

constituya un conflicto de interés. El código de un medio de información puede especificar cuáles trabajos fuera del medio son permitidos y cuáles son un problema, o puede proveer un procedimiento por medio del cual el periodista debe recibir la autorización para un trabajo específico fuera del medio.

4. Medir los objetivos periodísticos

Debemos ser concientes hasta dónde pueden afectar nuestros objetivos periodísticos, la manera en que escribimos y quizás puede influirnos para esquivar los dilemas éticos. Ese es el caso cuando decimos que no tenemos tiempo para llamar a una segunda fuente y confirmar los hechos, porque estamos muy cerca de la hora de cierre. O, cuando tenemos una noticia exclusiva, un “golpe noticioso,” que perderemos si esperamos hasta revisar la noticia con más cuidado.

En otros casos, los objetivos periodísticos, como resaltar la credibilidad de nuestro medio informativo, nos impulsa a ser incluso más estrictos en las decisiones éticas.

En todos esos casos, los periodistas se deben convencer a sí mismos de que los valores éticos en general, como la búsqueda de la verdad, actuar independientemente y minimizar el daño, no sean sacrificados o comprometidos en la búsqueda de objetivos legítimos, pero no éticos, tales como velocidad, entretenimiento, brevedad, aumento de circulación, atracción de anuncios o atacando la competencia.

5. Identificar a las víctimas, personas que pueden ser afectadas por la decisión.

A menudo hay una tendencia por considerar sólo los puntos de vista de aquellos que están presentes en el salón donde estamos discutiendo un problema ético. Debemos hacer un esfuerzo de mencionar a todos aquellos que pueden ser afectados por nuestra decisión, y tratar de describir objetivamente las



Más de la tercera parte de los participantes en las conferencias dijeron que han realizado cambios en sus trabajos basados en las discusiones y ejemplos de casos de estudio.

consecuencias que nuestra decisión tendrá para cada persona.

Las víctimas no son solamente los participantes inocentes en una noticia. Ellos merecen nuestra consideración especial, más aún si ellos son inocentes y ciudadanos privados. Los llamados no muy inocentes, también tienen que ser

tomados en cuenta en nuestra discusión. En una noticia común donde se denuncian errores del gobierno, por ejemplo, debemos mencionar en nuestra discusión tanto a los que cometieron errores así como a las víctimas.

Finalmente, la víctima más importante es el público en sí, no sólo los lectores, sino la sociedad en general.

Un buen método para identificar a las víctimas durante la discusión es asignar a una persona como "el defensor del diablo," defensor para aquellos que no están presentes. Esta es la persona encargada de identificar las víctimas que no son obvias y forzarlos a tomar la decisión teniendo en cuenta incluso los puntos de vista menos populares.

6. Preguntar: ¿Cuáles son nuestras alternativas?

Toda noticia puede ser escrita de muchas maneras diferentes. Regularmente la alternativa ética no está entre publicar o no publicar la información. Nuestra decisión ética puede ser escribir la noticia de cierta manera para lograr el efecto periodístico que buscamos y resolver un dilema ético.

En algunos casos, escribir una noticia adicional es la solución para lograr un balance e imparcialidad.

7. Tomar una decisión.

La ética no es una discusión, no importa cuán rica e interesante pueda ser la discusión. Una buena discusión no es una decisión. Y en periodismo, debemos actuar y ser responsables de nuestras decisiones. Lo que podemos hacer (y permanecer como buenos periodistas) es no tomar las decisiones indefinidamente. En algunos casos, la decisión puede ser para posponer una publicación con el fin de escribir la noticia imparcialmente o disminuir efectos dañinos -por ejemplo, reservando la identidad de una víctima de un accidente, hasta que sus familiares hayan sido notificados- pero nosotros debemos decidir. Y debemos hacerlo a tiempo para cumplir con la hora de cierre.

8. Ser capaz de explicar la decisión.

Este paso, en algunas ocasiones, es llamado "la prueba de la portada." Si de alguna manera, todas nuestras razones para tomar la decisión fueran tomadas en cuenta para aparecer en la portada del periódico, ¿hubiéramos tomado la misma decisión?. ¿No hay algo acerca de nuestros motivos o de nuestro razonamiento que nos pueda avergonzar en caso de que sea publicada la noticia?. Esto no significa que necesariamente recarguemos nuestras razones con explicaciones en todos los casos. Significa que debemos preguntarnos si la divulgación al público puede ser un factor en la toma de decisión y debemos decidir como si fuéramos a explicar completamente qué hicimos y por qué lo hicimos. Los periódicos y medios de información más responsables hacen esto a menudo más que una prueba académica. Algunas veces asignan a un escritor dándole una condición independiente como "defensor" para escribir acerca del medio informativo, cuestionando, criticando y explicando temas éticos y estándares periodísticos.

