

Código de Ética del periodista

Introducción

Al asumir la profunda aspiración martiana que preside la Carta Magna del país: “Yo quiero que la ley primera de nuestra República sea el culto de los cubanos a la dignidad plena del hombre”; herederos de una tradición profesional en la que confluyen la vocación patriótica, revolucionaria y socialista, y las más elevadas responsabilidades éticas; identificados con los ideales de independencia de los pueblos, el desarrollo económico, social y cultural, el progreso, la paz y la amistad; solidarios con los colegas de todo el mundo que defienden sus derechos profesionales y alientan el ejercicio de un periodismo en favor del ser humano y su riqueza espiritual; conscientes de que el cumplimiento de nuestra función social exige actuar con celo profesional, consagración, responsabilidad y valentía para asegurar el derecho del pueblo a recibir una información ágil, exacta y completa sobre todos aquellos hechos que constituyen noticia o temas de interés, lo que implica, además, el deber de analizar, explicar y profundizar en los acontecimientos y emitir criterios que contribuyan a la orientación de la opinión pública; comprometidos con los valores de la familia y el respeto a la integridad moral de las personas, los periodistas de Cuba adoptamos el presente **Código de Ética**:

Relacionados

[Sobre las relaciones profesionales, laborales y sociales](#)

[Reglamento del Código de Ética](#)

Capítulo 1

Principios generales de actuación

ARTÍCULO 1. El periodista tiene el deber de defender e impulsar el contenido de los Estatutos de la Unión de Periodistas de Cuba y otros documentos rectores.

ARTÍCULO 2. El periodista tiene el deber de informar y expresar sus criterios con veracidad, agilidad y precisión.

ARTÍCULO 3. El periodista tiene derecho a obtener toda aquella información de utilidad pública, así como a realizar las acciones necesarias a ese fin.

ARTÍCULO 4. El periodista debe enfrentarse a aquellos actos de entidades o personas que obstaculicen el acceso a la información de utilidad pública o constituyan presiones que limiten en cualquier forma el cumplimiento de su deber profesional y social. En caso de diferendo, para defender su derecho se apoya en la dirección del órgano de prensa, en la Unión de Periodistas de Cuba, o dirigirse a cualquier instancia política, estatal o de la administración pública. También podrá denunciar tales actos en su órgano de prensa si la dirección del medio estuviese de acuerdo.

ARTÍCULO 5. En los escenarios mediáticos surgidos con el desarrollo de las tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con mayores posibilidades de generar contenidos, el periodista debe reforzar su desempeño ético y responsabilidad profesional en la creación, selección y difusión de los crecientes flujos de información interactiva que circula en red.

ARTÍCULO 6. El periodista en su órgano de prensa no puede hacer uso de los medios de comunicación y de las tecnologías de la Información y las Comunicaciones en función de intereses personales o familiares con fines lucrativos, ilícitos o inmorales.

ARTÍCULO 7. El periodista no puede utilizar los medios de comunicación para desacreditar o difamar a personas e instituciones, ni para exaltar inmerecidamente a personas naturales o jurídicas. No es ético en el ejercicio de la profesión el triunfalismo, el hipercriticismo y la manipulación de la información.

ARTÍCULO 8. El periodista debe mantener una conducta laboral, social y moral consecuente con los principios y normas de nuestra sociedad.

ARTÍCULO 9. El periodista contribuye con su trabajo a promover los mejores valores nacionales, el cabal conocimiento de las leyes y el perfeccionamiento constante de nuestra sociedad socialista.

ARTÍCULO 10. El periodista defiende los principios de la Unión de Periodistas de Cuba expuestos en sus Estatutos y el presente Código de Ética, y exige que se promuevan, de manera democrática, las opiniones e inquietudes sobre la

organización en sus asambleas de periodistas, plenos nacionales y congresos, que son los escenarios adecuados para ello.

ARTÍCULO 11. El periodista debe fomentar y cuidar las relaciones fraternales y de respeto mutuo entre colegas y entre los órganos de prensa, así como abstenerse de expresiones públicas que las denigren o menoscaben.

ARTÍCULO 12. El periodista tiene el derecho de exigir a la dirección del órgano de prensa respeto hacia su labor, en particular reclamar explicación cuando por aquella se retenga o decida no publicar un trabajo y, además, exigir que no se modifique, sin su consentimiento, el sentido de su trabajo y que si se hace se retire su firma.

