sea una herramienta para la práctica cotidiana ante el tratamiento de los temas.
- Se puede comenzar por una declaración de principios (grandes principios rectores) y complementar con las guías y recomendaciones de tratamiento responsable de los temas.
- Luego, hacer el manual de estilo, fundamental.
- Es transformador para el ejercicio del periodista y para la gestión.
- Habría que hacer este código de ética periodística y ficción, y otro sobre la gestión.
- Tiene que ir de la mano del modelo de país, de la sociedad y el Estado.
- Reconocer que las y los periodistas somos trabajadores, el límite a los gobiernos.
- Resaltar la metodología inclusiva y participativa.
- ¿A quién le va a dar voz la TV Pública? Pensar las oligarquías y lo popular.
- Los medios son corporaciones con intereses de los socios y de los socios de los socios. Pensar qué información, en qué tiempo y en qué espacio.
- Cómo incorporar una dosis de realismo en un código que tiende a la utopía.
- Cómo relacionamos periodismo con militancia. No debe obstaculizar el ejercicio crítico.
- Recuperar la honestidad.

Qué alcance tiene

- Hay que cumplir la LSCA, repetir los compromisos, también del estatuto del periodista y la ley del actor.
- Que también alcance a la ficción y se pueda multiplicar a otros canales del país.

Qué contenido

- Que incorpore las violencias contra las mujeres, *fake news*, infodemia y comunicación responsable de la pandemia, dado que pone en juego el derecho a la vida y la salud. Mencionar la desinforma-

ción, cómo combatirla y establecerlo como función de los medios públicos.

- Que rechace los discursos de odio, la persecución a mujeres y al colectivo LGBTQIA+; no es el grupo, sino lo que representa. Hay un modelo hegemónico que inferioriza a lo no deseable, una matriz de base troncal que hay que modificar.
- Derecho de rectificación y respuesta. Tiene que militar la verdad, la mentira debiera ser un problema serio. Se recuerda el *lobby* de los privados para que no exista.
- Regalos y dádivas.
- Que no se convierta en letra muerta y que sea elástico.
- Destacar el profesionalismo y la protección de periodistas y de las audiencias.
- La no espectacularización.
- La calidad informativa. Pensar la información situada, contextualizada. Explicar con profundidad.
- La diversidad cultural.
- Visibilizar la discapacidad, detallar los protocolos.
- Definir accesibilidad, tamaño y color de subtítulos, inclusión de ruidos. Usar el término “personas con discapacidad”, porque primero se es persona, la discapacidad no define a las personas. Recordar que si habláramos en los medios y en la escuela de diversidad, hoy no hablaríamos de integración.
- Explicitar las líneas editoriales, las subjetividades en trabajadores.
- Repensar la cláusula de conciencia, porque es una utopía ante 4.500 fuentes de trabajo perdidas, con la perspectiva de que es de incidencia colectiva, no individual. Hay una síntesis en el art. 5 con la libertad de expresión y de pensamiento, como inalienables.
- Repensar la pluralidad, en contraparte con el sistema mediático del país, no solo observar los contenidos hacia adentro del canal, sino hacia afuera y ver qué voces faltan, como consecuencia de la concentración y mercantilización.
- Destacar como fuentes al movimiento obrero organizado y las organizaciones libres del pueblo.
- Pensar cómo comunicamos los derechos humanos, la violencia institucional, tener perspectiva de derechos humanos en todo. Tiene que expresar cómo tratar el genocidio. Siempre tienen que tener lugar las víctimas y los familiares. Los juicios por crímenes de lesa humanidad se tienen que cubrir siempre. Sería reparatorio. Que

estén obligados a transmitirlos. Pueden promover un proceso de memoria.

- Pensar la agenda del noticiero, que no debe ser igual a otros, debe diferenciarse, escapar de la agenda impuesta, pensar que estamos en un territorio colonizado, ver dónde están las ataduras y no configurar desigualdades.
- Que los medios alternativos tengan un espacio, no solo como fuente.
- No discriminar está bien, pero hay que salir del principio pasivo, de evitar la discriminación y nada más, también se debería combatir incluyendo el tema en la agenda. Ayudar a que las audiencias comprendan el alcance de la discriminación.
- Se debe ser alternativo y trabajar para quienes viven en Argentina, con el mismo idioma, hecho por quienes viven aquí. En nuestros estudios y controles.
- Debe ser federal, tener una mirada federal, que aparezcan también producciones locales y regionales. Incorporar las tonalidades e idioma de los pueblos originarios. Recuperar la diversidad lingüística, no solo la oficial, sino de los pueblos originarios y evitar la extranjerización.
- El lenguaje tiene que ser respetuoso, no peyorativo, no tiene que ser hegemónico, ni estigmatizar a los sectores más vulnerados. Véase la exposición de María del Carmen Verdú por violencia institucional con precisiones y evaluar agregarlos en el glosario de adhesión como manual de estilo. Y la de Miriam Gomes por afrodescendientes (se puede preparar una guía en conjunto).
- Incorporar la pedagogía de la solidaridad.
- Tener una mirada ambiental, no solo desde la defensa de los recursos, sino también desde la agenda.
- Tener la obligación de posicionar a la Argentina en el mundo, como marca país.
- Respetar las incumbencias profesionales.
- Que se concentre también en la recepción, en las audiencias (véanse los documentos de la RAI), cómo construir ciudadanía (véase el código europeo, sobre el derecho de los ciudadanos a la información).
- Aclarar que ser equilibrado no quiere decir imparcial (véase el código europeo, arts. 33 y 34, para situaciones de conflicto).
- No ser neutral es una obligación ética cuando hay riesgo, cuando no se cumple con los valores democráticos.

- Luchar contra los estereotipos de género también en la ficción: los varones suelen ser líderes, las mujeres, empleadas domésticas; hay pocos roles de mujeres ejecutivas, luego se perpetúan en la sociedad y refuerzan las violencias simbólicas y mediáticas (*TV por la identidad* multiplicó la búsqueda de hijos y nietos). Buscamos que la imagen de la mujer y la de las niñas sean menos sexualizadas.
- Necesitamos que las ficciones sean escritas, dirigidas y contadas por mujeres. Revisar equidad de autoras, intérpretes, poetisas, guionistas, las estadísticas mencionadas dan por debajo del 25%.
- Por derechos de autor se puede tomar de ejemplo el protocolo de títulos de la RAI.
- Cuidar la calidad de las imágenes, evitar *loops* y acordar el uso de las imágenes de archivo.
- Establecer criterios de seguridad informática para los entornos digitales, también considerarlos como fuentes.
- Evitar la piratería y el hackeo, con medidas de seguridad.
- Observar el uso de las redes por parte de periodistas.
- Hacer estudios de audiencias con las universidades y la Defensoría del Público.
- En cuanto a ficción, hay países que tienen cuota hindú, por ejemplo, se puede pensar en cuota de pueblos originarios. Acá se podría poner. Cuáles son los protocolos y procedimientos para adquirir y desarrollar contenidos.
- Han llamado a niñas para denigrarlos, debería prohibirse en el Código. Destacar la convención, arts. 17 y 29.
- Recordar que niños, niñas y adolescentes tienen familia de origen.
- Pensar los recursos económicos en función de la calidad del producto.

Preguntarse

- ¿Cómo hacemos nuestro trabajo?
- ¿Cuáles son las temáticas?
- ¿A quiénes les tenemos que hablar?
- ¿Qué sociedad queremos? ¿Hacia dónde quiere ir el país como proyecto político, hacia dónde vamos?
- ¿Ciudadanos libres, autónomos, que vivan sin miedo?

Forma de cumplimiento

- Tiene que tener alguna forma para su cumplimiento, que cada uno que tenga que respetarlo pueda conocerlo antes. Puede ser una defensoría, un comité, un observatorio, un tribunal, y que quienes la integran cumplan requisitos explícitos (por ejemplo, trayectoria democrática como dice la ley de medios).
- Debe cuidar las garantías de defensa y debido proceso.
- Determinar un proceso de formación continuo y que se revise cada determinado tiempo.
- Destacar la formación profesional y garantizar la formación de trabajadores internos y de coproducciones también.
- Se debe garantizar la permanencia del Código (tal vez se puedan incluir fechas para las revisiones, una vez por año, por ejemplo, y con mecanismos para modificarlo, a partir de la aprobación de la mayoría simple de trabajadores, por ejemplo).
- Que no sea punible, sino que busque fomentar el debate.
- No se puede hacer de espaldas a las audiencias.
- Cómo nos preparamos como organización para que sea receptivo.
- Hoy somos el 28% de mujeres en el personal jerárquico. No llegamos al 17% en la toma de decisiones. Hay diecinueve gerencias y subgerencias y solamente tres están a cargo de mujeres, ¿cómo vamos a avanzar en una estructura tan patriarcal?

Materiales aportados en las mesas debate virtual

Protocolo para medios de comunicación públicos. Tratamiento de contenidos sobre consumos problemáticos, elaborado por la Secretaría de Medios y Comunicación Pública de la Nación y Sedronar (Secretaría de Políticas Integrales sobre Drogas de la Nación Argentina), en 2020. Disponible en <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/protocolo_-_medios_de_comunicacion_publicos.pdf>.

Recomendaciones para el tratamiento responsable de la discapacidad en los medios públicos, elaborado por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, la Agencia Nacional de Discapacidad y la Secretaría de Medios y Comunicación Pública, en 2021. Disponible en <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/04/recomendaciones_para_el_tratamiento_responsable_sobre_la_discapacidad.pdf>.

- El libro *Códigos europeos de ética periodística. Un análisis comparativo*, de Ernesto Villanueva, editado en México por la Fundación Manuel Buendía, en 1996. Disponible en <https://issuu.com/fundacionmanuelbuendia/docs/codigos_europeos_de_etica_periodistica>.
- El *Estudio sobre trayectorias laborales de actrices y actores*, publicado por la Fundación SAGAI, en 2019. Disponible en <<https://www.sagai.org/descargas/espacios-publicacion.pdf>>.
- El documento titulado *Principios para lograr espacios de trabajo libres de violencia*, publicado también por la Fundación SAGAI, en 2019. Disponible en <<https://www.sagai.org/descargas/espacios-desplegables.pdf>>.
- La Asociación Argentina de Actores pidió que se agregue el protocolo de acción contra la violencia y discriminación hacia mujeres y personas LGTBQ+ del gremio. Disponible en <https://actores.org.ar/sites/default/files/Protocolo_Asociacion_Argentina_De_Actores.pdf>.
- El Foro Argentino de Radios Comunitarias pidió que se agregue el *Manual de estilo informativo Farco*. Disponible en <https://www.farco.org.ar/wp-content/uploads/2017/04/images_manual-de-estilo-farco-final-180215.pdf>.
- María del Carmen Verdú pidió agregar el caso Ponzetti de Balbín c. Editorial Atlántida S.A. El fallo completo de la Corte Suprema de Justicia de la Nación, con fecha del 11 de diciembre de 1984, está disponible en <<https://cdh.defensoria.org.ar/normativa/ponzetti-de-balbin-indalia-c-editorial-atlantida-s-a-s-danos-y-perjuicios/>>.
- La Multisectorial Audiovisual aporta <<https://actores.org.ar/asociacion/ecosistema-audiovisual-e-industria-cultural-argentina-hacia-nueva-matriz-productiva>>.
- La Defensoría de los Derechos de los Niños, Niñas y Adolescentes aporta la recomendación con relación a cómo funcionan las familias de acogimiento. Disponible en <<https://defensoraderechosnnya.gob.ar/wp-content/uploads/2021/04/RECOMENDACION-N%C2%B06-FAMILIAS-DE-ACOGIMIENTO-E-INTERES-SUPERIOR-DE-NINAS-Y-NINOS-1.pdf>>.
- Recomendaciones para el tratamiento mediático sobre la dictadura cívico militar y el proceso de memoria, verdad y justicia*, elaborado por el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación, la Secretaría de Derechos Humanos y la Defensoría del Público, y publicado en 2021. Disponible en <<https://defensadelpublico.gob.ar/recomendaciones-para-coberturas-sobre-la-dictadura-civico-militar/>>.

La investigación sobre los alcances del tratamiento periodístico del Día Nacional de la Memoria por la Verdad y la Justicia en los principales medios de comunicación, realizada por la Dirección de Análisis, Investigación y Monitoreo de la Defensoría del Público, y publicada en 2021. Disponible en <<https://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2021/05/INFORME-24-de-Marzo.pdf>>.

El Conacai acercó la guía *Por una comunicación democrática de la niñez y la adolescencia*, <http://www.consejoinfancia.gob.ar/wp-content/uploads/2015/04/ComDemocratica_web.pdf>.

III. La mirada de las trabajadoras y los trabajadores

El primero en la historia de nuestro país

Fernando Costa

Locutor, directivo del Sindicato Argentino de Locutores y Comunicadores (SALCO). Trabajador de Canal 7 como voz institucional y locutor de cabina. Docente de radio y televisión.

A 70 años de la creación de la televisión argentina, luego de seis meses de debate libre, abierto, plural e interdisciplinario; nos, trabajadoras y trabajadores de la comunicación pública, en unión sindical y solidaria, proclamamos este código de ética conscientes de la responsabilidad histórica que significa haberlo construido de manera colectiva y que sea, a su vez, el primero de todos los servicios de comunicación audiovisual y digitales de la Argentina.

Código de ética de la TV Pública, párrafo inicial.

Y en esta responsabilidad de contar qué nos pasa hoy, cuando leemos cada palabra de este primer Código de ética de la televisión, afirmamos que se puede estar en común con cada integrante que participó en su redacción, haciendo este sueño realidad, y para quienes representamos orgullosamente desde nuestros sindicatos.

Somos parte de esta televisión, nos atraviesa en la vida, en el trabajo diario, con nuestras funciones, en mi caso, como locutor (siendo una de las voces que identifican a la emisora en sus promociones, habiendo recorrido todos los lugares del ejercicio profesional en esta casa, como suelo decirle), y como televidentes.

La convocatoria, hace unos meses, para formar parte de un proyecto que escribiría el Código de ética de la televisión argentina me alegró. Sentí las dudas que nos suelen embargar a los que somos conscientes de que siempre falta algo para aprender y no sabía si estaría a la altura de semejante responsabilidad, delegada por mis colegas en el gremio y en el canal. Pero, luego, recordé cuando tenía tan solo siete años y entra-

ba a ese canal de la mano de mi padre, Rubén Costa, locutor del viejo ATC, y pensé en todas las caras que había observado en todo este tiempo y en las distintas etapas de este canal, así como en los treinta años de recorrido profesional que llevo como locutor. Entonces, quizás podría aportar algo de esas vivencias acumuladas en la historia cambiante de la televisión.

También recordé a grandes referentes de los medios que me decían: “Nene, cuando veas a alguien con la misma pasión que nosotros por los medios, contá las historias que te transmitimos, que en vos estaremos muchos de nosotros”.

Y volviendo al Código me sumé con la satisfacción de observar que la invitación nos embarcó a todos en un viaje de construcción colectiva sin egoísmos y con solidarias ganas, esas ganas que emocionan, por nosotros y por quienes nos precedieron, enseñaron y formaron humana y profesionalmente.

Pensamos en los compañeros con los que estamos recorriendo esta etapa de una televisión que cumplió 70 años y en las nuevas generaciones. Soy también padre de un locutor y de un productor/director de televisión. Puedo afirmar que estas tres generaciones abrazamos el trabajo que la cambiante televisión nos propone. Gracias por dejarme emprender un camino que recién comienza y que llegó para quedarse.

Nuestro Código dice:

Considerando como base la legislación y normativa vigentes, las incumbencias profesionales y la defensa ineludible de los derechos humanos, reivindicamos la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y declaramos, con la memoria permanente de quienes nos precedieron, desde este presente histórico y para las generaciones futuras que [...]

He tenido la suerte de haber participado de la creación de la ley de medios y hoy, la de estar representando, como directivo del Sindicato Argentino de Locutores y Comunicadores (SALCO) y como trabajador del canal, la defensa de las incumbencias profesionales y sus normativas. Un saber que afirma la presencia activa de cada trabajador y colega dentro del polo audiovisual. Poder compartirlo con cada representante (ciudadanos, trabajadores, organizaciones, universidades, etc.) de la Argentina y otros países... es para celebrar...

Hacer desde las bases lo que muchos creían imposible o utópico, ponerlo en marcha real y efectivamente; visibilizar en este Código, esas

voces que conocen por su día a día dentro de la televisión, por sus formaciones académicas, por sus experiencias y su capacidad de entender de qué se habla... Elegir colectivamente cada palabra, cada punto y coma con todos los compañeros, hace que volvamos a emocionarnos cada vez que escuchamos o releemos este Código de ética.

Es de todos y es el primero en la historia de nuestro país, por y para todos. Brindo por ello... Gracias, gracias, gracias.

Madres y Abuelas, un faro que nos guía

Félix Arnaldo

Jefe de Redacción del noticiero de la TV Pública. Gerente del noticiero entre 2003 y 2008. Docente. Licenciado en Ciencias Sociales y Humanidades (UNQ).

Todo empezó una tarde en la que Agustín Lecchi, nuestro delegado del Sindicato de Prensa de Buenos Aires (SiPreBa), me pidió que concurreniera a las reuniones virtuales de los jueves a las 10, en representación del colectivo de periodistas del noticiero. Al principio me invadió la sorpresa y, luego, un sentimiento de enorme responsabilidad y, debo decirlo, cierto descreimiento. Ya habíamos intentado hacer un código de ética para el noticiero del canal que había naufragado, como otros proyectos, por diferentes motivos. Me preguntaba qué podría ser distinto esta vez.

Con el correr de los encuentros, el escepticismo inicial se transformó en una fuerte voluntad de poder, en un deseo de lograrlo. En la primera reunión fue muy gratificante ver a muchas compañeras y compañeros, de distintos gremios del canal, coincidir en lo difícil pero imprescindible de la tarea que teníamos por delante. Además, Cynthia Ottaviano —a quien tenía la suerte de conocer por un encuentro, hace algunos años, cuando era defensora del Público y yo gerente del noticiero del canal— garantizaba una coordinación, una moderación y un método de trabajo que resultó fundamental para concretar este proyecto que algunos llamaban “delirio”, entre otros calificativos poco amigables.