Notas finales

Después de tener muchos
problemas y amenazas a
nuestra libertad, de
repente tenemos libertad
y en los medios decimos
toda clase de cosas,
decimos todo lo que
queremos, y los
periodistas no son
responsables por eso.
-Luis Mena, Venezuela

Las conferencias sobre ética en América Latina fueron tribunas muy efectivas para aclarar el pensamiento periodístico sobre algunas de las metas más difíciles de la profesión. Mientras que muchas discusiones fueron enfocadas en los factores externos, como presiones del gobierno, carestía económica, bajos salarios, fuentes deshonestas, etc. y que adversariamente afectan la calidad del periodismo, hubo un claro entendimiento en que las decisiones éticas comprometen nuestras propias acciones y procesos internos como periodistas.

Esas son las cosas que podemos cambiar nosotros mismos, sean cual es sean las presiones externas.

También hubo una alta aceptación de que las buenas prácticas éticas realzan el poder del periodista y de los medios informativos. Aquel periodista que sigue rigurosamente los estándares más altos, es el periodista con poder; quien no sólo puede ejercer su deber de informar al público, sino también resistirá los factores externos que amenacen con controlar la prensa o con el desgaste de su libertad.

Nuestra ética y nuestros estándares son la infraestructura de acero, alrededor del periodista y del medio informativo, que genera la credibilidad pública, su más y como dicen algunos, su única posesión. La credibilidad es nada más que la confianza pública de que estamos diciendo la verdad de acuerdo a nuestras mejores habilidades.

"Se trata de establecer confianza," dijo el presidente del Centro Internacional para Periodistas (ICFJ por sus siglas en inglés), David Anable en la conferencia de Venezuela. "Con el tiempo, la audiencia aprende a confiar en ti. No hay un atajo para confiar, pero puede ser destruido completamente en un corto tiempo, con pocas, pero malas decisiones éticas."

APENDICE A

Guía de tiempo del video

(Esto proveerá un código de tiempo aproximado para cada sección principal y casos en el video, con el fin de que el espectador pueda manejar fácilmente el contenido del video).

El desafío ético - 2:25

Sección No. I - 8:51

Libertad y Responsabilidad

Caso de Estudio 1: Honduras - 11:08

Reportero envuelto en la noticia

Caso de Estudio 2: Argentina - 17:19

Invasión de Privacidad

Sección No. II - 21:23

Exactitud e Imparcialidad

Caso de Estudio 1: Panamá - 23:14

Confiabilidad de la fuente

Caso de Estudio 2: Chile - 28:59

Cámara escondida

Caso de Estudio 3: Colombia - 34:41

Ética del miedo

Sección III - 40:32

Independencia

Caso de Estudio 1: Panamá - 43:33

El pluriempleo

Caso de Estudio 2: Colombia - 47:50

Caso de propietarios

Conclusión - 54:04

Toma de decisiones en la Sala de Redacción

APENDICE B

Modelos Eticos

Las conferencias de ética en América Latina, que llevaron a la producción de este video, usaron como punto de partida en las discusiones sobre modelos éticos, el código de conducta profesional producido por la Sociedad de Periodistas Profesionales (SPJ, por sus siglas en inglés) de los Estados Unidos. Se decidió usar este código de Estados Unidos como modelo, en vez de usar otros códigos latinoamericanos, porque este código ofrecía un modelo más genérico que no llevaba ningún elemento de algún país de la región. El código de conducta de SPJ fue usado como referencia para la comparación, con la idea de que cada periodista, medio de comunicación y asociaciones profesionales de periodistas o instituciones académicas, pudieran usarlo como ejemplo para desarrollar un nuevo código cónsono con las circunstancias locales.

Además, las discusiones en las conferencias sobre ética frecuentemente hacían referencia a la lista de diez guías prácticas publicadas, por primera vez, en el popular libro, *Doing Ethics* (Haciendo Etica), escrito por Jay Black, Bob Steele y Ralph Barney. Reimprimimos la lista en este libro de texto, con respectiva autorización.

