

Directrices Editoriales

Sentiido
2025

Nuestra misión

Sentiido ejerce un periodismo de calidad y reconoce que la información útil y, sobre todo, fiable desempeña un papel crucial para la sociedad.

Nuestro objetivo es informar y educar al público. Al hacerlo, nos esforzamos por respetar las libertades que surgen de la democracia, los derechos humanos y la pluralidad de opiniones.

Reconocemos que este poder nos exige actuar de manera responsable, y buscamos garantizar que nuestros periodistas se conduzcan con profesionalidad, mientras protegemos sus posibilidades de investigar y comunicar con libertad.

Directrices editoriales

El objetivo de estas Directrices editoriales es proteger y promover la confianza de nuestros lectores, y cuidar la integridad de Sentiido y su labor periodística, independientemente del formato en que publique.

Estas Directrices conforman una herramienta práctica para nuestro personal y refuerzan nuestro compromiso con los principios fundamentales del periodismo: exactitud y comunicación basada en hechos; imparcialidad y ecuanimidad; humanidad y respeto por los demás; independencia editorial; y rendición de cuentas por medio de la transparencia.

Las Directrices plasman nuestras expectativas en cuanto a la conducta de nuestro personal, nuestros contratados en modalidad *freelance* y todos aquellos que aporten contenido editorial. Cubren tres áreas: gestión y práctica general de la sala de redacción, reglas editoriales básicas y conflictos de intereses.

Las Directrices se aplican a todo el personal y se aplican de acuerdo con la estructura de gestión de la organización. El personal jerárquico y el jefe de redacción son los encargados de monitorearla.

Su objetivo es que el público las pueda comprender fácilmente y que se apliquen a todas las actividades de producción, de creación de contenido y de recopilación de noticias por las cuales la editora de Sentiido sea responsable.

Con esto en mente, la Fundación está elaborando, o ya ha elaborado, directrices de verificación para manejar el Contenido creado por usuarios en línea y demás información recibida por parte del público en general.

Al aplicar estas Directrices, Sentiido consagra su actividad periodística al interés público y al derecho de las personas de acceder a información pública.

El interés público incluye, entre otros elementos, los siguientes:

- Revelar o debatir temas como la incompetencia, la mala praxis o la conducta poco ética en la vida pública.
- Corregir información incorrecta cuando una persona o una organización haya engañado al público sobre un tema de importancia pública.
- Revelar que una persona o una organización puede no estar cumpliendo con sus obligaciones legales.
- La administración adecuada del gobierno en todos los niveles de la sociedad.
- La administración abierta, imparcial y eficaz de la justicia.
- La seguridad y la salud públicas.
- La seguridad nacional.
- La prevención y la detección del delito.
- El desarrollo económico, educativo y social de la sociedad.
- El debate o análisis de obras artísticas o culturales.

En defensa de estos intereses comunes, Sentiido se compromete con lo siguiente:

A. La independencia editorial y la responsabilidad de delimitar y distinguir claramente toda forma de publicidad, Contenido patrocinado u otros productos editoriales comerciales del material editorial producido en línea con los principios fundamentales del periodismo.

B. La prohibición de todo Contenido, sea editorial o generado por el público, que incluya difamación, discursos de odio, invasiones a la privacidad o violencia.

Estas Directrices pueden formar parte del contrato de trabajo de un periodista, y también pueden incluirse en procedimientos disciplinarios, promocionales o de reclutamiento de los directivos editoriales o de los periodistas.

Al respetar nuestras Directrices y los principios fundamentales del periodismo, los periodistas que trabajan para Sentiido protegen la independencia, el estatus y la reputación de ellos mismos y de sus colegas.

Es importante que los profesionales contratados en modalidad *freelance* por la empresa también respeten estas Directrices cuando trabajen para ella.

1. Pautas generales

a) Aportes anónimos

Los artículos encargados por Sentiido se publican de forma anónima o con seudónimos solo en circunstancias excepcionales, por ejemplo, si la seguridad, la privacidad o el sustento del autor corren peligro, y solo con el permiso del editor en jefe responsable. En esos casos, los lectores estarán al tanto de que no se revelan las identidades y se les dará una explicación de ello. Esta disposición puede no aplicarse a aquellos autores con seudónimos ya establecidos a quienes

Sentiido contrate en tal calidad.

b) Pagos por material editorial

Por lo general, no efectuamos pagos por noticias, excepto a fuentes independientes de buena fe. El editor responsable o la persona que este designe tienen que aprobar toda rara excepción.