Todas y todos, sin diferencias sectoriales, nos tomamos este desafío como algo que, además, abonaría un terreno de unidad, que dejaría las diferencias y los desacuerdos menores fuera de la discusión. La emoción que nos embargó en cada encuentro, y sobre todo al finalizar el trabajo, es la confirmación de que cuando hay objetivos superadores y una buena conducción se puede trabajar y alcanzar sueños que parecen imposibles.

Si bien por mi condición de *viejo periodista* del canal participé en los borradores de varios artículos, el art. 5, referido a la dictadura, los

genocidios y la ruptura del orden constitucional, fue especial. Desde el principio decidimos que nuestro futuro Código de ética debía estar atravesado por una mirada de derechos humanos. Muchos de los que participábamos de los encuentros teníamos una historia de militancia y relación con los organismos de derechos humanos, y en algunos casos como el mío, algún vínculo más cercano con sus titulares y referentes. El día que comenzó la charla sobre la inclusión de un artículo de condena a los genocidios fue unánime el rechazo a los delitos de lesa humanidad. Siempre trabajamos sobre la base de ideas y borradores que alguno de nosotros escribía, se sometían al análisis de todos y luego se votaban.

El borrador que Cynthia Ottaviano había escrito del artículo 5 comenzaba con: “Se deberá otorgar amplia cobertura a los hechos acontecidos durante la última dictadura cívico, militar [...]” y seguía con lo que hoy podemos leer en el Código, estaba perfecto. Pero nos tomamos un tiempo, lo meditamos, como hicimos con todos los artículos, y surgió algo que la misma Cynthia se encargaría de repetir incontables veces: “Tenemos que ir más allá de lo que ya está escrito”.

En ese instante se me ocurrió que podía ser necesario agregarle empresaria y clerical. Sostuve que en lo de *civil* podrían entrar los individuos, pero quedaba poco clara la participación de otros sectores de la sociedad, y me ofrecí a consultarlo con las Madres y Abuelas de Plaza de Mayo. Fue Cynthia quien, con la aprobación de todas y todos, me encomendó esa tarea. Si bien por mi trabajo les había hecho incontables entrevistas a todas, algunas en momentos en los que prácticamente estaban prohibidas en nuestra pantalla, esto era distinto, las estaba llamando para pedirles su opinión sobre algo que excedía mi labor profesional cotidiana. No sabía cómo lo tomarían, ni cuánto tiempo les llevaría responderme. Les iba a preguntar sobre algo que nosotros queríamos incorporar y que seguramente, como luego confirmé, ya habrían discutido y llegado a una conclusión.

Me estaba arriesgando a quedar totalmente fuera de lugar por lo que ya era nuestra voluntad de ir más allá. Superados mis temores, generados por el respeto y la admiración que les tengo, y pensando que su amor y su paciencia son infinitos, me animé a llamarlas pocas horas después de ese, uno de los primeros, jueves a las 10.

A Taty Almeida le mandé un mensaje de voz en el que le explicaba que estábamos elaborando el primer Código de ética y que queríamos su opinión sobre este asunto. Me respondió inmediatamente pregun-

tándome quiénes y cómo lo estaban haciendo. Le expliqué que era una iniciativa del Directorio del canal y que participábamos todas las trabajadoras y todos los trabajadores. Me respondió:

Bueno, querido, vos me habrás escuchado hablar infinidad de veces y todos se ríen, porque yo soy la única que nunca me olvido de decir que el golpe fue cívico, militar y eclesiástico. Y yo agregó, ojo soy católica, pero que le caiga el sayo a quien le caiga. Eso sí, chicas y chicos, averigüen si es eclesiástico o clerical, porque muchos me dicen que clerical es mejor. A mí me da lo mismo mientras figure de alguna u otra manera la complicidad de la jerarquía eclesiástica con los genocidas. Tenemos a un Angelelli, un Ponce de León, a los palotinos, en fin, y a tantas y tantos otros a quienes también les arrancaron la vida como a nuestros hijos. Me parece fantástico lo que están haciendo.

Nora Cortiñas me atendió luego de un par de llamadas: “Disculpame, estaba en una actividad con unas compañeras y compañeros”. Con la tranquilidad que la caracteriza, escuchó mis inquietudes y me respondió:

Creo que “clerical” es más abarcadora, pero pongan lo que les parezca mejor, me parece fundamental lo que están encarando, era hora de que las cosas se llamen por su nombre. Hay que mencionar a todos los sectores que participaron del genocidio. Gracias por lo que están haciendo, espero sin mucha esperanza que los demás medios los imiten.

A Hebe de Bonafini la llamé varias veces, no le dejé mensaje y supuse que estaba muy ocupada, por lo que le mandé un mensaje a su equipo de prensa. Al rato me respondieron que Hebe estaba de acuerdo con nuestra idea y que apoyaba la iniciativa.

Ese mismo 10 de agosto llamé a Estela de Carlotto, quien tuvo la amabilidad de atenderme y dialogamos cuatro minutos en los cuales nos manifestó “su apoyo al proyecto” y también nos sembró la duda acerca de si era más exacto “clerical o eclesiástica”.

En el curso de tres horas tenía la respuesta y el apoyo manifiesto de quienes son, para todas y todos los que estamos comprometidos en la lucha por un país mejor, para las grandes mayorías, un faro, un ejemplo y una guía imprescindible.

Cuando el siguiente jueves a las 10 transmití sus mensajes y su sostén a nuestro trabajo, nos embargó una profunda emoción que nos

impulsó a seguir con más energía nuestra tarea. Inmediatamente, comenzamos a investigar sobre el significado de “clerical” y “eclesiástico”, para intentar expresar lo que nos habían propuesto.

Cynthia, como hizo varias veces a lo largo de las reuniones, dirigió la conversación hacia la búsqueda de la palabra que representaba nuestro sentir. Tomó el diccionario y leyó ambas definiciones. Era claro que estábamos hablando de “clerical”, ya que no solo hubo complicidad de la jerarquía eclesiástica (el clero está más relacionado con lo católico), sino de algunos miembros de otras religiones. Se aprobó por unanimidad la incorporación de *clerical*.

Creo que fue un momento muy conmovedor el sentir que teníamos a nuestro lado a las Madres y Abuelas. Pero esto no terminó aquí. Fueron pasando los días y seguíamos redactando artículos y releyendo y analizando el borrador. Una tarde mientras volvía del trabajo a mi casa, se me ocurrió por lo que había dicho Nora Cortiñas que faltaba nombrar a los empresarios y jueces cómplices. Tanto unos como otros quieren aparecer como separados de lo político, como viviendo una realidad que va más allá de la *cosa política*. Sin embargo, con sus actos y decisiones son un factor de poder muchas veces decisivo y trascendente. No era justo que los cómplices de la dictadura más atroz de la historia de nuestro país quedaran sin nombrar, invisibilizados o disimulados en lo *civil*.

Esta vez me tomé el atrevimiento de consultar antes de presentarlo, quizás por la íntima convicción de que nadie estaría en desacuerdo si ellas no lo estaban. La misma ronda de llamadas y las mismas respuestas con un renovado aliento y el agradecimiento “por ir más allá” y “nombrar las cosas por su nombre”.

El 23 de septiembre, luego de discutir otros artículos, pedí la palabra y conté lo que había hecho. Todas y todos celebramos que el Código de ética siguiera tomando forma y nada menos que bajo el ala de quienes tanto queremos y admiramos.

El broche de oro de todo este esfuerzo fue la presentación en el Estudio 1 del canal. Y otra vez llamarlas para invitarlas a que vinieran, era un mimo para ellas y para nosotros y nosotras su presencia. Las tres estuvieron en primera fila y al momento de ser entrevistadas reiteraron su apoyo incondicional, reafirmaron el compromiso de hacerlo andar y cumplir, y se encargaron de decirnos amorosamente que ellas también velarán por su cumplimiento. No podíamos pedir más. Lo habíamos logrado, hubo algunas lágrimas que serán inolvidables.

Hemos discutido cada palabra, cada coma y cada punto, con la vocación de ir más allá de lo que estaba escrito en las leyes y documentos conocidos. Hemos tenido discusiones acaloradas y acuerdos impen-sados, en medio de un diálogo siempre honesto y esclarecedor. Cada uno y cada una, aportando sus saberes con humildad y siempre con la disposición a escuchar y acordar. Aprendimos muchas cosas que no sabíamos y disfrutamos de esos momentos, como se disfruta de un alumbramiento, y es eso lo que estamos viviendo, es nada más y nada menos que el nacimiento de algo nuevo y original.

Ahora nos queda la tarea de ponerlo en práctica, desarrollarlo, me-jorarlo, e ir acompañando las distintas etapas de su crecimiento. Otra labor que seguramente encararemos con la misma esperanza, voca-ción y entusiasmo. El objetivo es más que imprescindible, lograr que nuestro trabajo se acerque a la excelencia, la honestidad intelectual, y el compromiso que las trabajadoras y los trabajadores de la Televisión Pública les debemos a nuestra audiencia y a todo el pueblo argentino. Lo único que resta es agradecer que me permitieran participar de esta creación colectiva, que siento que servirá de ayuda para futuros pro-yectos superadores.

Un código de ética como una conversación entre iguales

Adrián Miranda

Trabajador en la TV Pública desde 2008. Licenciado en Ciencia Política (UBA). Docente en Ciencia Política (FSOC, UBA). Posgrados en comunicación política y opinión pública.

La convocatoria a formar parte de un proceso colaborativo y colectivo, en el marco de una empresa del Estado, no suele ser lo más habitual. Más aún si ese proceso implica debatir e intercambiar con otros trabajadores, especialistas y autoridades para producir un código de ética que regule la producción y publicación de contenidos en un medio público.

Cuando nos empezamos a reunir a través de una plataforma digital nos apareció como una cuestión, no menor, determinar y aclarar de qué hablamos cuando hablamos de ética y si resulta lo mismo que hablar de moral o no. Es a partir de eso que planteé sumar mi aporte para intentar aclarar una cuestión básica para todo el proceso y que a continuación desarrollo.

Ambas palabras tienen ciertas resonancias comunes, aunque no son sinónimos. En su etimología la palabra “ética” proviene del griego *ἠθικός* (*ēthikós*). Está emparentada con la voz griega *ἦθος* (*ēthos*), que significa costumbre, hábitos institucionalizados y arraigados. La palabra “moral” tiene origen latino y es una forma de traducción de la idea de costumbre proveniente del griego, proviene del latín *morālis*, que a su vez se deriva de la voz latina *mos*, *moris*, que significa costumbre. La moral continúa refiriéndose al conjunto de las normas, creencias, valores y costumbres que guían la forma de conducirse de las personas en una sociedad determinada. La ética implica la interacción con otros.

Para Rainer Forst existe una diferencia entre principios éticos y principios morales. “Nuestra razón no está en condiciones de brindarnos la única y última respuesta a la pregunta de en qué consiste la verdad de la vida buena (o bienaventurada), que nos podría mostrar

así que todas las demás concepciones éticas están erradas.”¹ De allí que sea necesario una interacción con otros. Nuestra interacción ética parte desde un criterio moral, pero la ética se resuelve en los espacios de interacción común.

Umberto Eco enfatiza la común humanidad, partiendo de la visible común corporeidad, como base para la comprensión y el respeto entre humanos. “La dimensión ética comienza cuando entran en escena los demás. Cualquier ley, por moral o jurídica que sea, regula siempre relaciones interpersonales, incluyendo las que se establecen con quien la impone.”²

La ética implica el reconocimiento de los otros y un aparecer en el campo de lo público que implica comunicarme, ver y ser visto (Arendt);³ y esta se expresa en la elección de metáforas y marcos para referirnos a un tema. Al mismo tiempo, todo intento de establecimiento de reglas éticas se da en relación con las formas de tomar decisiones y acciones, esto se relaciona con el poder. En ese sentido, deberíamos reivindicar, nuevamente con Arendt, una concepción de poder que “es la capacidad de actuar conjuntamente” en la esfera pública.⁴ Así, tener poder es siempre tenerlo con otros, generalmente aquellos con los que compartimos un destino común.

La ética en el entorno comunicacional actual

Es interesante preguntarse, como lo hacen Restrepo y Botello,⁵ una serie de cuestiones para pensar la ética en el contexto actual: 1) ¿La llegada de internet hace necesaria una nueva ética?; 2) ¿Quién debe adaptarse, la ética a las nuevas técnicas o estas a la ética?; 3) ¿Existe algún código de ética de internet?; 4) Para los periodistas que trabajamos en páginas web de información, ¿sirven los códigos tradicionales o se necesita un código nuevo?

Se responden:

¹ Forst, Rainer, *Justificación y crítica*, Buenos Aires, Katz, 2015, p. 165.

² Eco, Umberto, “Cuando los demás entran en escena nace la ética”, en Martini, C. M., *En qué creen los que no creen*, Buenos Aires, Planeta, 1997, p. 18.

³ Arendt, Hannah, *La vida del espíritu*, Madrid, Paidós, 2002.

⁴ Arendt, Hannah, *Sobre la violencia*, Madrid, Alianza editorial, 2018, p. 25.

⁵ Restrepo, Javier Darío y Luis Manuel Botello, *Ética periodística en la era digital*, Washington, International Center for Journalists y Unesco, 2018.

Así, pues, no es una nueva ética, son nuevas aplicaciones de la ética las que se hacen en la era internet; no es cuestión de adecuaciones con lo que esta palabra alude a oportunismos utilitarios; son respuestas de la ética a circunstancias nuevas. Esas respuestas se dan a partir de los principios de siempre que les dan valor a las formas de comunicación entre los humanos [...] aparecen los códigos como respuesta a las necesidades que induce este medio.⁶

La construcción colectiva

Por último, quisiera hacer un breve desarrollo sobre lo que, en mi opinión, mejora todo el proceso y el producto logrado, el Código de ética de la TV Pública, esto es su carácter dialógico y deliberativo.

La producción del Código se dio, en términos de Gargarella, “como una conversación entre iguales”⁷ y fue fruto de la consideración de que, más allá de nuestro lugar en la TV Pública como trabajadores o autoridades, o si tenemos una determinada especialidad o no, todos tenemos la misma dignidad moral; porque al debatir nos dimos cuenta de lo que parece evidente pero no es fácil de percibir, que compartimos dudas semejantes sobre lo que está bien y lo que está mal; porque no somos infalibles; y porque, aunque no suele darse con facilidad, nos dimos cuenta de que el diálogo podía ayudarnos mutuamente a reconocer y adoptar las difíciles decisiones acerca de cómo establecer un código que nos permita estar juntos, y establecer las responsabilidades sobre la comunicación pública de un modo respetuoso hacia los demás y que a su vez contribuya al diálogo democrático.

Existe esta asociación entre debate, inclusión y la posibilidad de imparcialidad ya en Aristóteles, quien en la *Política* hablaba sobre la “sabaduría de la multitud”.⁸ Su argumento se basaba en el hecho de que, según sus palabras, “cada individuo dentro del todo posee una parte de la excelencia y la sabiduría práctica”, por lo cual –agregaba– “cuando todos se reúnen para decidir, ese actuar común impacta también en el carácter y en el pensamiento del conjunto”, se genera así una conversa-

⁶ *Ibid.*, p. 129.

⁷ Gargarella, Roberto, *El derecho como una conversación entre iguales*, Buenos Aires, Siglo XXI editores, 2021.

⁸ Aristóteles, *Política*, Barcelona, Gredos, 1988, p. 180.

ción que se nutre de la diversidad y que contribuye a generar y expandir conocimiento.⁹ También encuentra fundamento y antecedente en el derecho indígena, a partir de la idea de *derecho de consulta*, destinado a que las comunidades afectadas por las renovadas formas de explotación económica puedan expresarse.

Seguimos nuevamente a Gargarella para dar cuenta de la importancia de la deliberación:

Todos nos abrimos a la posibilidad de ganar información con la que no contábamos; todos podemos corregir errores a partir de las críticas que recibimos de los demás; todos nos vemos forzados a plantear nuestras posiciones en términos que sean entendibles y aceptables para los demás, y a considerar a los otros en nuestras propuestas; todos nos vemos constreñidos a confrontar con quienes piensan distinto y a argumentar con ellos, en lugar de simplemente descartar prejuiciada o dogmáticamente sus puntos de vista.¹⁰

Nos genera orgullo tener un código de ética para la TV Pública a partir de un proceso dialógico y deliberativo, porque, además, sabemos que cuando se produce así, de alguna manera, toma vida propia y ya no permite que quienes tienen más poder tomen ventaja o lo banalicen.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Gargarella, Roberto, “El nuevo constitucionalismo dialógico, frente al sistema de los frenos y contrapesos”, dossier “Justicia dialógica”, *Revista Argentina de Teoría Jurídica*, vol. 14, N° 2, diciembre de 2013, p. 5. Disponible en <<https://repositorio.utdt.edu/handle/utdt/10615>>.

Todas, todes, todos en nuestra pantalla

Verónica Gonzalez Bonet

Columnista y periodista en TV Pública. Especializada en discapacidad, género y derechos humanos. Conferencista internacional y autora de diversas publicaciones y artículos.

Diversos colectivos han sido discriminados históricamente en los medios de comunicación. Personas LGTBIQA+, habitantes de pueblos originarios, quienes viven en los barrios populares, niños, niñas, adolescentes, personas mayores o con discapacidad, han estado excluidas e incluso actualmente tienen escasa presencia en las pantallas. Esa situación me convocó a trabajar en tv, un deseo que abrigaba desde que estudiaba periodismo. Pensaba entonces que al ver a una periodista con discapacidad, yo soy una persona ciega, trabajando como el resto de los y las profesionales, presentando notas en cámara, haciendo notas en las calles, rompía con muchos estereotipos hasta naturalizarse que también podemos ocupar esos espacios con profesionalismo. En algunas situaciones así ocurrió, en este canal que fue pionero en implementar subtítulos y lengua de señas, y que cuenta con una conductora del colectivo trans. Sin embargo, es preciso profundizar y lograr implantar una visión macro de cuán discriminatorios y discriminatorias podemos ser cuando dejamos a estos colectivos a un lado, cuando no damos oportunidades laborales, cuando les tratamos de una manera distinta, sin implementar mecanismos de accesibilidad adecuados y efectivos.

La Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad establece obligaciones que deben cumplir los estados,¹ y en Argentina tiene rango constitucional.² En su artículo 8 plasma la necesidad

¹ La Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y su protocolo facultativo fueron aprobados mediante resolución de la Asamblea General de las Naciones Unidas el 13 de diciembre de 2006. Disponible en <<https://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf>>.

² Argentina aprobó la convención por Ley N° 26.378 en 2008. Y le dio jerarquía constitucional por Ley N° 27.044 en 2014.

de concientizar respecto de las aportaciones que las personas con discapacidad (PCD) hacemos a la sociedad. En el artículo 21 establece que las PCD debemos poder recibir, recabar y emitir información. Y en el artículo 9 se refiere a la necesidad de implementar accesibilidad física y comunicacional, condiciones necesarias para ejercer cualquiera de nuestros derechos. Estas obligaciones se encuentran en una ley, no resulta una opción desconocerlas.

Fue imperioso, entonces, considerar estas cuestiones a la hora de elaborar un código de ética, ya que no resulta ético para nuestra labor que haya personas que queden fuera, sin que sus voces se amplifiquen a través de nuestro trabajo. Es por eso que un 22 de julio, día de mi cumpleaños, en medio de mis vacaciones, llamé a Cynthia Ottaviano y le pedí participar de este Código de ética que es un enorme desafío para que todos y todas nos capacitemos y podamos incorporar aquellas guías y protocolos a los que adherimos, así como aprender la legislación necesaria. Creo fervientemente que una de las cosas más desafiantes de esta profesión es la capacitación continua que requiere para realizar coberturas responsables.

No es suficiente con visibilizar, el modo de hacerlo debe ser el correcto para no incurrir en prácticas discriminatorias que incrementen los prejuicios que ya pesan sobre grupos históricamente vulnerados, oprimidos comunicacionales; así se explicita en el artículo 2 y este Código de ética desarrolla diversas herramientas a la hora de realizar nuestro trabajo. En el siguiente artículo, se señala la necesidad de evitar estereotipos discriminatorios o escenas estigmatizantes y descalificadoras. Este tópico abarca tanto productos de ficción como informativos, ya que ambos condicionan la mirada social respecto de mujeres, personas mayores, habitantes de barrios populares, personas LGTBQIA+ o con discapacidad, entre otras.

En relación con las PCD existe la creencia de que somos eternas niñas, no se valoran nuestras opiniones y también recae sobre nosotras una profunda creencia de que somos improductivas. En ese sentido, es necesario ahondar en el protocolo de “Recomendaciones para el tratamiento responsable de la discapacidad en los medios públicos”, elaborado por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, la Agencia Nacional de Discapacidad y la Secretaría de Medios y Comunicación de la Nación.³ En este texto, se explicita el

³ Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, Agencia Nacional de Discapacidad, Secretaría de Medios y Comunicación de la Nación, “Recomendaciones para el tratamiento responsable de la discapacidad en los medios públicos”,

lenguaje que debe utilizarse, el modo de mostrar adecuadamente a este colectivo, la necesidad de dar voz y evitar exhibir a la discapacidad como una cuestión individual, con una carga negativa, una enfermedad, un motivo de sufrimiento... Por el contrario, debe plantearse como una característica más de las personas y una cuestión colectiva que atañe a la sociedad toda, tal como establece el modelo social de la discapacidad. Así, cuanto más se reducen las barreras sociales, habrá entonces menor discapacidad, tal es la importancia que reviste el entorno.

Incluso en el preámbulo del Código se habla de valorar la diversidad y cuando hablamos de diversidad la consideramos en sentido amplio, incluyendo a la diversidad de género, las personas migrantes, habitantes de pueblos originarios y quienes tenemos alguna discapacidad, todos y todas somos parte de la diversidad humana. Este Código logró transversalizar muchas temáticas en muchos de sus artículos. Si bien en el apartado 9 se habla específicamente de la accesibilidad para PCD, en cualquiera de los otros artículos, los grupos con derechos históricamente vulnerados están incluidos y es así como debemos pensarlo, para no excluir.

La construcción del Código fue una invitación a pensar, con la invaluable ayuda de especialistas, integrantes de la sociedad civil, profesores, profesoras y estudiantes, de qué manera podemos mejorar nuestro trabajo para que la comunicación sea, tal como establece la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, un derecho humano.

En el caso de las PCD, para recibir información esta debe resultar accesible. Cuando hablamos de accesibilidad, nos referimos a que la información debe poder recibirse, entenderse y utilizarse. Varios de estos mecanismos están previstos en el artículo 66 de esta ley. Así, detectamos la necesidad de elaborar una guía (“Recomendaciones para el tratamiento responsable de la discapacidad en los medios públicos”, adjunta al Código) que precise el modo de implementar estas medidas y para ello convocamos a especialistas en medios de comunicación audiovisual y accesibilidad. Desarrollamos, entonces, el modo en que se deben implementar subtítulos ocultos e interpretación en lengua de señas argentina para personas sordas y audiodescripción para personas con discapacidad visual. En el caso de la audiodescripción en lenguaje simplificado que establece también este artículo, vi la necesidad

2021. Disponible en <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/04/recomendaciones_para_el_tratamiento_responsable_sobre_la_discapacidad.pdf>.

de realizar una investigación a fin de evaluar el mejor mecanismo para implementar con el objetivo de acercar la información audiovisual al colectivo de personas con discapacidad intelectual, el más postergado en el acceso a la información. Hay que escucharlos a ellos y a ellas, ver cuáles son los programas que necesitan que se describan de manera sencilla y de qué manera debería hacerse, estableciendo pautas concretas de calidad.

Es necesario que las plataformas digitales y las aplicaciones también resulten accesibles para PCD, de acuerdo con lo que establece la Ley N° 26.653, considerando que muchas personas son consumidoras de la TV Pública a través de nuestro sitio web y otras plataformas digitales.

En lo que respecta a los contenidos, es preciso también considerar las distintas interseccionalidades. Hay PCD que, además, son habitantes de pueblos originarios, personas LGTTBIQA+ que viven en barrios populares, o que son personas mayores, niños, niñas, adolescentes, etc. Estas particularidades, que conllevan distintas situaciones de opresión, configuran un escenario diferente que es preciso tener en cuenta a la hora de brindarles información o de mostrar sus historias; de lo contrario, no lograremos darles visibilidad de una manera respetuosa de los derechos humanos.

Desde la TV Pública, y blandiendo nuestro flamante y tan pensado Código de ética, necesitamos emprender la gesta de lograr una comunicación inclusiva, diversa, federal, accesible, sin discriminación y en la que aquellas voces que no se escuchan, comiencen a resonar con fuerza, en la que visibilicemos aquellos cuerpos que no se ven, y en la que nuestro compromiso con las audiencias quede inexorablemente reflejado.

Desinformación en plataformas interactivas

Maximiliano Tocco

Licenciado en Ciencias de la Comunicación (UBA). Responsable de digitalización TV Pública. Jefe de archivo de noticias Artear. Coordinación de Digitalización del portal Acceder.

En mi condición de profesional trabajador de los medios de comunicación, me encuentro inserto en el caos ético que vive nuestro campo, navego todos los días un río revuelto en el que la mayor parte del tiempo nos sentimos a la deriva.

La posibilidad de participar en la construcción del primer Código de ética de la TV Pública Argentina fue para mí la invitación a trazar un mapa que nos ayude a seguir un rumbo, una guía necesaria ahora e imprescindible para un mañana, en el que los vaivenes políticos han demostrado ser también péndulos que sacuden principios éticos que consideramos innegociables.

Muchos que, como yo, formamos el cuerpo vivo de la TV Pública Argentina consideramos que este medio tiene la obligación de ser un faro de luz en cuanto a la transparencia y pluralidad de sus procesos enunciativos para la construcción de sentido.

El camino de este Código atravesó el descreimiento tanto de los profesionales de otros medios como de nuestros propios compañeros y de espacios de la academia. Y no podemos culparlos, porque han visto a esta casa emisora en sus décadas como protagonista y relatora de la compleja realidad argentina, en las que alcanzaba hasta el más lejano rincón del territorio nacional con contenidos culturales y educativos de calidad para todas y todos los argentinos, siendo doblegada en sus principios como medio de comunicación. Esta vocación de servicio público fue tantas veces pisoteada que para muchos ya estaba perdida.

Pero con este Código que inicia su vida ahora, nuestra generación de comunicadores, los que hacemos hoy la TV Pública Argentina, ponemos una nueva piedra fundamental sobre la que construir el futuro de una comunicación pública de calidad, entendida como vocación de contar con sensibilidad, pluralidad y transparencia.

En el artículo en particular sobre los procesos enunciativos en las plataformas interactivas, la TV Pública enfrenta un desafío complejo, que requerirá un proceso de evolución en la forma que construiremos nuestros mensajes. El campo de la comunicación se encuentra en estos tiempos atravesando un conjunto de fenómenos tóxicos. Los discursos de odio, las *fake news* y las operaciones coordinadas de desinformación encuentran en las redes sociales un campo fértil para el desarrollo de tácticas comunicacionales que atentan contra el desarrollo de una comunicación democrática. Nuestro Código de ética se propone hacer frente a este desafío, desde los principios de la libertad de expresión y la responsabilidad del profesional de la comunicación. Nos proponemos expandir nuestra atención sobre el contexto comunicacional que carga cada información sobre la que participamos en los medios digitales, teniendo especial cuidado a la hora de incluir etiquetas de metadatos que conectan noticias y contenidos. Para lograrlo vamos a intentar prestar atención a la relación metonímica entre *hashtags*, esto quiere decir que al momento de producir una pieza comunicacional que va a circular en plataformas digitales, debemos observar toda la cadena de asociaciones entre etiquetas, ya que existen operaciones coordinadas que, sobre determinados acontecimientos o tópicos de la agenda nacional, buscan alcanzar anclajes de sentido de forma velada para el gran público y, por ende, antidemocrática.

En el plano de las operaciones coordinadas de desinformación, este fenómeno de manipulación tiene lugar mediante la asociación de nuevas etiquetas (*hashtags*) a contenidos que ya son tendencia y que en conjunto con la utilización de cuentas falsas logran una nueva viralización, con nuevos anclajes de sentido, ahora manipulados e inauténticos.

Las operaciones de desinformación no son ninguna novedad en el periodismo, lo que sí es nuevo es el funcionamiento del dispositivo comunicacional interactivo conformado por las plataformas digitales, en el que cada una cuenta con reglas de funcionamiento dadas e inapelables, donde la intención del diseño de los algoritmos nos está velada, y sus dueños mantienen una posición dominante sobre la circulación y masividad de los contenidos. Son nuevas también las tácticas de manipulación de la opinión pública que operan sobre la viralización de mensajes mediante la relación entre conectores semánticos (etiquetas, palabras clave, *tags* o *hashtags*) y el análisis masivo de datos de las audiencias que las mismas plataformas comercializan libremente.

La ausencia de marcos regulatorios deja el camino libre para comportamientos antidemocráticos en el campo de la comunicación digital, volviendo aún más difícil el desafío de los medios públicos de habitar estos espacios actuando como garantes del acceso a información auténtica.

Plurales

Gustavo Ríos

Escritor, periodista y licenciado en Ciencias de la Comunicación Social (UBA). Integrante del equipo de Relaciones Institucionales y Prensa de la Televisión Pública desde 2007.

Las palabras, así, en plural. Con ellas abrevé a lo largo de mi carrera profesional. Con ellas llegué a conocer bastante, lo que siempre es solo un poco, sobre ese universo inacabado e inabarcable que hacemos en nuestro hacer cotidiano, compartido, diverso, plural. Ese universo que nos une, nos separa, nos cuenta, nos escribe.

Historia y puente son dos palabras que, desde hace varios días, me rodean alrededor mío, porque creo que con ellas puedo abordar cómo viví mi participación en este espacio sumamente enriquecedor. En la maravillosa experiencia colectiva de redactar el primer Código de ética de nuestra casa común, la Televisión Pública.

Al principio, me sumé con un poco de curiosidad y con algunas cosas que quería aportar, fruto de mi formación académica y de los años de experiencia en el canal. Particularmente, llegué con la preocupación que muchos en el canal compartimos por lograr equilibrar la participación del país en la pantalla. Porque de la mano de ese federalismo va la necesidad de contemplar la diversidad cultural que forma nuestro país, que incluye amplios sectores excluidos del escenario comunicacional y, fundamentalmente, a esos pueblos originarios invisibilizados, silenciados, oprimidos y reprimidos.

Terminé con alegría y orgullo todos los encuentros, porque en los intercambios los aprendizajes fueron muy superiores a los aportes que pude haber realizado, por contar con la palabra de especialistas, pero sobre todo por descubrir de primera mano los saberes que son fruto del recorrido personal de cada participante del colectivo: mis compañeras y compañeros de trabajo.

Un capítulo particular en este sentido fueron esas pequeñas postales que pudimos plasmar cada semana. No hicieron falta reglamentos para que el debate transcurriera en un clima de cordialidad y respeto

de las diferencias. Quizá eso haya sido por la profunda comprensión, en cada una y cada uno de nosotros, de que estábamos haciendo historia. Y la historia requiere grandeza y eso fue lo que pusimos en juego en cada conversación. En eso hubo unanimidad como en ninguna otra cosa.

Cuando repaso cada debate, me veo observando de manera crítica el uso de las palabras, con la intención de aportar precisión y claridad a los contenidos del Código. En textos que muchas veces no requerían tocar ni una coma.

Para alguien formado en comunicación social en la universidad pública, participar en esta experiencia también fue movilizador desde ese lugar. No se trataba de ser observadores privilegiados de experiencias comunicacionales —lo cual en sí mismo no es un hecho menor—, sino que había que ser protagonistas en las decisiones que pondrían en marcha un fenómeno nuevo.

En la facultad decíamos habitualmente que nuestra labor es tender puentes. Un compromiso con las audiencias como el Código de ética es sin duda un puente, y nuestra tarea hacia adelante es fortalecerlo y ensancharlo.

Pero también hay otros puentes que, creo, se pueden trazar con esta experiencia. Porque se inscribe en la historia que parte en el nacimiento de los medios públicos emblemáticos, en la Europa de entreguerras, y su desarrollo durante los años del Estado de bienestar, para consolidar un concepto que aún hoy perdura. Un puente que hace escala en los estados descolonizados que, en la década de 1970, pujaron por entrar en el debate internacional para proponer un Nuevo Orden Mundial para la Información y la Comunicación que equilibrara las relaciones entre el mundo desarrollado y el resto. Un puente por el que también se transita el tiempo en que las políticas privatizadoras rompieron con los grandes monopolios públicos y con las regulaciones que, aun magras y corregibles, ponían límites en países como el nuestro.

Un puente que nos convocó a aportar en el fortalecimiento de los medios públicos. Lo que es posible desde las políticas estatales, pero también, y de manera creciente, estrechando lazos con esa sociedad diversa que expresan, en la que circulan valores múltiples y que es creadora de una cultura compleja. Sabiendo que del tiempo de las privatizaciones y de retirada de lo público también del escenario comunicacional heredamos una fuerte concentración que, como resultado, desarrolló discursos uniformadores, reduccionistas y discriminatorios.

Que ante eso es primordial abrir canales de participación al pueblo a través de sus organizaciones para que los excluidos comunicacionales sean parte activa en el bagaje de sentido que expresa una época que también les pertenece. Para nosotros, no es solo una cuestión de juntar “me gusta” lo que nos debe movilizar, porque en ese territorio siguen siendo palos contra aviones.

Y también, por qué no, un puente abierto hacia las nuevas generaciones, para escuchar qué tienen para decir y cómo quieren decirlo: sin discursos violentos, sin individualismos que atenten contra lo colectivo, ni seudorrebeliones solo enunciativas.

En este tiempo en el que la Televisión Pública celebró sus 70 años de vida tuvo como lema recordar que es nuestro “Canal de bandera”. Nuestra casa común fue la que nos convocó a escuchar y a dejar una huella imborrable en la historia, para hacer ese puente con el que esa bandera puede ser la de una democracia plena y amplia, participativa e inclusiva. Plural, como nosotros. Como nuestras palabras.

Desconfío

Emilio Ruchansky

Productor periodístico del noticiero de la TV Pública, editor adjunto de la revista *THC* e integrante del Centro de Estudios de la Cultura Cannábica.

La violencia institucional en la Argentina es ejercida desde distintas áreas estatales, principalmente por las policías provinciales y las fuerzas de seguridad, pero también por el personal hospitalario y de los distintos servicios penitenciarios. Su cobertura periodística suele ser escasa o nula y emerge, en general, cuando se trata de “buenas víctimas”, personas sin antecedentes penales y con buena reputación en el barrio. La impunidad de estos delitos, que van desde las detenciones ilegales, pasando por la tortura, hasta los asesinatos, es un hecho grave y extendido del que poco conocemos: no suele ser denunciado por las víctimas, cuando sobreviven para contarlo, y quienes los perpetran cuentan con herramientas para encubrirse, como plantar evidencia o amenazar a las propias víctimas y a posibles testigos.

Suele escucharse en las redacciones que estos temas *no le importan a nadie*. Y es por este motivo que nos parece importante que los medios públicos los tomen, los investiguen y los mantengan dentro de su agenda, dándoles un lugar privilegiado. A diferencia de los hechos de inseguridad que a diario se publican, la violencia institucional conlleva mecanismos de encubrimiento que favorecen la impunidad, como ya explicamos, y en los que la escasa o nula cobertura periodística son centrales. Por ejemplo, cuando una gacetilla policial es calcada y publicada sin chequear, el o la periodista y, por ende, el medio solo da una versión de los hechos que puede ser –ha pasado y seguirá pasando– parte de una maniobra de encubrimiento.