Formule buenas preguntas para tomar buenas decisiones éticas

1. ¿Qué es lo que yo sé?, ¿Qué necesito saber?
2. ¿Cuál es mi propósito periodístico?
3. ¿Cuáles son mis inquietudes éticas?
4. ¿Cuáles políticas organizacionales y guías profesionales debería considerar?
5. ¿Cómo puedo incluir a otras personas, con perspectivas diferentes e ideas diversas, al proceso de decisiones?
6. ¿Quiénes son los interesados - aquellos que estén afectados por mis decisiones?, ¿Cuáles son sus motivaciones?, ¿Cuáles son las legítimas?

7. ¿Qué tal si los papeles fuesen invertidos?, ¿Cómo me sentiría si yo estuviese en el lugar de alguno de los interesados?
8. ¿Cuáles son las posibles consecuencias de mis acciones?, ¿A corto plazo?, ¿A largo plazo?
9. ¿Cuáles son mis alternativas para maximizar mi responsabilidad de decir la verdad y minimizar el daño que pueda causar?
10. ¿Puedo justificar completamente, y de manera clara, mi modo de pensar y mi decisión?, ¿Para con mis colegas?, ¿Para los interesados?, ¿Para con el público?

Sociedad de Periodistas Profesionales Código de Ética

Preámbulo

Miembros de la Sociedad de Periodistas Profesionales creen que la ilustración del público va a la cabeza de la justicia y de la base de la democracia. El deber del periodista es apoyar estas metas, buscando la verdad y suministrando una narración justa y comprensiva de los eventos y asuntos. Los periodistas concientes de todos los medios y especialidades, luchan por servir al público con veracidad y honestidad. La integridad profesional es la piedra angular de la credibilidad de los periodistas. Los miembros de la Sociedad de Periodistas Profesionales comparten una dedicación a los comportamientos éticos y adoptan este código para declarar los principios y estándares prácticos de la Sociedad en mención.

Busque la verdad y repórtela

Los periodistas deben ser honestos, justos y valientes al recopilar, reportar e interpretar la información. Los periodistas deben:

- Comprobar la veracidad de la información con todas las fuentes y ser cuidadoso para prevenir errores inadvertidos. La imprecisión deliberada nunca es permisible.
- Diligentemente, busque las partes de la noticia para darles la oportunidad de responder a alegatos sobre irregularidades.

- Identifique las fuentes, siempre y cuando sea posible. El público tiene derecho a recibir toda la información posible sobre la credibilidad de las fuentes.
- Cuestione siempre los objetivos de las fuentes antes de prometer el anonimato. Clarifique todas las condiciones relacionadas con cualquier promesa hecha a cambio de información. Mantenga las promesas.
- Asegúrese de que los titulares, avances noticiosos, promociones, fotos, videos, audios, gráficas, entrevistas y citas, no sean mal representadas. Ellos no deben simplificar o poner los incidentes fuera de contexto.
- Nunca altere el contenido de las fotos noticiosas o videos. La mejora de imágenes, por asuntos técnicos, es siempre permitido. Identifique todos los montajes y fotos.
- Evite dramatizaciones confusas o eventos noticiosos preparados. Si la dramatización es necesaria para decir la noticia, identifíquela.
- Evite métodos subrepticios o encubiertos para la recolección de información, excepto cuando los métodos conocidos, no producirán la información vital para el público. El uso de estos métodos deben ser explicados como parte de la noticia.
- Nunca plagiarise.
- Diga la noticia sobre la diversidad y magnitud de la experiencia humana audazmente, aún cuando esto no sea popular.
- Examine sus propios valores humanos y evite imponérselos a otros.
- Evite crear estereotipos por raza, género, edad, religión, etnicidad, geografía, orientación sexual, impedimento, apariencia física o estatus social.
- Apoye el intercambio abierto de ideas, aún cuando otros las encuentren repugnantes.
- Dé voz a los menos privilegiados. Las fuentes oficiales y no oficiales de información pueden ser igualmente válidas.
- Distinga entre promoción y cobertura de noticias. Los análisis y comentarios deben ser identificados como tal y no confundir el hecho o contexto.
- Distinga entre noticias y publicidad, evite los puntos que hacen indistinta la línea entre las dos.
- Reconozca la obligación especial de asegurarse que la cuestión pública sea conducida con apertura y que los archivos del gobierno sean abiertos para la inspección.

