

B2. Valores éticos

La libre expresión asegura el intercambio de información e ideas sin la interferencia del Estado. Sin embargo, la libertad de expresión no es un derecho absoluto; implica deberes y responsabilidades y está también sujeta a límites y restricciones. Las audiencias tienen el derecho a recibir material creativo, información e ideas sin interferencia, pero esperan de nosotros que logremos un balance entre nuestra libertad de expresión con nuestras responsabilidades hacia ellas (101).

Toda actividad que realicen los medios de comunicación debe ser guiada por los valores éticos del periodismo. Algunas organizaciones expresan estos valores en lineamientos y orientaciones detalladas y específicas; otras, que pueden estar trabajando de manera independiente o a través de plataformas en línea, pueden estar menos reguladas y ser la primera vez que respeten estos valores.

- *Verdad y precisión.* Todos los hechos e información relevante deben ser adecuadamente dimensionados, tener raíces sólidas, basados en evidencia robusta, comprobada rigurosamente y presentada en lenguaje claro y preciso, con honestidad y transparencia sobre lo que no conocemos y evitaremos especulación sin fundamento.
- *Imparcialidad y Diversidad de Opinión.* Los medios deben esforzarse por ser justos y de mente abierta, y reflejar todas las opiniones significativas, explorando el espectro de miradas contrapuestas. No deben promover su propio u otro punto de vista, opinión o juicio. Pero ser imparcial no significa ignorar la verdad y la precisión; los medios deben aclarar qué es una opinión, qué es mal-información o desinformación y cuáles son los hechos, de manera que las audiencias se formen su propia opinión sobre la base de hechos.
- *Equidad, salvaguarda y no hacer daño.* Los medios tienen una obligación de cuidado de sus fuentes y colaboradores y tratarlos de manera honesta y con respeto. Sus productos se basan en acuerdos transparentes y rectos. La salvaguarda de los colaboradores, fuentes o protagonistas de una pieza comunicacional es esencial: todos los medios deben evitar hacer daño, lo que puede significar proteger el anonimato. Es responsabilidad de los medios de comunicación asegurar que todos sus colaboradores entiendan cómo estarán contribuyendo y cómo el producto será utilizado, de modo que los colaboradores puedan brindar voluntariamente un consentimiento informado.

- *Privacidad.* Los medios deben respetar la privacidad y no exponerla sin una buena razón, sea cual sea el contexto en el que estemos operando. Conducta, conversaciones o correspondencia privada no serán llevadas al dominio público a menos que exista un interés público claro. Salvaguardar es también parte de la privacidad.
- *Independencia Editorial.* La independencia editorial es un componente vital para que se respeten los valores arriba descritos, que las historias se desarrollen sin injerencia o presión de terceros. En algunos contextos, esto puede resultar extremadamente retador, particularmente, para los periodistas que son pagados para cubrir una historia, evento o tema por un tercero.

Para más información en determinados valores editoriales, están públicamente disponibles recursos como los valores editoriales de la BBC (101).

Los procesos participativos de formulación del presupuesto están todavía en desarrollo. La rendición de cuentas presupuestaria en salud no significa tener siempre una posición crítica, sino que puede ser abordada de manera creativa a través de un amplio rango de formatos comunicacionales. Los medios de comunicación pueden ayudar de manera constructiva a configurar nuevas formas de participación, y un proceso más transparente de formación de políticas (102).