El Estado argentino ya ha sido varias veces condenado internacionalmente por amparar estos hechos, a partir de figuras como la averiguación de antecedentes o de identidad, que permiten las requisas y detenciones arbitrarias. La situación de hacinamiento en comisarías y cárceles de buena parte del país también implica un problema grave

que no se soluciona construyendo más unidades penitenciarias, sino cambiando prácticas judiciales como la aplicación excesiva de la prisión preventiva. Buena parte de la sociedad sigue reclamando *mano dura* sin saber las consecuencias de este tipo de políticas, porque, nuevamente, pocos medios informan sobre los cientos de casos de tortura por parte policial y de fuerzas de seguridad.

Durante las reuniones previas al armado del Código de ética de la TV Pública discutimos estos temas para dejar fijada una posición clara y contundente sobre nuestro rol. Darles voz a las víctimas y familiares, así como monitorear lo que ocurre en comisarías, cárceles y hospitales psiquiátricos, fueron las propuestas que surgieron de inmediato. Sabemos que no siempre es fácil conseguir otros testimonios para dar una cobertura equilibrada de los hechos de violencia institucional, pero marcar el rumbo resulta determinante para empezar a cambiar prácticas cotidianas en el proceso del informativo.

Nuestro país cuenta con distintos mecanismos de prevención de la tortura, a nivel nacional y en algunas provincias, y muchas organizaciones de derechos humanos que se preocupan por instalar mediáticamente los casos de violencia institucional. Tener un contacto fluido y darles espacio en el servicio informativo también configura una buena práctica periodística. La militarización de nuestras policías y fuerzas de seguridad y el aval social para perseguir *enemigos internos* deben ser revisados. Son aspectos clave que perpetúan el problema.

A mediados y fines del 1800, este supuesto enemigo eran los gauchos, luego el ambiente anarquista ligado al sindicalismo a principios del 1900, para seguir con la *subversión* hacia 1970. En la actualidad son los y las jóvenes de barrios populares quienes aparecen como blanco predilecto de policías y fuerzas de seguridad, bajo el visto bueno de parte de la sociedad que considera que ponen en peligro la paz social. Este estereotipo es reforzado cada vez que las noticias que damos hablan de la delincuencia juvenil como el *mal* por combatir, sin detenerse en los condicionantes sociales, en la situación de vulnerabilidad que atraviesa a buena parte de la juventud, y sobre todo el prestigio que genera la violencia en muchas barriadas.

Detrás de muchos delitos menores, existen personas adultas que financian y proveen armamento, funcionarios y funcionarias policiales que liberan zonas o que utilizan a estas personas jóvenes para cometer robos y luego, cuando ya no sirven, las detienen. También persisten los *álbumes de sospechosos* en varias comisarías, incluso en alguna fiscalía,

para identificar ilegalmente a un o una sospechosa de infringir la ley, violando garantías procesales y falseando ruedas de reconocimiento. Cada vez que un crimen nos conmociona, por su crueldad o su violencia, y rápidamente aparecen personas detenidas y acusadas, también debemos sospechar de la celeridad policial.

Es un asunto complejo, en el que debe entenderse que la violencia institucional es sistemática, no excepcional, y el rol de los medios debe mutar de la complicidad y el silencio a una atenta indagación de los hechos, teniendo en cuenta las prácticas descritas y buscando dar certezas a través del chequeo de fuentes, y también de abrir interrogantes cuando sea necesario. En este sentido, creo que es fundamental plantear un código de ética que desarme el deseo de venganza y la deshumanización de los supuestos *enemigos* que posibilitan la serie de violencias estatales con la que convivimos al punto de naturalizarlas.

Rectificación y respuesta, herramientas operativas para el pleno ejercicio del derecho a la comunicación

María José Bernal Carol

Trabajadora de la TV Pública. Integrante de la Dirección de Género y Diversidad RTA S.E. Delegada gremial SATSAID. Abogada.

Se otorgará derecho de rectificación y respuesta, de manera gratuita e inmediata, ante la emisión de información inexacta y agravante que cause daño a la dignidad, honra e intimidad de una persona o un grupo. No procederá ante opiniones con las que meramente se disienta. Dentro de los diez días hábiles de reclamado, el Observatorio creado por este código en el artículo 21 determinará el procedimiento aplicable, sobre la base de los principios de buena fe y razonabilidad. Rechazamos la práctica comunicacional recurrente de brindar información inexacta y agravante.

Código de ética de la TV Pública, art. 7.

Puede suceder que algunas propuestas comienzan siendo invitaciones para algo y terminan convirtiéndose en compromisos que nos cambian, modifican lo que somos y lo que hacemos.

Esto puedo garantizar que es lo que me ocurrió, y estoy segura de que a muchos de mis compañeros también, cuando asumimos la tarea de redactar el primer Código de ética de la TV Pública.

Lo que comenzó siendo una propuesta quimérica o remota, se fue convirtiendo, lenta pero implacablemente, en un trabajo concreto. Fuimos asumiendo paulatinamente una responsabilidad que, luego comprendimos, era más grande que nosotros. No porque quienes integramos este colectivo nos sintiéramos incapaces de hacerlo, sino porque nunca nos hubiéramos imaginado ser convocados por el Directorio de

la empresa para tamaña tarea. Como trabajadores sabemos que la forma en que se dio esta propuesta fue por lo menos singular.

Puedo dar fe de que, desde su comienzo, ha sido una construcción absolutamente horizontal. Esa fue la propuesta de la representante por la primera minoría en el Directorio de RTA S.E., Cynthia Ottaviano, quien oficia de mentora y alma mater de este proyecto. La convocatoria fue abierta a todos los trabajadores del canal y siguió replicándose de la misma manera todo este tiempo, con participantes que fueron sumándose y bajándose alternativamente del espacio, el cual vio variar su número de integrantes, debido a la falta de tiempo para dedicarle a la tarea, más que por falta de interés en el tema.

Esta situación terminó conformando un grupo variopinto y estable que llegó a la meta con mucho entusiasmo e igual dosis de incredulidad. Porque, sin querer ser reiterativa, pero sintiendo la necesidad de remarcar lo extraordinario (en la real dimensión de la palabra) del evento, nos encontramos frente a un logro colectivo que nos llena de orgullo, y eso es algo que no ocurre frecuentemente.

La dinámica de trabajo que implementamos fue de encuentros semanales ininterrumpidos que comenzaron el jueves 8 de abril de 2021, siempre a las 10; primero con representantes de diferentes grupos, comunidades y organizaciones sociales que trabajan cotidianamente para mejorar la comunicación general, y en algunos casos la audiovisual en particular, quienes venían a plantearnos sus propuestas, miradas y necesidades. De esta manera, al irse sucediendo los encuentros semanales, fuimos comprendiendo la dimensión del desafío en el que estábamos embarcados, la responsabilidad de la tarea que abarcábamos y la expectativa que esto generaba en quienes se acercaban a presentar sus opiniones y necesidades.

El corolario de esto fue cuando intervinieron las audiencias, destinatarias finales de este Código y a quienes pudimos ponerles rostro y voz. Dimensionando así, realmente, que lo que estábamos construyendo no solo venía a cumplir una manda legal, sino a cubrir una necesidad que, como muchas veces pasa en la vida, teníamos pero no reconocíamos.

La tarea, que fue grata y estimulante, también debemos confesar que tuvo sus desacuerdos y momentos de discusión. En varias oportunidades, definir un término nos tomó más de un encuentro. Ahí pudimos conocer realmente las personalidades y formas de quienes integramos este espacio. Quien pone orden y mesura, quien tiene una línea de

pensamiento paralelo, quien tiene espíritu componedor y quien desmenuza cada idea hasta encontrar la palabra precisa, el término correcto, la definición buscada. Logramos, de esta manera, que cada artículo fuera votado a mano alzada por unanimidad una vez que realmente todos estuviéramos conformes con lo producido.

Debo decir que me produce una enorme emoción revivir cada una de esas votaciones en las que confluíamos luego de jugosos debates, que muchas veces abrieron puertas a nuevas necesidades, curiosidades y desafíos. Más allá de la distancia física que nos impuso la pandemia, encontramos en la virtualidad, y a fuerza de quererlo crear, un verdadero espacio democrático y respetuoso que me llena de orgullo integrar.

Todo esto pudimos hacerlo porque entendimos que estábamos trabajando para que lo que se pusiera al aire por la pantalla de la TV Pública, en el canal del Estado argentino, cumpliera con un piso elemental de valores éticos que mejoraran la calidad comunicacional de lo que difundiéramos, poniéndole un límite fáctico a la manipulación mediática, que sirviera de ejemplo y generase contagio en los otros medios. Tal vez convertirnó en el faro ético de la comunicación televisiva.

En un momento en el que pareciera que todo vale, que lo único que importa es el efecto inmediato de lo que decimos, desde la TV Pública asumimos el compromiso de hacerlo respetando valores y pautas que no tienen que ver con la moral individual, sino con la aspiración permanente de llegar a ese lugar ideal, de construir un mensaje que recupere la confianza y el respeto entre el emisor y el receptor.

Llegar juntos, directivos, trabajadores y audiencias, a ese espacio en donde los espectadores no sean vistos como consumidores o clientes, ni el mensaje solo como mercancía.

La aspiración de crear un espacio ético en donde lo que se comunique, en el formato que se elija, desde las noticias, los documentales o las tiras ficcionales, se realice y se emita tomando a los receptores, al público, como ciudadanos, valorando su integridad y con el respeto que ello merece.

Aquellos que generamos contenido, debemos hacerlo con las mejores herramientas y buena fe, aceptando el desafío de la diversidad y la inclusión. Trabajando para todas las audiencias con el respeto y consideración que les corresponde. No por voluntarismo, sino en cumplimiento de lo que dispone este Código, resguardado por la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual que comprometió su creación.

Son todos eslabones de una cadena de difusión democrática que, quienes integramos los medios públicos, tenemos la obligación de cumplir y velar por su implementación de cara al futuro.

Para garantizar este compromiso incluimos el derecho de rectificación y respuesta, reconocido en nuestro país por la Corte Suprema de Justicia de la Nación, por aplicación del artículo 14.1 de la Convención Americana sobre los Derechos Humanos (Pacto de San José de Costa Rica), expresado en el fallo *Ekmekdjian vs. Sofovich*, de julio de 1992, doctrinario fallo, en el cual el jurista Miguel Ángel Ekmekdjian interpuso un amparo en ejercicio del derecho de réplica contra el conductor televisivo Gerardo Sofovich por dichos que consideraba agraviantes a Jesucristo y la Virgen María, durante la emisión de su programa del sábado 11 de junio de 1988. El recurso fue denegado en primera instancia por no estar regulado el ejercicio del derecho a réplica por una norma interna. Pero la Corte Suprema de Justicia de la Nación, instancia a la que llegó el demandante en queja, se pronunció haciéndole lugar al reclamo, ya que consideró “que entre las medidas necesarias en el orden jurídico interno para cumplir el fin del Pacto deben considerarse comprendidas las sentencias judiciales. En este sentido, puede el tribunal determinar las características con que ese derecho, ya concedido por el tratado, se ejercitará en el caso concreto”.¹

De esta manera, y a través de este fallo, se plasmó en la jurisprudencia nacional el derecho a rectificación y respuesta, incorporándolo a nuestro ordenamiento jurídico, de acuerdo a la Ley N° 23.054 y conforme lo dispuesto por el art. 31 de la Constitución nacional.

Esto dio la posibilidad de rectificación por dichos o manifestaciones que puedan ser dañosas e inexactas, por lo que algún individuo o grupo pueda sentirse vejado o menoscabado. Con la respuesta se trata de asegurar el derecho, primario y elemental, de legítima defensa a la dignidad e intimidad de quien demuestre ser ofendido o desprestigiado. No es el espíritu de este punto ejercer censura ni imponer criterios, pero sí busca satisfacer la respuesta de quien necesite aclaración, disculpas o la reconsideración propia de quien se equivoca. El compromiso es velar por contenidos sólidos y confiables. El respeto como

¹ Corte Suprema de Justicia de la Nación, *Ekmekdjian, Miguel Ángel vs. Sofovich, Gerardo y otros*, Fallos: 315:1492, Buenos Aires, 7 de julio de 1992. Disponible en <<http://justicia365.esy.es/wordpress/wp-content/uploads/2018/10/Argentina-Miguel-Angel-Ekmekdjian-v.-Gerardo-Sofovich-et.-al.-Supreme-Court-1992-sp.pdf>>.

base para la construcción, pero también la garantía de que la mayoría de las voces estén representadas y sean escuchadas. No está incluido para cuestiones de gusto ni el simple deseo. Será necesaria la comprobación del error o malicia cierta para exigir la rectificación de lo dicho. Esto será determinado por el órgano contralor creado por el propio Código para estos fines. Será un observatorio de conformación tripartita: empresa, audiencia y trabajadores, que velará por su cumplimiento.

El fin de estos mecanismos es exponer el discurso a la menor contaminación ideológica posible, trabajando para que la transparencia del mensaje deje lo más claramente posible la verdadera dimensión de su contenido.

Hacia una Argentina plurinacional

Sandra Ceballos

Periodista de Radio Nacional y de la TV Pública. Abogada y docente, Facultad de Derecho, UBA. Experta en pueblos indígenas, derechos humanos y cooperación internacional, UC3 Madrid.

Pablo Infantidis

Trabajador del noticiero de la TV Pública. Egresado del ENERC. Maestrando de Documental Periodístico (UNTREF).

El desafío de trabajar para llegar a introducir conceptos que implican una comunicación con enfoque intercultural en el nuevo Código de ética de la TV Pública representa para nosotros una gran responsabilidad y un honor. Hemos contado con el aporte de organizaciones indígenas, y de expertos y expertas que han brindado su gran experiencia.

Desde el principio, se hizo evidente la necesidad de plantear la reivindicación de las luchas históricas y presentes de los pueblos indígenas en las coberturas periodísticas, frente a la estigmatización y demonización de los defensores y defensoras de los derechos humanos de los pueblos indígenas que se observan desde los medios hegemónicos, naturalizando informes discriminatorios, xenófobos, estigmatizantes y racistas.

* * *

Se otorgará amplia cobertura a las luchas históricas y presentes de los pueblos indígenas, y se respetarán y difundirán los derechos vigentes en el país, como la obligación de ser consultados de manera previa, libre e informada ante cualquier acción que pudiera afectar sus intereses, de manera de promover un diálogo abierto y de buena fe. Se promoverá una comunicación con enfoque intercultural, que propenda a la erradicación de la discriminación y el racismo y que considere a

todas las identidades culturales, idiomas, cosmovisiones y espiritualidades en un pie de igualdad.

Código de ética de la TV Pública, art. 8.

Decidimos rescatar el gran marco normativo que contempla los derechos de los pueblos indígenas, tanto en el plano internacional como en nuestro ordenamiento jurídico interno, con fundamento en la reparación histórica. Estos reconocimientos fueron fruto del gran trabajo de incidencia política que el movimiento indígena internacional ha venido desarrollando desde la década de 1970.

Con el advenimiento de los derechos humanos, los referentes indígenas encontraron la posibilidad de hacer conocer sus históricos reclamos al mundo entero. Participaron activamente en la redacción de la Declaración sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, que se aprobó en el seno de la Asamblea General de Naciones Unidas el 13 de septiembre de 2007, y que brinda los estándares mínimos de derechos de los pueblos indígenas, como el derecho a la libre determinación, derecho a la tierra y el territorio, derecho a ser consultados cada vez que los estados vayan a tomar medidas administrativas o legislativas que puedan afectarlos, a través de un diálogo de buena fe; conceptos que pudimos incorporar en el artículo 8 del nuevo Código de ética.

El derecho fundamental a las tierras y territorios de los pueblos indígenas está contemplado en el artículo 75 inc. 17 de la Constitución nacional y en tratados internacionales. Su falta de cumplimiento convierte en victimarios de usurpación a las víctimas. Quienes han padecido despojos y saqueos de forma histórica pasan a ser considerados como violentos contra supuestos propietarios legítimos. Existe un modo de ejercer el periodismo funcional a este pensamiento racista y decimonónico, que en pos de una supuesta libertad de prensa realiza afirmaciones que solo contribuyen a la estigmatización de los pueblos indígenas.

Desde la reforma constitucional de 1994, en la que se incluyó como uno de los derechos la propiedad de las tierras que tradicionalmente ocupan, este derecho ha sido desconocido, ignorado, soslayado, por quienes detentan la obligación de hacerlos efectivos. Siempre contrapuesta a la intocable propiedad privada —la que conforma nuestro imaginario tradicional individualista—, la propiedad comunitaria indígena se cubre con mantos de socavamiento del ser nacional, de la unidad nacional, invocando una supuesta soberanía vulnerada. Nada más ale-

jado de su contenido, que se asienta en otras premisas, propias de la cosmovisión indígena.

De forma sistemática los conflictos territoriales y las reivindicaciones indígenas ocupan la discusión pública sin tener en cuenta los principales aspectos de la disputa, se dejan de lado tratados y declaraciones internacionales, e incluso la Constitución nacional, proclamando el respeto a la propiedad privada en desmedro de los derechos territoriales colectivos de los pueblos indígenas, incluso invocando la defensa de la soberanía nacional.

El derecho de consulta es un derecho fundamental de defensa de los pueblos indígenas. La obligación de consultar emerge cuando hay peligro de una afectación a algún interés o derecho de una comunidad de un pueblo indígena. Por eso, es una garantía fundamental de protección del resto de los derechos. El obligado siempre es el Estado y pueden serlo también, concurrentemente, personas privadas físicas o jurídicas. El objetivo de la consulta es la obtención del consentimiento. Debe ser de forma previa, libre e informada.¹

Consideramos que en el ejercicio de la profesión de comunicador debemos respetar las decisiones de las comunidades o pueblos afectados. Por ello, es prudente concertar previamente el horario de entrevista con las autoridades de la comunidad. Realizar un abordaje periodístico en territorio indígena es la mejor forma de interactuar directamente con las comunidades y su entorno físico.²

Cuando se va a informar de manera escrita o verbal acerca de la comunidad visitada, se recomienda prestar especial atención a una correcta descripción del lugar, tomando en cuenta su nombre, lugar de emplazamiento y pueblo o nación a la cual pertenece.