Reduzca los daños

Periodistas éticos tratan a las fuentes, sujetos y colegas como seres humanos que se merecen respeto. Los periodistas deben:

- Tener compasión con aquellos que pudieran ser afectados por la cobertura noticiosa.
- Tener una sensibilidad especial cuando trate con niños, fuentes o sujetos sin experiencia.
- Ser sensitivos cuando busquen o usen entrevistas, o fotografías de aquellos afectados por una tragedia o dolor.
- Reconocer que recopilar y reportar información puede causar daño o desasosiego. La búsqueda de la noticia no es licencia para actuar con arrogancia.
- Reconocer que las personas privadas tienen más derecho para controlar la información sobre ellos mismos, que los funcionarios públicos y otros que buscan poder, influencia o atención. Solamente una extrema necesidad pública puede justificar la intrusión en la privacidad de alguien.
- Demostrar buen gusto. Evite alcahuetear a la terrible curiosidad.
- Ser cuidadoso cuando identifique a sospechosos juveniles o víctimas de crímenes sexuales.
- Ser juicioso cuando nombre criminales sospechosos, antes de que se sometan cargos formales contra ellos.
- Hacer un balance entre los derechos del sospechoso a un juicio justo, con el derecho del público a estar bien informado.

Actúe independientemente

Los periodistas deben estar libres de toda obligación con otros intereses que no sea el derecho del público a estar informado. Los periodistas deben:

- Evitar conflictos de intereses, reales o que se perciben.
- Mantenerse libre de asociación y actividades que puedan comprometer su integridad y afectar su credibilidad.
- Rechazar regalos, favores, pagos, viajes gratis y tratamiento especial, y evitar segundos empleos, participación política, ocupar puestos públicos o prestar servicios en organizaciones comunitarias, si compromete la integridad periodística.
- Revelar conflictos inevitables.
- Ser vigilante y valiente al hacer responsable a los poderosos.
- Negar trato favorable a los anunciantes e intereses especiales y resistir sus presiones para influir en la cobertura noticiosa.
- Estar al tanto de fuentes ofreciendo información por favores o dinero; evite apostar por noticias.

Sea responsable de sus actos

Los periodistas son responsables de sus actos ante sus lectores, radioescuchas, televidentes y cada otro. Los periodistas deben:

- Clarificar y explicar la cobertura noticiosa e invitar al público a dialogar sobre la conducta periodística.
- Estimular al público a que alce la voz de queja contra los medios.
- Admitir errores y corregirlos rápidamente
- Exponer prácticas no éticas de los periodistas y los medios.
- Apegarse a los mismos estándares altos que ellos esperan de otros.

APENDICE C

Bibliografía sobre ética y recursos en Internet

Libros sobre ética

Associated Press Managing Editors (APME). A Discussion of Newspaper Ethics for Associated Press Managing Editors. Minneapolis, Minn. Josephson Institute of Ethics, 1993.

Black, Jay; Steele, Bob; and Barney, Ralph (1994). *Doing Ethics in Journalism* (second). Allyn & Bacon.

Christians, Clifford (1995). *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning*. New York, Longman.

CIESPAL, Cuadernos de Chasqui No. 10, *Códigos de Ética de los Periodistas*. Quito, Ecuador: Editorial Quipus, 1990.

"Ética en el ejercicio periodístico: caminos que se bifurcan," Villanueva, Ernesto, *Revista Mexicana Comunicación: Fundación Buendía*, A.C. Año nueve, No. 45, Agosto-October de 1996, p.20.

Fallos del Consejo de Ética de los Medios de Comunicación (1992, 1993, 1994-1995, 1996), Editados por la Federación de Medios de Comunicación Social F.G. de Santiago, Chile.

Fink, Conrad (1995). *Media Ethics*, Allyn & Bacon.

Kidder, Rushworth (1996). *How Good People Make Tough Choices*, Simon & Schuster.

Kidder, Rushworth (1994). *Shared Values for a Troubled World*, Jossey-Bass.

Merrill, John and Odell, Jack (1983). *Philosophy and Journalism*. New York, Longman.

Limburg, Val E. *Electronic Media Ethics*. Butterworth-Heinemann, 1994. (VL)

Patterson, Philip and Wilkins, Lee (1994). *Media Ethics: Issues and Cases* (second). Brown & Benchmark.

Patterson and Wilkins (1997). *Media Ethics*. Third Edition, McGraw-Hill.

Ruggiero, Vincent R.(1992). *Thinking Critically About Ethical Issues*. Fourth Edition, Mayfield.