ARTÍCULO 13. El periodista debe rectificar públicamente los errores difundidos que así lo requieran y sean imputables a su trabajo. La dirección del órgano de prensa tiene derecho a decidir sobre si procede o no la rectificación pública y en qué forma realizarla.

ARTÍCULO 14. El periodista tiene el deber de cumplir la línea editorial y política informativa del órgano de prensa en que trabaja y, a su vez, el derecho a participar en la elaboración, ejecución y evaluación de ambas.

ARTÍCULO 15. El periodista debe acudir a las fuentes necesarias para lograr un información veraz y completa.

ARTÍCULO 16. El periodista no podrá publicar directamente declaraciones o datos proporcionados por las fuentes con la advertencia explícita de que sirvan de antecedentes para la labor periodística y no para su publicación.

ARTÍCULO 17. El periodista se abstendrá de divulgar en todo o en parte cualquier documento o material de trabajo clasificado expresamente con un grado de reserva, según la legislación sobre el Secreto Estatal vigente en Cuba.

ARTÍCULO 18. El periodista tiene la obligación de no revelar la identidad de las fuentes que hayan solicitado permanecer anónimas.

ARTÍCULO 19. El periodista no puede utilizar las relaciones profesionales como medio de lucro o para obtener prebendas en beneficio propio o de otras personas.

ARTÍCULO 20. El periodista debe superarse cultural y profesionalmente. La superación es un derecho y un deber, por lo tanto, los afiliados con

responsabilidades de dirección deben propiciar la superación y la capacitación de sus colegas subordinados.

Capítulo 2

Sobre las relaciones profesionales, laborales y sociales.

ARTÍCULO 21. El periodista incurre en acto de plagio si suscribe, como propios, aquellos trabajos periodísticos que en todo o en parte hayan sido tomados de otros colegas o autores en cualquier tipo de medio. El periodista incurre en acto de plagio si suscribe, como propios, aquellos trabajos periodísticos que en todo o en parte hayan sido tomados de otros colegas o autores en cualquier tipo de medio.

ARTÍCULO 22. El periodista debe utilizar los espacios de los órganos de prensa de forma tal que no resulte lastimada la moral o la dignidad personal de otros periodistas, o que se denigre o rebaje la autoridad pública de cualquier órgano de prensa del país.

ARTÍCULO 23. El periodista, en caso de debates, críticas o polémicas, debe abstenerse en su trabajo profesional de emplear un lenguaje o tono irrespetuoso y ofensivo.

ARTÍCULO 24. El periodista en cargo de dirección debe tomar en cuenta las inquietudes, críticas e iniciativas que contribuyan a mejorar la calidad y el nivel informativo de los medios y no puede valerse de sus atribuciones para ejercer acciones arbitrarias que perjudiquen moral o materialmente a sus colegas.

ARTÍCULO 25. El periodista puede ejercer el derecho de réplica sobre alusiones a su trabajo o persona publicadas en la prensa. Tiene, además, el derecho de publicar la respuesta en el mismo órgano de prensa donde se origina la polémica o, de lo contrario, en cualquier otro medio de comunicación del país.

ARTÍCULO 26. En los medios de comunicación, el periodista no debe hacer publicidad, promoción o propaganda comercial disfrazadas de periodismo. Para evitar interpretaciones erróneas o confusiones entre los públicos, el periodista utilizando su firma o seudónimos no debe publicar textos, fotografías u otro material gráfico y audiovisual con un carácter publicitario que no especifique claramente su naturaleza, es decir, haga una distinción formal y rigurosa entre periodismo y publicidad. Se exceptúan aquellas publicaciones especializadas y

espacios en la prensa radial, escrita, televisada, digital o cinematográfica que tengan un perfil promocional.

DISPOSICIONES FINALES

PRIMERA. El presente Código de Ética fue aprobado por el IX Congreso de la UPEC, el 14 julio de 2013, fecha de su puesta en vigor.

SEGUNDA. Este Código se complementa con su correspondiente Reglamento, que norma la estructura y procedimientos de las comisiones de Ética, así como la aplicación de las medidas disciplinarias.