Siguiendo los principios de la Declaración Universal sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, que propugna en su preámbulo que

[...] todas las doctrinas, políticas y prácticas basadas en la superioridad de determinados pueblos o individuos o que la propugnan adu-

¹ Ley N° 24.071, Apruébase el Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo sobre Pueblos Indígenas y Tribales en Países Independientes, 4 de marzo de 1992, art. 6.

² ENDEPA (Equipo Nacional de Pastoral Aborígen), “Decálogo de buenas prácticas para abordajes y coberturas responsables”, en *Pueblos Originarios. Guía para un tratamiento mediático responsable*, 2017. Disponible en <<https://endepa.org.ar/contenido/guia-para-un-tratamiento-responsable.compressed.pdf>>.

ciendo razones de origen nacional o diferencias raciales, religiosas, étnicas o culturales son racistas, científicamente falsas, jurídicamente inválidas, moralmente condenables y socialmente injustas.³

Con el objetivo de contribuir a preservar y proteger la vida de toda la naturaleza o Pachamama, y de todas las especies, personas humanas y no humanas, y pensando en las generaciones futuras, los conflictos ambientales formarán parte sustancial de las agendas públicas. Para tal fin se incluirán voces autorizadas que puedan aportar información fundada. Se promoverá, desde los medios, educación ambiental que visibilice estos conflictos y las potenciales reparaciones.

Código de ética de la TV Pública, art. 17.

Asimismo, consideramos la importancia de contribuir a proteger a la Pachamama y la relación espiritual que los pueblos indígenas mantienen con sus territorios, basados en el paradigma del Buen Vivir, por el cual se tiende a la armonía con la naturaleza, con el grupo de pertenencia y con uno mismo. A su vez, se promueve el respeto a todos, incluidos la especie humana y los no humanos. Por ello, resaltamos que es necesario tomar en cuenta los conocimientos y las prácticas tradicionales indígenas que contribuyen al desarrollo sostenible y equitativo y a la ordenación adecuada del medioambiente, sus conflictos y solución, de manera tal de cuidar la vida y el mundo que dejaremos a las generaciones futuras.

El movimiento indígena internacional viene desarrollando gran participación en las COP (Conferencia de las Partes de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático), y han podido mantener un diálogo intercultural entre pueblos indígenas y gobiernos del Abya Yala. El gran objetivo fue fortalecer la colaboración para una acción climática mundial desde la perspectiva de los pueblos indígenas.

Han podido concluir que construir un nuevo pacto político, social y ambiental entre todos los seres que habitamos la madre tierra para revertir la crisis climática es uno de los desafíos más importantes que enfrentamos como sociedad.

³ Naciones Unidas, *Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas*, 13 de septiembre de 2007. Disponible en <https://www.un.org/esa/socdev/unpfi/documents/DRIPS_es.pdf>.

Los conocimientos ancestrales y las tecnologías de los pueblos indígenas constituyen elementos esenciales, y ha llegado el momento de reconocer y poner al servicio de la humanidad estos saberes, de los que las mujeres indígenas han sido guardianas, defensoras y transmisoras de sabiduría.

Es importante que la propuesta indígena para enfrentar la crisis climática sea considerada en pie de igualdad con la propuesta de Occidente; es decir, que basados en el respeto mutuo los saberes indígenas se pongan al mismo nivel que los saberes científicos, en una expresión de verdadera interculturalidad.

Dice Silvina Ramírez que “poco hemos avanzado en todos estos años de los intentos de construcción de un genuino Estado igualitario, inclusivo, intercultural”.⁴ Es frecuente escuchar frases del estilo: “los indígenas usurpan”, “quieren quedarse con lo nuestro”, “quieren fundar un nuevo Estado”, “el Estado debe proteger la propiedad privada”. La ideología de base de estos lugares comunes, convalida la historia de despojo, persecución y hostigamiento de las comunidades indígenas.

Cualquier *proyecto de país* debe necesariamente incorporar los derechos indígenas, sus requerimientos y su cosmovisión. Principalmente, deben terminarse las políticas de segregación y, en el mejor de los casos, de asimilación, para construir un paradigma estatal pluralista e igualitario.

Todos los artículos precedentes serán interpretados interculturalmente. Se promoverá la superación del monoculturalismo, el colonialismo y el antropocentrismo, para reemplazarlos por el respeto igualitario de todas las culturas, de la pluralidad de saberes y de la naturaleza.

Código de ética de la TV Pública, art. 21.

El dilema *civilización o barbarie* que hemos aprendido desde la escuela, los discursos y monumentos oficiales, así como por los medios de comunicación, es decir, a través del aparato hegemónico de difusión de ideas, se basa en la desigualdad y jerarquización de los miembros del

⁴ “Ocupación de tierras: cómo los pueblos indígenas pasaron de víctimas a victimarios”, *Cosecha Roja*, 27/11/2020, <<https://www.cosecharoja.org/ocupacion-de-tierras-como-los-pueblos-indigenas-pasaron-de-victimas-a-victimarios/>>.

género humano, y los parámetros de superioridad están dados por las culturas que dominaron y sometieron a otros pueblos y a su entorno, la inferioridad cultural por el contrario, resulta del mayor acercamiento a la naturaleza.

Dice Juan Manuel Salgado que de este modo “se legitima el hecho de la colonización como resultado de una evolución histórica necesaria que describe al progreso humano como un proceso de conquista y represión”.⁵

La escritura colectiva del Código de ética fue la puesta en práctica de *jiwasa*, que puede traducirse como la “muerte del ego”. Como dice David Choquehuanca: “Estamos en tiempos de volver a ser jiwasa, no soy yo, somos nosotros. Jiwasa es la muerte del egocentrismo y del antropocentrismo”.⁶

Jiwasa expresa el principio ético de complementariedad de los opuestos, un estado de desindividuación que permite asimilar la posición del otro y encontrar consensos. Esa labor conjunta constituyó la matriz gestante desde la cual se elaboró este Código.

Para el trabajo de escritura colectiva desde un principio la modalidad asumida fue la de arribar a consensos. Cada párrafo se votaba para ratificar la unanimidad de lo acordado, no para imponer la decisión de una mayoría. Las discusiones fueron siempre muy respetuosas, pero no exentas de ardor y apasionamiento. La asamblea debía articular, entonces, las estrategias adecuadas para encontrar una solución superadora. Los pilares principales de nuestro trabajo fueron planteados desde la base: entender a la comunicación como un derecho humano y que nuestra labor de comunicadores debía ser despatriarcal y decolonial. Pero estas no podían ser meras declamaciones. Era necesario que cada frase, cada palabra, estuviera en sintonía con este espíritu.

El mayor peligro que corría este texto por nacer era que, consciente o inconscientemente, proclamara una ética universal, válida para todos y todos, replicando una hegemonía colonial del saber.

Desde esta perspectiva, durante la elaboración del texto, la discusión en torno a la palabra *nacional* llevó a un punto en el cual no lo-

⁵ Salgado, Juan Manuel, “¿Derecho o derechos para la inclusión? Los Pueblos Indígenas y la teoría jurídico-política occidental”, Seminario Interculturalidad o colonialidad, Neuquén, Argentina, 2021.

⁶ Palabras del vicepresidente electo David Choquehuanca, en la ceremonia de toma de posesión de Luis Arce como presidente del Estado Plurinacional de Bolivia, 8 de noviembre de 2020.

gramos ponernos de acuerdo. Las recientes constituciones decoloniales de otros estados de nuestro continente ya han reemplazado dicho término por el de *plurinacional* para desengancharse de esa dependencia epistémica y recuperar en su justo valor a las sociedades sobre las cuales se trazaron las fronteras arbitrarias de los estados nacionales. Parecía fundamental que nuestro texto colectivo se hiciera eco de esa corriente.

En ese sentido, resulta fundamental desarmar todos los condicionamientos culturales para descubrir nuestra identidad al asumirnos comunicadoras y comunicadores desde el Sur del Sur. Compenetrarnos con la ética comunitaria andina en torno a la búsqueda del *buen vivir*, *suma qamaña* o *sumak kawsay*; el buen vivir colectivo o *teko porã* de la ética guaraní, el *küme mogen*, el buen vivir que expresa el justo equilibrio entre *che*, la persona, y la biodiversidad de *Mapu*, la tierra. Todas estas expresiones, de diferentes cosmovisiones, reflejan formas de conducta en las que la convivencia armoniosa con los demás miembros de la comunidad tiene como pilar fundamental la armonía con la naturaleza y el medioambiente.

Nuestro desafío es cuestionar el universalismo de una ética eurocentrada y reconocer el valor fundamental del legado ético de los pueblos indígenas.

La presentación de un Código de ética de la TV Pública que contiene los principios básicos del derecho internacional sobre los derechos humanos de los pueblos indígenas nos revela que ellos tienen voz propia, no necesitan que otros se arroguen su representatividad para expresarse. Es importante respetar su libre determinación y el ejercicio de su identidad, plasmada en su cosmovisión indígena, en el marco de un diálogo intercultural con públicos diversos. La comunicación, como el proceso de descolonización de nuestras mentes, es un aprendizaje permanente, y en pos de ello caminamos, animados por el ejercicio de la práctica democrática de la participación de todos y todas, en un pie de igualdad.

Un brote que creció y no descansará

María Laura Anselmi

Periodista, productora de radio y televisión, especialista en prensa y comunicación, asesora de RTA.

¿Es la televisión la llamada caja boba? ¿La que entretiene, informa, educa? ¿Es hoy el medio masivo por excelencia? Aquel aparato que solo tenía una minoría privilegiada luego se masificó ocupando los hogares de cada familia. ¿Qué hay detrás? ¿Cómo se hace? ¿Qué le sobra? ¿Qué le falta? ¿Es un espejo de la sociedad? ¿Del sistema? ¿De lo que nos pasa?

Corría abril de 2021: pandemia, desolación y tristeza. Un llamado me invitó a esta aventura de definir incertidumbres, dudas, de ponerle palabras a las cuestiones que siempre nos planteamos. Manos a la obra.

Confieso que al principio no entendí: manual de estilo, código de ética... ¿qué era lo que teníamos que hacer?

Así fue que, entre las caras repartidas que nos devolvía la pantalla de la computadora, comencé a escuchar cada uno de los temas, cada concepto devenido de la experiencia del conocimiento o de la intuición. Todo era vertiginoso pero ordenado.

Voces que revolucionaron el fin de este medio, con la convicción de que es posible darle respuesta a las preguntas.

De la mano de Cynthia Ottaviano sucedió, tomó cuerpo, se enumeraron los artículos, la realidad se convirtió en una verdad, que sigue nutriéndose, creciendo, y hoy el código existe.

Es.

Hay un Código de ética de la televisión argentina. Se hizo posible, para todas, para todos.

Los jueves a las 10 recreamos un ejemplo de tarea en equipo, un reflejo de lo posible, un brote que creció y no descansará porque recién empieza y porque aquello hecho con la mente y el corazón nos devolverá un país mejor.

Siento que algunas preguntas ya tienen respuesta.

IV. Las perspectivas de las audiencias

“Es alarmante lo que pasa en nuestros medios”

Carla Bogado

Ushuaia, 27 de septiembre de 2021

A quien corresponda:

No me voy a extender, en principio agradecer por la iniciativa, me alegra ver que finalmente existe la intención de trabajar en un área que parecía olvidada o relegada y que por norma debería ser desde donde parte la comunicación y no un apartado posible y tratable en ocasiones. Siempre digo, para quien quiera oír, y lo vengo expresando en mis redes hace tiempo: es alarmante lo que pasa en nuestros medios de comunicación, en toda Latinoamérica, específicamente en el área de periodismo.

Voy a generalizar hablando de televisión abierta, y voy a ser un poco visceral, ya que me inicié trabajando como técnico de televisión en mi localidad, en un noticiero, y tengo aprecio y cariño por este medio. Cuando se habla de libertad de expresión, creo que hay una mala interpretación, y la impresión que da es que esta se traduce en un libre albedrío caótico, desorganizado, pretencioso, deseoso de ganar televidentes, donde lo teatral convive con el grotesco y lo bizarro, y uno va perdiendo la noción de si hablamos de ficción o realidad, porque, sin duda, la mentira, la especulación y las técnicas para desfigurar la realidad están a la orden del día.

Como decía anteriormente, deberíamos partir de la premisa de que el periodismo (profesional) ya tiene rigurosos códigos de ética establecidos, los cuales no se respetan. Hay varios puntos por analizar, uno de ellos es que muchos periodistas no son profesionales, en el sentido de haberse formado específicamente para este campo. Y eso puede considerarse una grave contradicción, ya que en Argentina tenemos excelentes periodistas preparados por excelentes universidades. Y aquellos que puedan tener

títulos habilitantes probablemente se hayan doblegado ante una forma preestablecida de trabajo arraigada a modelos que ya deberían ser obsoletos. Personalmente, creo que se le viene causando mucho daño a la Argentina y esto no solo tiene que mudar, además, hay que reconocer y penalizar las malas prácticas, después de todo, las reglas y leyes al respecto existen, y las pruebas de las malas praxis están ahí... todas documentadas en videos, fotografías, textos de periódicos, revistas, páginas web, etc. Tal vez sea una idea loca o descabellada, pero me animo a decirlo porque después de lo que he escuchado y visto por TV y radio está claro que cualquiera puede decir cualquier cosa y está todo bien...

Perdonen la redundancia e ironía. Creo que las universidades deberían encargarse de esto, de supervisar que los códigos de ética sean cumplidos y, además, de desarticular las mentiras, exponerlas y punir a aquellos que comprobadamente han actuado visando obtener ganancias en su accionar, o incluso aquellos periodistas que se enriquezcan ganando más allá de lo que sus sueldos establecen. Debemos comenzar a ver con seriedad absoluta y suma responsabilidad esta tarea que no es menor, la de informar. Convengamos que puede moldear la opinión pública de forma drástica, por lo que tiene que dejar de ser un arma vital de los que tienen los medios adquisitivos para inclinar la balanza a su favor. El ciudadano tiene derechos, entre ellos, ser informado sin manipulación. Tenemos el deber de velar por que se cumplan las reglas y los derechos. Para finalizar, resulta necesario actuar desde la responsabilidad social, siendo preciso en cuanto a lo que puede permitirse y lo que no, aun contemplando la libertad de expresión. Ya que libertad de expresión no es o no debería ser un “que cada uno diga lo que se le dé la gana”, sino que conlleva derechos y deberes explícitos.

“Queremos ser parte del proceso”

Laura Lemura

Desde la Federación Argentina de Instituciones de Ciegos y Ambliopes (FAICA) consideramos de vital importancia que se ponga en valor la accesibilidad. Sin accesibilidad no hay autonomía para las personas con discapacidad ni para muchos otros sectores de la población. FAICA trabaja desde 1986 por los derechos de las personas con discapacidad visual y, en consonancia con la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, en estos años, en alianza con otras organizaciones, por las personas con discapacidad en su conjunto.

Nuestra ciudadanía se construye en la participación y no es posible cuando no contamos con los medios necesarios. Producir información accesible para todos y todas implica no solo los formatos, sino también que seamos parte de ese proceso. Las personas con discapacidad visual podemos aportar como supervisoras de contenidos trabajados en audiodescripción. Esto es relevante pues se toma la experiencia como usuaria y, al mismo tiempo, se puede comprobar la accesibilidad de dichos materiales con las personas destinatarias. Los equipos de audiodescriptores se enriquecen con la colaboración de personas con discapacidad visual que pueden intervenir en el proceso de redacción de guiones con sugerencias. También sus aportes consolidan las audiodescripciones al momento de evaluar su locución para lograr un material profesional y accesible.

En el convencimiento de que este Código de ética nos brindará una herramienta para tener una televisión pública más accesible y, por tanto, para todos y todas, ampliamos nuestras recomendaciones. Instamos a la implementación de toda medida de accesibilidad que favorezca la información, formación y ocio de todas las personas. La accesibilidad es la puerta a nuestros derechos como personas con discapacidad, pero también lo es para personas adultas mayores, pueblos originarios y po-

blación con distintos niveles de estudios y condiciones socioeconómicas, entre otros. Saludamos la iniciativa y esperamos sea el punto de partida para que más medios la repliquen.

“Construir un paradigma que promueva los derechos humanos”

Alumnado de la Especialización en Comunicación y Derechos Humanos de la Universidad Nacional de Avellaneda

22 de septiembre de 2021

- Resulta relevante que los contenidos de comunicación audiovisual producidos y transmitidos por Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA S.E.) consideren a la comunicación desde una perspectiva de derechos humanos; reconociendo que la actividad es fundamental para el desarrollo sociocultural de la población en el que se exterioriza el derecho humano inalienable e indivisible de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones. En este sentido, podemos reconocer a las audiencias como sujetos plenos de derechos en el contexto del sistema de medios y la cultura de nuestro país.
- Es deseable que el sistema de medios público se comprometa con la producción de información plural, diversa, interseccional y polifónica a los fines de promover una construcción de sentido democrático y garantizar el derecho humano a la comunicación y la información; que promueva la defensa de los valores de la democracia, el respeto a la dignidad humana, la oposición a la violencia y el lenguaje de odio; que incentive a la búsqueda de consensos para brindar soluciones factibles a los problemas cotidianos de la sociedad argentina; que asuma el compromiso mediante la responsabilidad ulterior de los medios de comunicación; y que tome iniciativas para evitar la espectacularización de las diversas temáticas de la agenda en los medios públicos a través de una cobertura periodística responsable del tratamiento de la información.
- El sistema de medios público debe brindar espacio y reconocimiento a la diversidad de identidades étnicas, religiosas, etarias,

culturales, sociales y políticas, sectores de la economía social, y universidades públicas, que habitan en todo el territorio y conforman nuestra identidad nacional; que no solo deben ser representadas, sino que es importante garantizar su voz y su participación como actores del proceso de la comunicación, como actores de la noticia y como intérpretes de la realidad para garantizar la libertad de expresión, la libertad de opinión, el derecho a la comunicación y el derecho a la información de toda la ciudadanía.