Fuentes de información en Internet

Esta es una lista de organizaciones de medios e instituciones con interés especial en la ética periodística. Recuerde que las direcciones en Internet cambian frecuentemente, por ello, recomendamos que revise regularmente la página en Internet de la Red Internacional para Periodistas de ICFJ (siglas en inglés) en la siguiente dirección: www.ijnet.org para tener la información actualizada sobre recursos de información en el área de la ética.

Universidades

Program for Media Ethics Studies at Brigham Young University.

<http://newsline.byu.edu/communications/ethics/default.html>

Ethics on the World Wide Web at the School of Communications at California State University, Fullerton.

http://commfaculty.fullerton.edu/lester/ethics/ethics_list.html

Web Resources for Studying Journalism Ethics at Department of Journalism, University of Hawaii.

<http://www2.hawaii.edu/~tbrisl/jethics.html>

Department of Mass Communication, California State University at Hayward.

<http://www.isis.csuhayward.edu/ALSS/MCOM/ethics.html>

University of British Columbia's Center for Applied Ethics.

<http://www.ethics.ubc.ca/resources/media/>

The Markkula Center for Applied Ethics at Santa Clara University.

<http://www.scu.edu/Ethics/homepage.shtml>

Data bank for European Codes of Journalism Ethics (EthicNet)

<http://www.uta.fi/laitokset/tiedotus/ethicnet/index.html>

Center for the Study of Ethics in the Professions: Codes of Ethics Online
Project at the University of Illinois
<http://www.csep.iit.edu/codes/index.html>

Organismos e instituciones

American Society of News Editors.
<http://www.asne.org/>

Associated Press Managing Editors (APME).
<http://www.apme.com/>

Civic Journalism (Civic Practices Network)
<http://www.cpn.org/sections/topics/journalism/journalism.html>

Canadian Daily Newspaper Association: Statement of principles
<http://fox.nstn.ca/-bcantley/statment.html>

Committee of Concerned Journalists.
<http://www.journalism.org/concern>

International Federation of Journalists (IFJ).
<http://www.uta.fi/laitokset/tiedotus/ethicnet/ifjindex.html>

The Poynter Institute, USA.
http://www.poynter.org/comp/comp_ethics

Institute for Global Ethics.
<http://www.globalethics.org/>

Josephson Institute of Ethics.
<http://www.josephsoninstitute.org/>

Morality in Media.
<http://pw2.netcom.com/-mimnyc/index.html>

National Press Photographers' Association
<http://sunsite.unc.edu/nppa/>

Organization of News Ombudsmen (ONO).

<http://www5.infi.net/ono>

Public Radio Online Style guide: Ethical Guidelines.

<http://www.npr.org/inside/styleguide/stylmain.htm>

Radio & Television News Directors Association.

<http://www.rtnda.org/>

Reporters' Committee for a Free Press

<http://222.rcfp.org/rcfp/>

Society of Professional Journalists Code of Ethics

<http://spj.org/ethics/index.htm>

<http://webethics.com/>

Centros de medios y periodismo

Asia Media Ethics.

<http://www.uow.edu.au/crearts/journalism/ajnet/ethics.html>

International Center for Journalists (ICFJ).

<http://www.icfj.org>

Centro Latinoamericano de Periodismo (CELAP).

<http://www.celap.com/etica.html>

The Media Studies Center.

<http://www.freedomforum.org/whoweare/media.asp>

Consejos de prensa

Minnesota News Council Newsletter.

<http://www.mtn.org/newscouncil/>

Press Complaints Commission, United Kingdom.

<http://www.pcc.org.uk/>

Participantes claves en las conferencias sobre ética

Los siguientes individuos representan parte de los participantes claves en las conferencias éticas organizadas por el centro Internacional para periodistas desde 1995 a 1997. Las conferencias se realizaron en Santiago de Chile; Sao Paulo, Brasil; Ciudad de México, México; e Isla Margarita, Venezuela. Muchos de las personas en esta lista han continuado activos en debates éticos y han participado en otras reuniones, conferencias y seminarios sobre este tema. Ellos pueden proveer informacion valiosa y perspectivas en el area de la ética.