- Consideramos que para el tratamiento informativo es necesario respetar la privacidad e intimidad de las personas (a menos que existan consecuencias en el desempeño de una responsabilidad pública de las personas); respetar la presunción de inocencia, con particular importancia en información relacionada con detenciones o hechos delictivos, en los cuales su participación no haya sido judicialmente comprobada; finalmente, no difundir información con nombres e imágenes de víctimas/sobrevivientes que sean menores de edad, o de delitos penales, considerando el respeto a la intimidad y la salvaguarda de las familias.
- Para garantizar el Código dentro del sistema público de medios se recomienda contar con un sistema integrado de gestión ética que contemple: un comité ético (deliberación) y auditorías éticas. Ambos espacios designados por profesionales en la materia provenientes de las universidades públicas y privadas, sindicatos, organismos de derechos humanos, organizaciones sociales, asociaciones o entidades colegiadas, Defensoría del Público y de las Niñeces, representantes de los partidos políticos, u otros sectores afines.

Creemos que el Código de ética debe contener estos principios mínimos para transmitir contenidos que construyan un paradigma comunicativo respetuoso de la diversidad de género y la pluralidad de voces y para promover los derechos humanos dentro del sistema democrático de la Argentina.

Propuesta realizada por estudiantes de la Especialización en Comunicación y Derechos Humanos de la Universidad Nacional de Avellaneda: Fabián Alderete, Mariano Agrello, Leticia Beltrán, Pamela Demes, Pablo Fanelli, Jimena Paula Fernández, Julieta Galera, Maia Jait, Mariana Lemos, Gustavo Lorenzo, Paula Maitia, Luis Gustavo Martínez, Fabiana Sanavia, Facundo Ufor, Fernando Vidal, Alfredo Velázquez.

Bibliografía

- Defensoría del Público, *Ideas y Orientaciones para la elaboración de un código de ética*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2016. Disponible en <<https://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2016/10/Co%CC%81digo-de-e%CC%81tica-web-29019.pdf>>.
- Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, 10 de octubre de 2009.
- Ottaviano, Cynthia, “Hacia el primer código de ética de RTA”, 2021. Disponible en <<https://new.tvpublica.com.ar/wp-content/uploads/2021/10/Hacia-el-Primer-C%C3%B3digo-de-%C3%89tica-de-la-TV-P%C3%BAblica.docx.pdf>>.
- Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, “Código de ética”, Defensoría de las Audiencias, 2021. Disponible en <https://www.spr.gob.mx/defensoria/secciones/normatividad/pdf/Codigo_Etica_SPR_2021.pdf>.
- Unesco, *Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas*, San José, 2006.
- , *Indicadores de desarrollo mediático: marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*, Quito, 2008.
- , *Indicadores de calidad de las emisoras públicas - evaluación contemporánea*, serie Debates Comunicación e Información, N° 10, junio de 2012.
- , *Principios y “buenas prácticas” para los medios públicos en América Latina*, Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información, N° 24, 2015.

“Un tratamiento respetuoso de las personas con discapacidad”

Andrea Grassia

Hola, mi nombre es Andrea Grassia, soy periodista, soy una mujer con discapacidad visual y milito en REDI, que es la Red por los Derechos de las Personas con Discapacidad. Como periodista y como persona con discapacidad, creo que es importantísimo que desde la Televisión Pública exista un código de ética para que se contemple el tratamiento respetuoso de los colectivos históricamente excluidos, como es el caso de las personas con discapacidad.

En este sentido, considero fundamental que se tenga en cuenta un tratamiento respetuoso de los derechos humanos, que las personas con discapacidad seamos parte de las agendas cotidianas, de las agendas públicas, que seamos consultadas como fuentes válidas cuando se tratan cuestiones relacionadas con nuestro colectivo.

Y, además, es muy importante que este Código de ética tenga en cuenta el tratamiento respetuoso de las personas con discapacidad desde un punto de vista de los derechos humanos y no desde un punto de vista de la caridad, de la lástima, que nos muestre a las personas con discapacidad como superheroínas o como pobrecitos que necesitamos apelar a un enfoque caritativo.

Por eso celebro que exista la elaboración de este Código de ética.

“Que no se difundan episodios violentos”

Ruth Wulf

Que no se difundan imágenes de episodios violentos, como robos, peleas, etc., en noticieros y otros programas.

“Una visión cultural de nuestro país”

Néstor Crespo

Gracias por permitirme participar. Mi nombre es Néstor Crespo, soy músico y docente universitario en la UNA (Universidad Nacional de las Artes).

Mi inquietud radica en la necesidad de que en la programación de la Televisión Pública se incluyan programas en los que se ponga de manifiesto cualquier expresión artística desde una visión cultural que poseemos como país.

En los tiempos que corren es importante y necesario el mensaje contracultural desde mi querida Televisión Pública a su pueblo. Una buena manera de lograr mantener viva nuestra identidad es llevando a cada uno de los hogares argentinos la producción incesante de cada uno de los artistas, cualquiera sea el lenguaje en el cual se exprese, para poder así mostrar su obra.

Hoy en día, humildemente, me parece que se puede volver a ser original volviendo a hacer programas que en otros años hacía la TV Pública para evitar, de esta manera, los nuevos formatos internacionales que se repiten en cualquier canal de la televisión abierta y, por qué no, en el mundo entero.

Les deseo lo mejor y es un orgullo saber que están trabajando en un código de ética. Felicitaciones.

“Nosotros también existimos”

Rosario García

Soy Rosario García. Hablo en nombre de la campaña “Juntos por los Subtítulos”.¹

Hoy queremos comentarles que, para ver televisión, las personas que tenemos deficiencias auditivas o alguna discapacidad auditiva necesitamos que sea subtitulada. No tenemos otra forma de ver televisión más que con subtítulo, por lo que estamos haciendo una campaña tratando de mejorar el subtítulo. Entonces, ¿qué les vamos a pedir? Lo primero que les vamos a pedir es que existan subtítulos. Por favor, que no salga ningún material en la televisión que no esté subtulado como corresponde.

Luego, les vamos a pedir que el subtítulo sea de calidad; si no es de calidad, no sirve. Nos sentimos que no estamos respetados, que no somos respetados. La calidad significa no comerse frases, no cambiar un diálogo, no cambiar las palabras, no poner cosas que no se entiendan. Si hablan muy rápido, entendemos que a veces les cuesta mucho, pero por favor, que tenga un buen subtulado, que no usen barbijo. Nosotros necesitamos ver la cara y ver la boca también. De ser posible que la música de fondo sea baja o que no haya, que tampoco haya ruido de fondo porque no permite escuchar bien. Les vamos a pedir las letras amarillas. Se lee mejor. Les vamos a pedir sobre todo que nos tengan en cuenta, que nosotros también existimos.

¹ Se refiere a la campaña que difunde la necesidad del subtulado para las personas con pérdida auditiva, de manera de concientizar a la sociedad sobre sus ventajas y beneficios para la integración.

“Hacia un código de ética asequible, aplicable y sincero”

Alicia Villar

(Mi aporte a la TV Pública con mis respetos por lo que hacen, intentan y proponen, como esta participación, por ejemplo.)

Mucho se puede escribir, decir. Fuentes de inspiración hay innumerables: la filosofía griega, la oriental, las varias escuelas psicológicas, las religiones, los antecedentes legislativos y códigos de otras naciones. Marshall McLuhan, pero...

Los extensos escritos, los discursos para lucimiento, los mandamientos interminables acaban siendo vacuos e inservibles en un mundo roto que hay que armar de nuevo para generaciones nuevas a las que las normativas les resultan raros títulos que nadie sigue ni usa, etiquetas que ellos ni están dispuestos a leer o usar, puesto que advierten de antemano la inutilidad.

En esta actualidad sin fronteras, con instituciones tradicionales bajo la lupa (familia, ejércitos, matrimonio, iglesia, gobiernos), con intereses políticos indisimulables y los económicos obscuramente puestos en las *pocas* mesas donde se come y se comparte lo poco que queda de *bueno*, con la posibilidad de que cada uno decida cuándo y qué ver, cuándo y qué escuchar, con realidades que van en paralelo a lo que la TV y otros medios transmiten y que se puede palpar con los sentidos sin que nadie *la cuente*, es hasta un poco ridículo devanarse los sesos, invertir en idas y vueltas, publicitar que es una preocupación lo que debiera ser intrínseco de la información, de la comunicación, de la transmisión, del *mostrar*.

Algo es muy diferente a lo que se venía dando: para mostrar debe haber alguien con ganas de ver. Y para que algo sea visto, además de interesante, debe ser creíble. Para que algo sea creíble, debe ser verdadero, por más duro o feliz que sea. Y lo mejor o lo peor para los medios actuales es que la verdad sale, antes o después, pero sale siempre y esa ola, esa ola que en algunos casos puede ser amenazante, ya está aquí,

y se ve en el horizonte, es hora de decidir cómo surfearla de la manera más digna y elegante y que den ganas de ver esa coreografía.

La ética puede llevar incontables páginas, pero podría reducirse, creo yo (todo lo que digo aquí es mi opinión, absolutamente personal, con la parcialidad que eso conlleva), a tres palabras bastardeadas, usadas despojadas de su semántica, burladas, y que son: “código”, “verdad”, “conciencia”.

Si esas tres ruedas se usaran en los medios, si los profesionales de la comunicación realmente fueran formados en ellas, si fuera eso lo sugerido y comprobado como elemental, como el barbijo para evitar el COVID-19, pues, nada, pero nada, sería necesario decir, y la ética sería un vehículo sobre el que se transportan los contenidos con la mayor de las naturalidades, como cae el agua de las cataratas del Iguazú, otra de las maravillas que tenemos y a las que no hacemos caso y menos cuidamos.

Los que hoy están tomando decisiones en los medios tengan muy en cuenta que muy pronto y sin aviso podrían quedar perimidos, anquilosados por la incapacidad de salir del estreñimiento de sus remilgos anticuados increíbles. Lo digo desde un lugar solidario y colaborador.

Lo incapacitante es no ver, no querer claudicar ante lo evidente: la verdad brota, el código no escrito existe, y no cumplirlo, tarde o temprano, lastima. La conciencia está en cada uno, adentro, y es la perfecta decisora de lo que está bien y está mal. No hay nadie que no posea esto, es la mayor de las democracias, de las igualdades.

Teniendo en cuenta estos tres pilares (conciencia, verdad, código), todo lo demás está adentro, incluido (cuestiones de género, minorías, actualidad, sesgo, autolímite, límite, autocensura, censura, poder, marginalidad, conocimiento, intereses políticos, solidaridad, educación, etc.). Todo en absoluto puede ser bañado y tratado de una manera cuidadosa, hasta lo más triste, lo más angustiante, lo más dudoso, lo más chismoso, lo más interesado, lo más trágico, lo más desconocido, lo más vergonzoso, y darle un barniz de responsabilidad que a la vez nos da paz.

Ya se ve, no hay que ser un experto en *research* para percibir por dónde viene el compromiso y en qué creen las nuevas generaciones y con qué se sienten comprometidas. Dejemos los discursos estériles de lado, se nos ríen los jóvenes cuando escuchan hablar de partidos políticos, no entienden, como tampoco entienden una publicidad engañosa que

la pueden comprobar tan solo yendo al kiosco y comprando algo muy diferente de lo que les muestran.

Entonces, ¿vale la pena tanta palabra? ¿Vale la pena pasearse arreglado y producido para una fiesta, con vestido largo, frente a alguien para quien somos transparentes?

Las nuevas generaciones creen en el compromiso y están comprometidas. Nosotros, los adultos quedamos tan solo para la vitrina de la frustración, para el museo de los amigos de la señora mentira que destila en cada desproporcionado caro segundo de la televisión y el resto de los medios de comunicación social que no se han dado cuenta de que hacen *antimarketing*, que perdieron perspectiva de lo que son, que no saben lo que tienen que vender y menos saben de conciencia.

¡Gracias por la oportunidad de decir!

(Alicia Villar, 51 años, licenciada en Publicidad y Analista en Medios de Comunicación Social.)

V. Epílogos

Una guía imprescindible

Claudio Martínez

Director ejecutivo de la TV Pública.

El debate, la redacción y la puesta en funcionamiento del Código de ética es una de las mejores noticias que generó la TV Pública en los últimos años. No solo era una deuda pendiente con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, sino que se trata de una herramienta fundamental para los que cada día tenemos la responsabilidad de construir la pantalla de nuestro canal de bandera.

Y la palabra clave es esa: *responsabilidad*. Conducir cualquier medio de comunicación es una tarea compleja y delicada, que requiere de un marco ético claro, que sirva como guía para definir valores y modos de responder ante determinadas situaciones.

Esa tarea es más sensible aún en un medio público que, naturalmente, tiene compromisos más profundos con la sociedad; por lo que es necesaria una hoja de ruta que oriente la generación de contenidos y ayude a tomar decisiones a la hora de pensar una programación.

Desde nuestra concepción, un medio público debe tener una lógica bien diferente a la de un canal privado. Como es obvio, los medios comerciales se manejan por las reglas que indica el mercado. Para sostener su modelo de negocio, tienen que ofrecerles a sus anunciantes un volumen de audiencia considerable. Cuantos más consumidores reúnan delante de sus pantallas, más publicidad van a vender y más *exitosos* serán. Esto es así en todo el mundo desde que la televisión existe. En cambio, un medio estatal tiene otros objetivos. Fundamentalmente, no dialoga con consumidores, sino con ciudadanos; es decir, establece otro tipo de vínculo con las audiencias.

Si bien trabajamos para que nuestros programas lleguen a la mayor cantidad de espectadores posible, la búsqueda del *rating* no es el objetivo central de nuestra tarea. Lo que nos motiva es la articulación de un mensaje, de una programación, capaz de construir ciudadanía.

Es decir, contenidos que sirvan para tejer una trama de valores como la solidaridad, el respeto por la diversidad, la memoria, la igualdad de oportunidades, la empatía y el reconocimiento de todas las identidades que constituyen nuestra identidad nacional y regional.

El *rating* es una herramienta del mercado y, para bendecir a un canal con una medición competitiva, el mercado impone una batería de condiciones: escándalos, gritos, polémicas inconducentes, alertas innecesarias, sangre, cierta perversión en los formatos y, por sobre todas las cosas, una versión maniquea, plana y reduccionista de la realidad. Nosotros no debemos ni queremos recorrer ninguno de esos caminos. Aspiramos a una comunicación serena, que favorezca el entendimiento, que brinde una versión comprensible y a la vez sofisticada de los problemas de la sociedad, y que no promueva enfrentamientos, sino debates enriquecedores.

Cuando asumimos nuestros cargos, en diciembre de 2019, nos propusimos iniciar un proceso de reconstrucción de la TV Pública. Esa épica de la recuperación resultó ser mucho más compleja de lo que imaginábamos.

Más allá de los desafíos que nos impuso hacer comunicación sanitaria, educativa y cultural durante una pandemia tan inesperada como inédita, nos enfrentamos a la necesidad de mejorar la programación, revalorizar a los trabajadores y trabajadoras, actualizar el equipamiento técnico y poner en condiciones el edificio; aspectos que fueron abandonados por la gestión anterior.

La TV Pública tiene roto el vínculo con sus audiencias. El apagón productivo, que llegó de la mano del desprecio y maltrato durante el gobierno macrista, desdibujó la misión del canal, le hizo perder el foco y lo alejó del público.

Es imprescindible volver a construir esa trama invisible con los espectadores.

La calidad de nuestros contenidos es una deuda aún impaga. Si bien la programación dio señales firmes de recuperación, todavía falta una identidad, un sentido que la ordene.

Creemos que es necesario encontrar una razón de ser, una misión. Estamos convencidos que ese norte es la construcción por fin de una pantalla con sentido federal, que no solo *llegue a todo el país*, sino que *muestre a todo el país*. Una autopista de ida y vuelta desde y hacia cada rincón de la Argentina, por donde circulen los contenidos de todas las regiones. Bajo la consigna “El país se ve en la Televisión Pública”,

queremos convertirnos en un canal diferente, donde cada provincia se cuente a sí misma. En definitiva, la TV Pública es un canal que se sostiene con los impuestos que pagan los casi 50 millones de argentinos y argentinas. Es lógico que sea la pantalla que busque expresar a todos y todas.

Con el paradigma federal como idea transversal, nos proponemos una programación que explore los diferentes formatos, siempre desde la perspectiva pública; es decir, apostando por la calidad, la innovación y la inclusión. Una pantalla que hable de nosotros y nosotras, que aborde nuestra historia, nuestros problemas y nuestros sueños. Que hable con las tonadas de todas las regiones, que no discrimine por sexo, orientación de género, capacidades o creencias; que no cosifique ni margine. Una comunicación serena, que no reproduzca discursos de odio, y que tenga la capacidad de abrazar antes que excluir.

Contar con una herramienta como el Código de ética, avalada por un consenso poco frecuente, es introducir en nuestra tarea cotidiana una guía imprescindible, que va mucho más allá de lo moral; ya que es un manual que establece líneas de trabajo, valores insoslayables y abordajes prioritarios para la programación.

Por eso no podemos más que celebrar esta maravillosa construcción colectiva que viene a fijar un rumbo, a aportar un GPS para los que tenemos responsabilidades de gestión en este canal. Muchas veces la tarea de todos los días nos enfrenta a dilemas que tienen que ver con el sentido profundo de nuestro rol. En el Código de ética de la TV Pública es posible encontrar inspiración y respuestas, o al menos, una idea muy clara de para qué sirve un medio público.

La ética comunicativa en la agenda pública: el Código de ética de la TV Pública Argentina

Beatriz Solís Leree

Profesora titular en el Departamento de Comunicación y Educación de la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco y presidenta de la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias (AMDA).

Durante el año 2021 y después de más de seis meses de intenso trabajo, no solo por la tarea que se habían impuesto, sino también por la forma y la metodología propuesta para llegar a su objetivo, en América Latina nos encontramos con el primer Código de ética de la Televisión Pública Argentina, promovido por el Directorio de RTA, particularmente por la doctora Cynthia Ottaviano, emprendedora siempre de las mejores prácticas encaminadas a hacer realidad el derecho a la comunicación.

Desde 2009 con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que también fue construida con gran impulso democrático y colectivo, que convocó la participación social plural, y con ambiciones sustentadas por históricos vacíos jurídicos en el campo de la comunicación audiovisual en Argentina, ese logro también fue acompañado con gran entusiasmo por la comunidad académica y profesional mexicana.

Los avances que esta ley promueve, que no han estado exentos de obstáculos, son dignos de ser valorados, pues han marcado rumbos para muchos países de la región y, sin duda, para México.

Personalmente, en 2013 durante las Jornadas del Mercado de las Industrias Culturales Argentinas tuve la oportunidad y el privilegio de encontrarme con Cynthia Ottaviano como titular de la Defensoría del Público, figura también emergente en México desde 2008, y en la que yo me iniciaba desde Radio Educación, la radio pública pionera en mi país. A partir de ese momento mi vínculo y aprendizaje, intensos ambos, sobre esa tarea han tenido en la Argentina un referente obligado.

Y ahora será fortalecido gracias a la nueva lección que nos entregan con el Código de ética para la Televisión Pública Argentina.

El procedimiento con el que se llegó a este Código es el primer valor para destacar por la suma de voluntades que posibilitaron el debate libre, abierto, plural e interdisciplinario de trabajadoras y trabajadores de la comunicación pública, grupos sindicales, audiencias y expertos en general que se sumaron para la construcción de un conjunto de normas éticas acordadas para el ejercicio democrático del servicio público de la televisión argentina.

Un código deontológico asumido por la profesión comunicativa que refleja una concepción ética común o mayoritaria de sus miembros, que asumen voluntariamente y lo transforman en reglas de conducta para los sujetos a este Código.

No podría haber sido construido de otra manera, pues la construcción colectiva y horizontal de los compromisos que se asumen en un código de ética no deben ser impuestos de manera vertical si lo que se busca es lograr su verdadera vigencia y que sus principios se integren en la práctica cotidiana de quienes ofrecen contenidos a través de los medios de comunicación, en este caso de la Televisión Pública Argentina.

El otro valor para rescatar en este Código es su contenido, ya que en cada uno de sus veinticuatro puntos nos presenta los compromisos y las bases indispensables para una comunicación democrática, que

[...] erradique las mentiras, discriminaciones, violencias simbólicas, mediáticas y políticas, así como toda práctica nociva para un ejercicio profesional de calidad, que contribuya a la búsqueda de la verdad y la defensa de los derechos humanos, obligatorios para comunicadoras y comunicadores, pero sobre todo para quienes nos desempeñamos en los medios públicos.

Compromisos éticos que deberán traducirse en el ejercicio cotidiano de la comunicación y sus profesionales, y que solo podrán materializarse atendiendo la convocatoria que establece el propio Código de ética al invitar a

[...] trabajadoras y trabajadores de otras televisiones públicas del país, así como licenciatarias de gestión con y sin fines de lucro a adherir a este código de ética y/o impulsar uno propio para elevar la calidad de la televisión y el debate público en la Argentina.

Con la publicación de este Código de ética recibimos todos una gran lección democrática de su construcción, a la que me sumo, y atiendo la invitación y convocatoria que nos hace, a la que nos debiéramos sumar los países que, como México, buscan, sin lograrlo aún, encontrar caminos para que las normas y la ética se sumen a la construcción de un nuevo esfuerzo por hacer realidad el derecho a la comunicación.

Ubicar en la agenda pública a la ética en la comunicación es indudablemente un reto que hoy está listo para seguir emprendiendo acciones, pues no basta con que esté en los documentos básicos de las instituciones, el verdadero reto es lograr que se convierta en acciones puntuales que fortalezcan la vinculación entre los ejes de la tríada Estado-medios-sociedad.

Ejemplo claro de la necesidad de enfrentar este reto lo tenemos, sin duda, en México, donde a pesar de las condiciones normativas establecidas por la reforma constitucional del año 2013, que dio importantes pasos en las telecomunicaciones y la radiodifusión, falta aún un gran trabajo colectivo para consolidar en la realidad muchos de los supuestos como los establecidos en el artículo 6 constitucional, que en su apartado b determina que:

La radiodifusión es un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional, contribuyendo a los fines establecidos en el artículo 3º de esta Constitución.

Con la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión de 2014, a consecuencia de esa reforma a la Constitución que, entre otros avances, logra la autonomía constitucional del órgano regulador de esos sectores (Instituto Federal de Telecomunicaciones) y que entre sus atribuciones tiene la de llevar un registro público de concesiones en el que se integran los datos de los defensores de las audiencias y los códigos de ética a los que están obligados por la ley en su artículo 256 original que establece:

Los concesionarios de radiodifusión o de televisión o audio restringidos deberán expedir códigos de ética con el objeto de proteger los derechos de las audiencias. Los códigos de ética se deberán ajustar a

los lineamientos que emita el Instituto, los cuales deberán asegurar el cumplimiento de los derechos de información, de expresión y de recepción de contenidos en términos de lo dispuesto en los artículos 6° y 7° de la Constitución. Los lineamientos que emita el Instituto deberán garantizar que los concesionarios de uso comercial, público y social cuenten con plena libertad de expresión, libertad programática, libertad editorial y se evite cualquier tipo de censura previa sobre sus contenidos.¹

Con el *impasse* establecido por la reforma de 2017 a este artículo, en materia de códigos de ética, puedo adelantar que, si no se revierte, nos enfrentaremos al problema de que estos principios sean solo una simulación normativa o un trámite administrativo por cumplir, enfrentándonos al problema de que ni la autoridad, ni los profesionales, ni la sociedad en general, no le encuentren ningún valor a los contenidos éticos sin garantía alguna. Este riesgo lo tenemos en México y, para muestra de ello, revisamos los códigos de ética en el Registro Público de Concesiones del órgano regulador, donde encontramos un listado de 1.770 códigos, que se pueden consultar, y algunos, fundamentalmente de algunos medios públicos, son importantes, pero también encontramos otros que son solo *copypaste*, en su mayoría se trata de un listado de compromisos que nadie conoce y menos aún exige su cumplimiento. Ciertamente, espero que en cuanto el órgano regulador recupere sus atribuciones (gracias a la sentencia ganada por la AMDA) tendrá una gran tarea de filtro y recuperación del valor legal, pero sobre todo ético, que los lineamientos que nuevamente emitan sean validados y aplicados.

Esta rápida mirada a la situación mexicana en la materia que nos ocupa podrá explicar la valoración que hago del logro de la Televisión Pública Argentina y la presentación de su Código de ética, a lo que suma un conjunto de documentos de apoyo de enorme valor. Una gran lección para recorrer el camino que hoy nos muestran y que, por supuesto, deberemos seguir construyendo.

¹ Este artículo fue reformado en 2017 dejando sin atribuciones al órgano regulador para la defensa y garantía de los derechos de las audiencias para dejarlo todo al ámbito de la autorregulación, esto debido a controversias promovidas por los medios comerciales de la industria. Sin embargo, la AMDA promovió un amparo en contra de esta reforma y en mayo de 2021 la Corte ratificó como válida la sentencia favorable a la AMDA que había emitido un juez desde 2019. Por esa razón comparamos el párrafo original que deberá entrar nuevamente en vigor.

Los retos que observo enfrente son del tamaño de lo que hayamos logrado y el fortalecimiento de la convicción clara de no detenernos en el camino. En México, sin duda, seguiremos buscando y abonando el campo y continuaremos aprendiendo de los logros y avances de países hermanos como en este caso de Argentina y su Televisión Pública. Este Código de ética es un gran paso de un largo camino por recorrer y deberá responder, al menos, a los siguientes retos:

- Responder en los hechos a las expectativas generadas en este primer Código.
- Sumar a otros medios públicos e involucrar a la radio en el mismo esfuerzo.
- Mantener en la agenda pública el debate y el conocimiento de los códigos de ética para que la sociedad misma los asuma y exija su cumplimiento.
- Observar y evaluar su aplicación y necesaria socialización de los contenidos.
- Difundir ampliamente sus avances y retrocesos para que, de manera transparente, se estimulen los logros y se reconozcan y reparen los tropiezos.

Finalmente, deseo agradecer el privilegio de haber sido considerada para acompañar este esfuerzo colectivo y dejar mi testimonio de solidaridad y compromiso indudable de continuar aprendiendo y compartiendo esfuerzos por una comunicación democrática. Las defensorías de las audiencias recibiremos este valioso Código de ética de la televisión argentina como un reto más por alcanzar en beneficio del derecho humano a la comunicación.

VI. El Código

Código de ética de la TV Pública, a 70 años de su creación

A 70 años de la creación de la televisión argentina, luego de seis meses de debate libre, abierto, plural e interdisciplinario, nos, trabajadoras y trabajadores de la comunicación pública, en unión sindical y solidaria, proclamamos este código de ética conscientes de la responsabilidad histórica que significa haberlo construido de manera colectiva y que sea, a su vez, el primero de todos los servicios de comunicación audiovisual y digitales de la Argentina.

Comprendiendo que los principios éticos aquí establecidos deben ser el pilar fundamental de la labor de todas las personas que trabajan y que de cualquier forma obtienen beneficios de la TV Pública, de gestión estatal no gubernamental, declaramos como principal objetivo alcanzar la más alta calidad comunicacional para la contribución al fortalecimiento de la identidad y soberanía argentina, privilegiando nuestra realidad, con el carácter democrático, federal y pluricultural que la constituyen.

Considerando como base la legislación y normativa vigentes, las incumbencias profesionales y la defensa ineludible de los derechos humanos, reivindicamos la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y declaramos, con la memoria permanente de quienes nos precedieron, desde este presente histórico y para las generaciones futuras que:

1. Nuestra labor deberá ser siempre decolonial, despatriarcal y respetuosa de la diversidad, promotora de la defensa de la comunicación como derecho humano y no como negocio u operación de prensa; de las audiencias como plenos sujetos de derecho y no como consumidores, y de la información como bien social y no como mercancía, para garantizar la búsqueda de la verdad y fomentar la construcción ciudadana.

2. Como parte integrante de las agendas, enfoques y contenidos, se deberá priorizar la participación y el pleno acceso de grupos históricamente vulnerados, oprimidos comunicacionales, como mujeres, personas con discapacidad, adultas mayores, migrantes, colectivo LGTTBIQ+, pueblos indígenas, afrodescendientes, niños, niñas, niños y adolescentes, personas privadas de libertad y en situación de pobreza, desigualdad económica, social, educativa, sanitaria y laboral, como portadores de voz y fuentes de información y opinión.
3. El interés público y social relevante, desde la perspectiva de los derechos humanos, será el criterio esencial para la toma de decisiones sobre los contenidos y la línea editorial. No se aceptará alentar, propiciar, buscar o replicar discursos de odio, estereotipos discriminatorios, declaraciones o escenas estigmatizantes ni descalificatorias. El editorial y/o la opinión deberán diferenciarse de manera explícita de la información. Se promoverá un federalismo activo, para que las identidades de nuestro país puedan expresarse y ser reflejadas en pie de igualdad.
4. Se rechazará la divulgación de noticias falsas, las *fake news* y la infodemia. Para evitarlas, se contrastará y chequeará siempre la información con fuentes que deberán ser explicitadas. No se difundirán rumores, información imprecisa, ni especulaciones. Se promoverá la contextualización de la noticia, la multiplicidad de enfoques, el rigor y la búsqueda de profundización, con consulta irrestricta a fuentes de información diversas, plurales, federales e identificables para las audiencias, que deberán dar su consentimiento previo, libre e informado.
5. Se deberá otorgar amplia cobertura a los hechos acontecidos durante la última dictadura cívico, militar, clerical, empresarial y judicial, en los años previos a su inicio, para la comprensión del terrorismo de Estado, el genocidio y sus causas y consecuencias. En ese marco, se cubrirán los juicios por delitos de lesa humanidad bajo prácticas que eviten la revictimización y jerarquicen siempre las voces de las víctimas, familiares, testigos y representantes legales. Se acompañará de manera activa el derecho a la identidad y la búsqueda de memoria, verdad y justicia. Se procederá de igual manera

con todo genocidio, ruptura del orden constitucional y masacres ocurridas en nuestro territorio y el resto del mundo.

6. Se dará cobertura y seguimiento, de manera prioritaria, a los hechos de violencia institucional, comprendiéndolos como aquellos cometidos –por acción, omisión y/o complicidad– por quienes ejercen la función pública (fuerzas de seguridad, fuerzas armadas, servicios penitenciarios, efectores de salud, operadores judiciales y administrativos). Se contemplarán las diversas manifestaciones (como el asesinato, la represión, el aislamiento y la tortura física y psicológica) y los contextos en que ocurran, de restricción de autonomía y/o libertad (como situaciones de detención, de internación, de instrucción). Deberá tenerse en cuenta no solo la versión de las instituciones, sino también las de víctimas, familiares, especialistas y organismos y defensores de derechos humanos.
7. Se otorgará derecho de rectificación y respuesta, de manera gratuita e inmediata, ante la emisión de información inexacta y agravante que cause daño a la dignidad, honra e intimidad de una persona o un grupo. No procederá ante opiniones con las que meramente se disienta. Dentro de los diez días hábiles de reclamado, el Observatorio creado por este código en el artículo 21 determinará el procedimiento aplicable, sobre la base de los principios de buena fe y razonabilidad. Rechazamos la práctica comunicacional recurrente de brindar información inexacta y agravante.
8. Se otorgará amplia cobertura a las luchas históricas y presentes de los pueblos indígenas, y se respetarán y difundirán los derechos vigentes en el país, como la obligación de ser consultados de manera previa, libre e informada ante cualquier acción que pudiera afectar sus intereses, de manera de promover un diálogo abierto y de buena fe. Se promoverá una comunicación con enfoque intercultural, que propenda a la erradicación de la discriminación y el racismo y que considere a todas las identidades culturales, idiomas, cosmovisiones y espiritualidades en un pie de igualdad.
9. Se velará por la inclusión de mecanismos de accesibilidad audiovisual y digital que garanticen que todas las personas con discapacidad comprendan y participen de la programación en igualdad

de condiciones. Se considera un deber irrestricto reconocer a las audiencias con discapacidad como plenos sujetos de derecho y se tomarán todas las medidas necesarias para lograrlo, teniendo en cuenta la guía incluida y elaborada de manera colectiva para este código.

10. Todas las imágenes buscarán reflejar los hechos por narrar, sin manipulaciones, con los más altos estándares de calidad. Se establecerá con claridad la diferenciación de las imágenes de archivo, de actualidad y de recreación ficcionada. Se promoverá el acompañamiento de líneas de asistencia y ayuda ante las diversas problemáticas que representen. También se incorporarán advertencias de posible daño a la sensibilidad de las audiencias ante la exposición de hechos de violencia como choques, asesinatos, femicidios, peleas callejeras y atentados. Se deberá evitar la reiteración en continuo de escenas de violencias y aquellas que estigmaticen, sexualicen y hagan referencia a prejuicios y estereotipos negativos. Las imágenes de videovigilancia y aquellas tomadas por testigos ocasionales no se considerarán fuente de información única ni autosuficiente; por el contrario, se chequearán de manera previa a su emisión para descartar que hayan sido descontextualizadas, editadas y manipuladas. La decisión de publicación se basará siempre en la pertinencia del interés socialmente relevante y nunca de manera acrítica, por impacto, truculencia, morbo o seguidismo de agenda.
11. Se promoverá el uso responsable de las plataformas digitales de comunicación, a partir de un rol activo en la defensa y difusión de los derechos digitales y la contribución a la reducción de contenido abusivo o perjudicial, así como la suplantación de identidad. Se prestará especial atención a la producción de mensajes que aporten información veraz y fomenten la reflexión crítica y el enriquecimiento del debate; se evitará el intercambio directo con quienes promueven discursos de odio, noticias falsas u operaciones de desinformación y confusión. Para evitar ser parte de mecanismos de viralización, que atentan contra una comunicación democrática, se observará especialmente la circulación de tendencias de *hashtags* así como a asociaciones entre *hashtags* y otras etiquetas de metadatos que operen como agrupadores de contenidos. Con el fin de desactivar campañas de confusión y desestabilización, ante

discursos de odio, noticias falsas u operaciones coordinadas de desinformación, se promoverá la producción de mensajes complementarios que deconstruyan la vulneración de derechos y que aporten información veraz y precisa para fomentar la reflexión crítica y evidencien la operación.

12. El lenguaje deberá ser correcto, preciso, incluyente y no sexista. Deberá evitar extranjerismos y promover el uso de idiomas de pueblos indígenas, con la incorporación de doblaje y subtitulado, respetando siempre el contenido original.¹
13. Se podrá alegar con fundamento claro y preciso cláusula de conciencia para negarse a realizar cualquier tarea que vulnere este código de ética, así como la dignidad, la intimidad, el honor, los valores democráticos y los derechos humanos, sin que implique perjuicio alguno, como traslado, sanción o despido para quien lo reclame. No se podrá usar la imagen y/o la voz de una persona sin su consentimiento, sobre todo cuando su trabajo haya sido alterado o sufrido modificaciones sustanciales, que no hayan sido acordadas con la libertad que exige toda tarea laboral. Se tendrá derecho a reclamar ante el Observatorio creado por este código cuando ocurra.
14. No se podrán obtener, aceptar ni dar por ningún medio, pagos, favores, beneficios, dádivas o privilegios relacionados de manera directa o indirecta con la labor profesional, incluyendo sorteos u obsequios en el marco de eventos especiales convocados por empresas, en los que se participe en virtud de su función. El pago por información queda prohibido. Tampoco se pueden dar o aceptar regalos, gratificaciones o atenciones que pudieran influir y/o condicionar el trabajo y apartar la toma de decisiones de la búsqueda de la verdad e independencia que se requiere para cumplir con este código. Quedan exceptuados aquellos presentes con carácter

¹ En el marco del Plan Decenio Internacional de las Lenguas Indígenas (2022-2032) impulsado por la Unesco, con los objetivos de preservar, valorar y fomentar el uso de las lenguas indígenas. Aprobado junto a la Declaración de Los Pinos bajo el lema “Nada para nosotros, nada sin nosotros”. La declaración sitúa a los pueblos indígenas en el centro de sus recomendaciones.

simbólico de amistad o camaradería. Frente a eventuales dudas sobre la aplicación de este artículo se resolverá en el Observatorio creado por este código. La transgresión de este artículo se considerará falta grave.