Argentina

Dr. Gonzalo Peltzer, Decano
Facultad de Ciencias de la Información
Universidad Austral
Ave. Juan de Garay 125 - 3er Piso
1063 Buenos Aires, Argentina
Tel: 54-1-307-4822
Fax: 54-361-1329

José Ignacio López
Radio del Plata
Ave. Santa Fé 2043
1106 Buenos Aires, Argentina
Tel/Fax: 54-1 311-0083

Luis Etchevehere, former Presidente
ADEPA
Chacabuco 314 - 3er Piso
1069 Buenos Aires, Argentina
Tel/Fax: 541-334-3707

Bolivia

Lupe Cajías, Presidenta
Asociación de Periodistas de Bolivia
Calle Comercio m 1048
La Paz, Bolivia
Tel: 591-2-414 421

Javier Zeballos, Presidente
Fundación Boliviano de Periodismo
Calle Comercio 1048
La Paz, Bolivia
Tel/Fax: 591-2-232701

Brazil

Adísia Sá - Ombudswoman
O Povo
Av. Aguanambi, 282, 60055-402
Fortaleza, CE, Brasil
Telefone (085) 255-6100 Fax (085) 252-1704

Alfredo Bosi - IEA/USP
Av. Prof. Luciano Gualberto, Travessa J, 374,
térreo, 05508-900 São Paulo, SP
Telefone (011) 818-3919 Fax (011) 211-9563.

Ari Schneider, Diretor
Redação da Revista Imprensa,
Av. Ipiranga, 795 7o. andar, Centro, 01039-000
São Paulo, SP, Telefone (011) 222-3673 Fax (011) 222-3673 ramal 135.

Caco Barcelos, Repórter
Rede Globo,
São Paulo, SP, TV Globo - SP, Praça Marechal
Deodoro, 340, 01199-900
Telefone (011) 824-0011 Fax (011) 826-1414.

Eugênio Bucci, Diretor de Redação
Revista Superinteressante, Editora Abril, R.
Gen Flausino Gomes, 61, 04573-900 São
Paulo, SP, Telefone (011) 534-5215 Fax (011) 534-5891.

Francisco José Castilhos Karan
Federação Nacional dos Jornalistas, Al.
Campinas, 675 ap 15 01404-001, São Paulo,
SP, Telefone (011) 284-9933 Fax (011) 284-9933.

Apêndice D - Participantes en Conferencias

Heródoto Barbeiro, Presentador

Rede de rádio CBN e do programa de notícias Opinião Nacional da TV Cultura de S.Paulo, Rua das Palmeiras, 315, 01226-901 São Paulo, SP
Telefone (011) 874-3122 Fax (011) 825-8844.

Jair Borin, Professor da ECA-USP

Escola de Comunicações e Artes - USP, Av. Prof. Lúcio M. Rodrigues, 443 Bl A, 05508-900 São Paulo, SP
Telefone (011) 818-4112 Fax (011) 814-1324.

José Roberto Nassar, Diretor da Editora Globo, Representante da Associação Nacional dos Editores de Revistas -ANER, Rua Domingos Sérgio dos Anjos, 277, 05136-170

São Paulo, SP, Telefone (011) 836-7033 Fax (011) 836-7092.

Marcelo Leite, Ombudsman

Folha de S.Paulo, Rua Barão de Limeira, 425, 01202-001 São Paulo, SP, Telefone (011) 224-3896 Fax (011) 223-1644.

Paulo Lyra,

Consultor do ICFJ, SQS 213 bloco J ap 208, 70292-100 Brasília DF. Tel: (061) 243 4410 Fax: (061) 243 8486.

Paulo Markun, Criador

Revistas de mídia Imprensa, *Deadline e Radar*, Telefone (011) 210-3929.

Sérgio Buarque de Gusmão, Presidente

Instituto Gutenberg, Rua Hermes Fontes, 164, 05418-050 São Paulo, SP, Telefone (011) 870-1474.

Tão Gomes Pinto,

Diretor Editorial da Revista *IstoÉ*, R. William Speers, 1000, 05067-900 São Paulo, SP
Telefone (011) 835-8433.

Umberto Cordani, Diretor

IEA/USP,

Travessa J, 374, 05508-900

São Paulo, SP, Telefone (011) 212-9421 Fax (011) 211-9563.