15. Los premios colectivos como estatuillas y esculturas, una vez recibidos, deberán ser entregados en su versión original al Directorio de RTA para su exhibición pública. Las personas que integran el equipo tendrán derecho a solicitar una réplica.

Para aquellos otorgados por labor individual, el Directorio realizará una réplica con el mismo fin. El original podrá quedar en posesión de la persona galardonada.

16. Los títulos de inicio y créditos finales tienen como objetivo reconocer la participación profesional de quienes intervinieron durante alguna o toda la cadena productiva en las obras audiovisuales y/o digitales. Para lograrlo, se emitirán dentro de la obra, durante al menos 20 segundos al inicio y 40 segundos al final, con el tamaño y velocidad necesarios para ser leídos y comprendidos por la audiencia en su integridad.
17. Con el objetivo de contribuir a preservar y proteger la vida de toda la naturaleza o Pachamama, y de todas las especies, personas humanas y no humanas, y pensando en las generaciones futuras, los conflictos ambientales formarán parte sustancial de las agendas públicas. Para tal fin se incluirán voces autorizadas que puedan aportar información fundada. Se promoverá, desde los medios, educación ambiental que visibilice estos conflictos y las potenciales reparaciones.
18. Se otorgará cobertura a los genocidios acaecidos en suelo extranjero y a todos aquellos sucesos en los que la vida y la dignidad humana se vean afectadas por políticas masivas y sistemáticas, cuyo objetivo sea el exterminio de las personas o la vulneración de los derechos humanos.

La cobertura de acontecimientos y protagonistas internacionales promoverá la inclusión de testimonios de las víctimas sobrevivientes o de representantes directos. Para evitar desviaciones semánticas y dar cuenta fiel de la complejidad del suceso, en los

casos de expresiones y testimonios en idioma extranjero, se evitará reemplazarlos con narraciones y se priorizará el subtítulo y doblaje fiel del proceso de enunciación. Teniendo en cuenta que muchos conflictos bélicos y genocidios tienen lugar en el marco de pujas geopolíticas complejas, se otorgará cobertura a todas las partes involucradas, priorizando aquellos grupos donde la vida y los derechos humanos de su población civil hayan sido afectados de forma mayoritaria. Se priorizará la información propia y obtenida en los territorios de manera directa. De no poder hacerlo, se ponderará aquella que resulte de medios locales, diarios, radios, blogs, redes sociales o plataformas digitales del lugar y región donde se desarrollan. En cualquiera de las opciones, el origen de la información deberá ser explicitado.

19. Como principio activo para la construcción de una ciudadanía comunicacional, se promoverá la alfabetización de las audiencias con encuentros, charlas y espacios de debate, reflexión y concientización, a partir de los principios de inclusión y reparación simbólica de daños causados, como derecho de rectificación y respuesta, pedidos de disculpas, diálogos abiertos y campañas públicas que visibilicen el derecho vulnerado. Se generarán canales claros y concretos para la participación activa en todos los aspectos, incluido el cumplimiento del presente código. La presentación y canalización de opiniones, reclamos y consultas serán visibilizadas por todos los medios disponibles, dándole máxima difusión.
20. Se garantizará la preservación y salvaguarda de los archivos audiovisuales de la TV Pública. Este acervo, en constante crecimiento, constituye un testimonio invaluable que reviste el carácter de patrimonio cultural de todas las personas que habitan el suelo argentino. Se deberá garantizar el acceso democrático mediante herramientas eficaces de visualización y contextualización.
21. Todos los artículos precedentes serán interpretados interculturalmente. Se promoverá la superación del monoculturalismo, el colonialismo y el antropocentrismo, para reemplazarlos por el respeto igualitario de todas las culturas, de la pluralidad de saberes y de la naturaleza.

22. Dentro de los 180 días de promulgación de este código, se creará un Observatorio integrado por representantes de la empresa, las trabajadoras y los trabajadores, y las audiencias, con conocimiento en las materias específicas aquí desarrolladas. Su misión será velar por el cumplimiento del código, así como por la formación constante de las personas alcanzadas. Además, establecerá mecanismos claros y accesibles para la participación, bajo los principios de transparencia activa en la acción y rendición de cuentas. Durante el primer año de funcionamiento, promoverá la redacción colectiva de un manual de procedimientos que regirá su labor, con la obligación de incorporar las resoluciones tomadas en este código para enriquecer su aplicación. Por lo menos una vez al año deberá presentar un informe público de gestión, por todos los medios a su alcance, ante el colectivo de trabajadores, audiencias, Directorio de RTA, Secretaría de Medios y Comunicación Pública, Consejo Honorario Consultivo de los Medios Públicos y Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, las Tecnologías de las Comunicaciones y la Digitalización.
23. Quienes integren el Observatorio deberán participar en las audiencias y toda otra instancia convocada y realizada por la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual del Congreso de la Nación Argentina donde se presentan las propuestas para la designación de integrantes del Directorio de RTA y, en caso de tener objeciones sobre los antecedentes en la función pública, idoneidad y conducta ética en los términos de este código de quienes se postulan, deberá expresarlas, teniendo en cuenta, incluso, la potestad legal de requerir su impugnación.
24. Se promoverá, inicialmente y como base fundamental, la publicación de este código y sus modificaciones en los siguientes formatos y/o soportes: pdf, generado a partir de un texto de Word accesible; audio y video con placas, alocución y lengua de señas argentina; lenguaje claro y escrito; y audiolibro, como mínimo, en los siguientes idiomas indígenas: guaraní, quechua, mapudungun, qom la'qtac y wichi.

Nos pronunciamos desde el Sur del Sur, en un momento inédito para la humanidad en su conjunto, luego de que más de 110 mil compa-

triotas fallecieron como consecuencia de la pandemia por coronavirus en nuestro país.

Estos hechos dolorosos ocurren en un escenario de profunda desigualdad social, económica, sanitaria y cultural, con una concentración comunicacional única en la historia, un alto grado de desocupación y precarización laboral, luego de haber sufrido durante el último lustro un repudiable intento de vaciamiento de los medios públicos, censura, persecución sindical e ideológica.

Por estos motivos, creemos en lo más profundo de nuestras convicciones que este Código de ética permitirá sentar las bases para una comunicación democrática, que erradique las mentiras, discriminaciones, violencias simbólicas, mediáticas y políticas, así como toda práctica nociva para un ejercicio profesional de calidad, que contribuya a la búsqueda de la verdad y la defensa de los derechos humanos, obligatorios para comunicadoras y comunicadores, pero sobre todo para quienes nos desempeñamos en los medios públicos.

Invitamos a trabajadoras y trabajadores de otras televisiones públicas del país, así como licenciatarias de gestión con y sin fines de lucro, a adherir a este Código de ética y/o a impulsar uno propio para elevar la calidad de la televisión y el debate público en la Argentina.



Este QR permite acceder al
Código de ética completo y accesible.



El Código de ética fue presentado públicamente el 9 de diciembre de 2021, previo al día Internacional de los Derechos Humanos y de la Restauración de la Democracia en la Argentina.

Las Madres y Abuelas de Plaza de Mayo acompañaron con su firma el texto, así como autoridades nacionales y referentes de diversos ámbitos de la vida social, académica, cultural, de los derechos humanos y sindical del país.

Fotografías de Alfonso Salatino – SATSAID







Este código QR permite acceder al programa *Televisión con códigos*, emitido por YouTube el jueves 9 de diciembre de 2021, a las 10, para presentar públicamente el Código y la metodología con la que fue realizado.

Adhesiones al Código de ética de la TV Pública

En apenas un mes, desde su aprobación por unanimidad por parte del Directorio de RTA, luego de la votación de cada artículo también por unanimidad por parte de trabajadoras y trabajadores, el Código de ética de la TV Pública recibió 33 adhesiones y 44 apoyos institucionales. A continuación, se sintetizan algunos de ellos.

Madres de Plaza de Mayo – Línea Fundadora, Taty Almeida destacó que la TV Pública es pionera con este Código, ponderó que “abarca todos los derechos humanos” y abogó por que lo tomen como ejemplo no solo en la Argentina, también en Sudamérica. Por su parte, Nora Cortiñas agregó que “un día recibí a uno de estos trabajadores (Félix Arnaldo) haciéndome una consulta que era para este Código; entonces me sentí halagada. No sabía que iba a terminar en esta belleza, que no tiene nada que pueda molestartos. Nada, absolutamente. Está todo hecho de una manera puntillosa”, indicó y agregó: “no hay ningún artículo que nos pueda hacer dudar de que es maravilloso el trabajo que hicieron”.

Abuelas de Plaza de Mayo, a través de Estela de Carlotto expresó que este Código “va a alegrar a toda la gente de bien de este querido país, donde la palabra tiene que ser dicha tal cual es y, sobre todo, evitar la mentira, la difamación, la ofensa. Todo código es palabra santa, porque se hace palabra por palabra, buscando que no ofenda, que no trascienda una intención ideológica, sino que sea totalmente imparcial”.

H.I.J.O.S. (Hijas e Hijos por la Identidad y la Justicia contra el Olvido y el Silencio) felicitó la creación del primer Código de ética y lo consideró de vital importancia “para perpetuar el derecho a la comunicación; y recuperar la defensa de los derechos de las audiencias”.

Asociación Mexicana de Defensoría de Audiencias felicitó y adhirió al Código de ética y porque “se trata de una labor con un largo trabajo que coloca a RTA como un referente ético y abre la brecha de trabajo que debemos establecer en América Latina”.

Universidad Nacional de Quilmes felicita y adhiere a la creación del primer Código de ética, dado que “considera fundamental contar con un código que contribuya a fortalecer las prácticas comunicativas en los medios”.

Universidad Nacional de Avellaneda adhiere y respalda la creación y aplicación del primer Código de ética y destaca, que “surge como consecuencia de un trabajo colectivo”.

Rectorado de la Universidad Nacional de San Luis expresó que “se considera fundamental contar con un Código de ética que contribuya a fortalecer las prácticas comunicativas en los medios, haciendo realidad artículos claves de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Que si bien en el mundo existen más de 200 instrumentos para mejorar la calidad de la comunicación, en la Argentina no existía ninguno en toda la televisión, la radio y los medios digitales”.

La Facultad de Periodismo y Comunicación Social, de la Universidad Nacional de La Plata felicita y adhiere al primer Código de ética, y sostiene “relevante este paso en pos de construir una comunicación democrática ante un escenario comunicacional marcado por la proliferación de noticias falsas y abordajes sesgados, se vuelve fundamental ratificar los principios de un periodismo comprometido con su tiempo y con su historia”.

La Prosecretaría de Medios y Publicaciones de la UNLP, las Direcciones de TV Universitaria y Edulp, y Radio Universitaria manifestaron que “celebran y adhieren al 1er código de ética de la TV Pública. Entienden que el código nos señala cuáles son las líneas de trabajo para promover la construcción de la comunicación como un derecho y no como una mercancía”.

El Consejo Directivo del Instituto Académico y Pedagógico de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María

(Córdoba) declaró de “interés institucional la aprobación del Código de ética” y agrega que el Código “es el primer instrumento de su tipo en los medios audiovisuales del país”.

CODESOC (Consejo de Decanas y Decanos de las Facultades de Ciencias Sociales y Humanas – Comité Ejecutivo) otorgó “su apoyo y auspicio a la creación y aprobación por parte del Directorio de RTA (Radio y Televisión Argentina) del primer Código de ética que regirá para la Radio y Televisión de Argentina”.

Red Universitaria de Prensa y Comunicación celebra “la creación de primer Código de ética y destaca que instrumentos como el Código empoderan el derecho a la comunicación que tenemos los seres humanos y nos invitan a seguir construyendo consensos en torno a cómo deseamos que sea nuestra sociedad”.

Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual saluda y celebra el Código de ética “construido en base a los saberes y experiencia de sus trabajadores y trabajadoras. Iniciativas como esta contribuyen a la construcción de una comunicación responsable e inclusiva”.

INADI (Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo) manifiesta “su apoyo y respaldo al Código de ética y destaca la importancia de este documento que vertebra las normas y los valores de los medios públicos”.

LADEFE (Defensoría de los Derechos de Niños, Niñas y Adolescentes) manifiesta “su más profundo apoyo al Código de ética y agrega que como organismo de derechos humanos considera que el Código se trata de un hecho histórico para los medios de comunicación de nuestro país”.

SENAF (Secretaría Nacional de Niñez, Adolescencia y Familia del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación) “expresa su apoyo al Código de ética y considera que es una herramienta fundamental para ordenar la labor de quienes se desempeñan en la comunicación esperando se constituya un aporte para garantizar la plena vigencia del derecho a la comunicación de todas las personas”.

El Ministerio de las Mujeres, Política de Género y Diversidad Sexual de la Provincia de Buenos Aires adhirió al “Código de ética, entendiendo que contextualiza y pone en valor las acciones y los protagonismos de las mujeres y LGTBI+. Es un código que invita a la acción, que concibe la comunicación como una herramienta política y que entiende que es en la ampliación de derechos donde se garantiza una mejor sociedad”.

Carlos Raimundi, representante argentino ante la OEA, adhiere, de modo personal, “a la creación del primer Código de ética y resalta el trabajo democrático que eleva la calidad del código y lo toma como referencia insustituible”.

SATSAID (Sindicato Argentino de TV, Servicios Audiovisuales, Interactivos y de Datos - Comisión de Derechos Humanos) adhirió y destacó “la elaboración colectiva y velará por que los temas que incumben a nuestra sociedad estén representados en nuestro canal de bandera”.

FATPREN - siPREBA (Federación Argentina de Trabajadores de Prensa – Sindicato de Prensa de Buenos Aires) adhirió “al Código de ética de la TV, ya que fue construido junto a diversos actores de la sociedad, organismos de derechos humanos, referentes de medios y trabajadoras/trabajadores del canal y sus sindicatos”.

SALCO (Sindicato de Locutores y Comunicadores) “congratula y respalda el Código de ética, convencidos de que estos instrumentos favorecen la formación ciudadana desde los medios de comunicación”.

Multisectorial por el Trabajo, la Ficción y la Industria Audiovisual Nacional “celebra la creación del primer Código de ética de la televisión pública y destaca que será un faro para todo el resto de los servicios de comunicación pública, en el pleno camino al derecho humano, a la comunicación y el respeto a la diversidad cultural”.

SAGAI (Sociedad Argentina de Gestión de Actores Intérpretes) “manifiesta su más profundo apoyo y respaldo al Código de ética y destaca que fue fruto de una mesa de trabajo colectiva que apunta a un proyecto comprometido con la Construcción de una nueva y mejor cultura audiovisual”.

Actrices y Actores (Asociación Argentina de Actores) “brinda total apoyo al Código de ética y destaca que esta herramienta significa un gran avance para el sector audiovisual nacional y resulta fundamental para revalorizar la importante función que cumplen los medios públicos de comunicación en nuestra sociedad”.

Suteba (Sindicato Unificado de Trabajadores de la Educación de Buenos Aires) “adhiera al Código de ética y celebra esta iniciativa para que las mentiras, difamaciones y tergiversaciones de la realidad dejen de ser contenidos a transmitir desde los medios de comunicación”.

Intersindical de Derechos Humanos “adhiera a la creación del Código de ética y agrega que valora esta iniciativa en pos de una comunicación responsable e inclusiva, necesidad fundamental ante las corporaciones mediáticas: que intentan obstaculizar las verdaderas voces del pueblo”.

Asociación Gremial de Trabajadores del Subte y Premetro “adhiera a la creación del primer Código de ética y valora esta iniciativa en pos de una comunicación responsable e inclusiva, ante los intentos de acallar las voces del pueblo”.

REDI (Red por los Derechos de las Personas con Discapacidad) “apoya y reconoce el Código de ética. Destaca el trabajo de investigación y consulta y celebra que el colectivo de personas con discapacidad esté contemplado en este código”.

RIPVG-AR (Red Internacional de Periodistas con Visión de Género de Argentina) “celebra la creación del primer Código de ética y destaca bregar por el desarrollo de un medio que elimina el discurso colonizador y patriarcal respetando la diversidad y la accesibilidad promoviendo la defensa de la comunicación como derecho humano”.

AADI (Asociación de Abogados/as por los Derechos Indígenas) “apoya la creación del Código de ética y celebra la inclusión de artículos que reflejan los derechos de los pueblos indígenas y la promoción del respeto igualitario entre todas las culturas”.

AMAI (Asociación de Mujeres Abogadas Indígenas) manifiesta “su apoyo y respaldo a la creación del primer Código de ética”.

Agrupación Juntos por los Subtítulos “expresa su total adhesión al primer Código de ética y agradece la posibilidad de haber participado producto de un diálogo plural, informado y organizado desde los sectores de la sociedad civil y trabajadores de los medios públicos”.

Sociedad de Socorros Mutuos Unión Caboverdeana manifiesta “su compromiso y apoyo a la creación y aplicación Código de ética de RTA (Radio y Televisión Argentina) en cuya redacción y reflexión participamos como comunidad afrodescendiente”.

El cuidado de edición de este libro estuvo a cargo de
Anna Mónica Aguilar, Rafael Centeno y Germán Conde.
El diseño es de Mariana Nemitz y Hernán Morfese.

Esta edición de 500 ejemplares se terminó de imprimir en el mes
de abril de 2022, en el Centro de Impresiones de la Universidad
Nacional de Quilmes. Bernal, Provincia de Buenos Aires, Argentina.