Colombia

Daissy Cañón, Directora de Noticias

24 Horas
Carrera 21 No.39-B-4
Bogotá, Colombia
Tel: (571)2850211; 3380677
Fax: (571) 2853930

Javier Darío Restrepo, Defensor del Lector

El Tiempo
K41 5841 Bl.C 19 Apto. 403
Bogotá, Colombia
Tel/Fax: (571) 221-0939

Juan Guillermo Cano, Periodista

El Espectador
Ave. 68 No. 23-71
Bogotá, Colombia
Tel: (571)294-5555
Fax:(571)260-2323; 260-4969

Luis Alfonso Mena, Periodista-Redactor

El Pais
Carrera 2 No. 24-46
Cali, Colombia
Tel: (57-2)883-5011
Fax: (57-2)889-7165
E-mail: diario@elpais-cali.com

Tatiana Paola Ezcarraga, Redactora

El Heraldo
Calle 53B #46-25
Barranquilla, Colombia
Tel: (575)341-7077/511-1614; Fax: (575) 341-6918
E-mail:

Chile

Abraham Santibáñez, Director

Facultad de Comunicación e Información
Universidad Diego Portales
Ejército m 141, anexo 303
Santiago, Chile
Tel: 56-2 695 42 52

Fax: 56-2 699 22 07

Lucía Castellón Aguayo, Decana
Facultad de Comunicación e Información
Universidad Diego Portales
Ejército m 141, anexo 303
Santiago, Chile
Tel: 56-2 695 42 52
Fax: 56-2 699 22 07

María José Lecaros, Directora
Escuela de Comunicación
Universidad de los Andes
Tel: 56-2-251 88 65

Miguel González Pino, Profesor de Ética y
Derecho a la Información
Universidad Diego Portales
Ejército m 141, Chile
Tel: 56-2 695 4252
Fax: 56-2 699 22 07

Tomás MacHale, Editor, *El Mercurio de Santiago*
Profesor de Ética Periodística y Derecho a la
Información
Universidad Católica de Chile
Santiago, Chile
Tel/Fax: 56-2 223 31 25

Costa Rica

Eduardo Ulibarri, Director
La Nación
P.O. Box 10.138 (1.000)
San José, Costa Rica
Tel: (506) 247-4239; Fax: (506) 240-5053

República Dominicana

Ana Mitila Lora, Redactora Investigadora
Listín Diario
Calle Paseo de los Periodistas # 52, Ensanche
Miraflores
Santo Domingo, República Dominicana
Tel: (809) 6866688 ext. 2306
Fax: (809) 6866595

Claudia Fernández, Periodista
El Siglo
C/San Antonio #2, Zona IND. de Herrera
Santo Domingo, República Dominicana

Tel: (809) 5301000 Ext. 255; 5941871
Fax: (809) 5308412; 5941871; 5304165
E-mail: cirruss@hotmail.com

Ecuador

Lic. Jorge Mantillas Jarrin, Director
CIESPAL
Ave. Diego de Almagros y Andrades Marín
Quito Ecuador
Tel: (593) 545-831/ 544-624
Fax: (593) 2502-487; e-mail:
ciespal@ciespal.org.ec

Tania Tinoco de Hardeman, Directora de
Noticias-Telemundo
Ecuavisa-Canal 2
Cerro del Carmen S/N
Guayaquil, Ecuador
Tel: (593-4) 562-444 ext. 212, 564-714; Fax:
(593-4) 562-432
E-mail:

Eduardo Olingi Palacios, Jefe de
Información
Televisión del Pacífico - Gamavisión - Canal
8 (Ecuador)
Malecón 101 y las Peñas
Quito, Pichincha
Ecuador
Tel: (595-4) 563-888; Fax: (593-4) 563-881
Email: gamavisión@telconet.net

Fernando Checa Montufar, Editor
Chasqui
Ave. Diego de Almagro 2155 y
Andrade Marín, Edificio de CIESPAL
Apdo: 1701-584
Quito, Ecuador
Tel: (593-2) 506149; Fax: (593-2) 502487
E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

El Salvador

Elias Antonio Saca, Presidente
Asociación Salvadoreña de Radifusores
(ASDER)
Avenida Maracaibo 703
Colonia Miramonte
San Salvador, El Salvador
Fax: (503) 2741835, 2746870, 2600320
Fax: (503) 2741835

Oscar Antonio Pérez, Director Ejecutivo
ARPAS
Pasaje El Rosal N° 117
Colonia Miramonte Poniente
San Salvador, El Salvador
Tel: (503) 260-4427, 260-4428; Fax: (503) 260-4398
E-mail: arpas@salnet.net;

Guatemala

Juan Luis Font, Director
El Periodico
15 Avenida 24-51, Zona 13
Guatemala City, Guatemala
Tel: (502) 334-7045; Fax: (502) 332-9761
E-mail: emacia@infovia.com.gt or

Nicaragua

Alina Guerrero López, Directora de Programas
Canal 4/Radio Universidad
Aval Card 3 cuerdas abajo, 10 varas al sur
Managua, Nicaragua
Tel: (505) 266-3722; Fax: (505) 266-3722

Jaime Chamorro Cardenal, Presidente de Junta Directiva,
La Prensa
Km. 4½ Pista Pedro Joaquín Chamorro C.
P.O. Box: 192
Managua, Nicaragua
Tel: (505) 249-6923; 249-8405;
Fax: (505) 249-6927
E-mail:

Panamá

Alina R. Guerrero Gomez, en ese entonces exdirectora Centro Latinoamericano de Periodismo Hato Pintado, Duplex C4, Calle del IPA Panamá, Panamá
Tel: (507) 229-6775; Fax: (507) 229-0294
E-mail: celap@pty.com

Luis Alberto Díaz, Director
Panorama Católico
Apartado Postal: 6386
Panamá 5, Panamá
Dirección Postal: Carrasquilla Calle 1ª

Centro Católico Arquidiocesano
Panamá, Panamá
Tel: (507) 229-2124; Fax: (507) 229-2903

Paraguay

Susana Oviedo, Periodista de Investigación
Ultima Hora
Benjamín Constan 658
Asunción, Paraguay
Tel/Fax: 595-21-071

Perú

Richard Uceda, Director del Departamento Investigación
El Comercio
Jirón Miró Quesada 300
Lima, Perú
Tel: 51-14-26 09 42
Fax: 51-14-310-810

México

Alma Guillermoprieto, Corresponsal en América Latina
The New Yorker
Ave. México 203-102
Colonia Condesa
Mexico City, 06100
Tel/Fax: (525) 574-4123

Carmen Gómez Mont, Directora Departamento de Comunicación Universidad Iberoamericana
Prol. Paseo de la Reforma 880
Lomas de Santa Fé
01210 Mexico, D.F.
Tel: (5) 292-0258; Fax: (5) 292-2891

Ignacio Rodríguez Zarate, Departamento de Comunicación Universidad Iberoamericana
Prol. Paseo de la Reforma 880
01210 Mexico, D.F.
Tel: (5) 292-02-58; Fax: (5) 292-2891
E-mail: rzarate@uibero.uia.mx

José Antonio de la Vega, Profesor
Universidad Iberoamericana
Retorno Girasol 329
Col. La Florida
Naucalpan, Edo. Mex.
C.P. 53160 México
Tel: 562-3659; Fax: 6598327

Rossana Fuentes-Berair, Editora
Reforma
Ave. Mexico Coyoacán # 40
México, D.F.
Tel: (525) 628-71-12; Fax: (525) 628-71-88
E-mail:

Uruguay

Daniel Gianelli
Revista *Busqueda*
Avenida Uruguay 1146
Montevideo, Uruguay
Tel: 598-2-921-300
Fax: 598-2-922-036

Emiliano Cotelo, Director
En Perspectiva
Radio Espectador
Río Branco 1483
Montevideo, Uruguay
Tel: 598-2-923531
Fax: 598-2-983044

Venezuela

Carlos De Armas, Profesor-Coordinador
UCAB, Programa de Postgrado de
Comunicación Social.
UCAB. Urb. Montalbán - La Vega
Caracas, Venezuela
Tel: (582) 4421195
Celular: 0149 373637
E-mail: carmas@zeus.ucab.edu.ve

Gloria Cuenca, Periodista, Profesora
Especialista en codificación y
funcionamiento de tribunales disciplinarios
Universidad Central de Venezuela
Av 3, urb. Alto Prado Qta. Maya.
Caracas, Venezuela
Telefax: (582) 9782414

Katia Gil, Coordinadora Regional
Federación Internacional de Periodistas
Oficina Fip. Av. Santos Erminy.
Edificio Beatriz. Oficina 74. Sabana Grande
Caracas, Venezuela
Tel: (582) 7633778.
213701-0149236130
Fax: (582) 7631971.

Héctor Mujica, Periodista
Urb. La Pedregosa norte, calle 4
Mocoties. Número 52.
Mérida, Venezuela
Tel: (5874) 662856
Fax: (5874) 662856

Max Römer Pieretti, Director
Escuela de Comunicación Social de la
Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)
Urb. Montalbán - La Vega
Caracas, Venezuela
Tel: (582) 4429511
Fax: (582) 471 20 38