Al tratar con funcionarios públicos, los periodistas tienen que recordar que la legislación nacional reconoce varios delitos penales que pueden llevarse a juicio. Uno de ellos es el soborno, que puede consistir en ofrecer a alguien una ventaja económica o de otro tipo para que realice una actividad de forma inadecuada, o sobornar o ser sobornado por un funcionario público extranjero.

En algunas circunstancias, las ofertas o aceptaciones de invitaciones o de pagos como incentivo a funcionarios públicos a fin de garantizar o acelerar la realización de una acción necesaria o de rutina son ilegales.

Aunque es posible que no pueda ampararse en el interés público, cuando una persona no tenga más alternativa que realizar un pago como incentivo para proteger su seguridad personal, puede alegar coacción.

El personal siempre debería conversar con el editor responsable de antemano o aclarar la política con la alta gerencia si tiene dudas respecto de pagos que podrían ser inadecuados y, si se solicitan o se efectúan esos pagos, debería informar de ello al editor en jefe de las circunstancias lo antes posible.

c) Profesionales contratados en modalidad *freelance*

Sentiido se adhiere a buenas prácticas de contratación, que incluyen el tratamiento justo de los profesionales contratados en modalidad *freelance*. Los editores deberían hacer referencia a las buenas prácticas cuando contraten a nuevos colaboradores.

d) Confidencialidad

Los editores responsables y los jefes de departamento que tengan acceso a datos personales relacionados con otros miembros del personal tienen que tratar esa información como confidencial y no revelarla a nadie, excepto cuando deban hacerlo para cumplir con responsabilidades formales.

e) Derechos de autor

Los periodistas no deberían usar Contenido de fuentes no autorizadas de terceros, ya sean imágenes, textos u otro material, sin obtener los permisos necesarios. No obstante, el uso de material protegido por derechos de autor que esté disponible para la publicación de críticas, noticias y opiniones es aceptable y suele estar permitido moral y legalmente.

Existen unas cuantas situaciones legales en las que puede que no sea necesario obtener permiso, pero los periodistas tienen que consultarlo con los editores responsables de las imágenes o con el Departamento de Asuntos Legales antes de usar material sin permiso.

Los periodistas deberían familiarizarse en especial con las normas sobre derechos y sobre el uso de Contenido de sitios web públicos.

f) Errores

De acuerdo con nuestra política, nos comprometemos a corregir cualquier error significativo lo antes posible. Los periodistas tienen el deber de colaborar de forma sincera y abierta con el editor responsable y con los directivos, y de informarles de la existencia de errores. Todas las quejas deberían registrarse y llevarse a la atención del editor responsable. El proceso de presentación y tratamiento de quejas debería darse a conocer al público.

g) Asuntos legales

Las leyes sobre difamación y desacato son complejas, y están en constante cambio. Las consecuencias de una demanda judicial pueden ser costosas y dañar nuestra reputación.

Por eso, el personal debería:

- i) Familiarizarse con las disposiciones legales actuales y buscar más información si tienen dudas sobre algunos de sus aspectos.
- ii) Consultar a nuestros expertos legales sobre dudas concretas sobre una noticia.
- iii) Informarse sobre las condiciones legales nacionales y los casos activos que sean relevantes para su trabajo.

h) Privacidad

Nos comprometemos a respetar la privacidad de las personas. Una buena parte del periodismo puede ser intrusivo *per se*, pero siempre deberíamos evitar invadir la privacidad de las personas innecesariamente. En ocasiones, cuando existe un claro interés público, los periodistas pueden tener que sacrificar la protección de la privacidad.

Siempre que entren en juego cuestiones de privacidad, resultan esenciales la proporcionalidad y el análisis previo adecuado. La intromisión tiene que estar justificada por la gravedad de la noticia y por el bien común que puede promoverse a partir de la publicación. Cuando sea posible, debería estar autorizada por un directivo.

De la misma manera, los fundamentos de una investigación tienen que ser sólidos; no llevamos a cabo procesos especulativos a menos que el tema, la sospecha y las posibilidades de éxito sean consistentes.

También se debería proceder con precaución cuando se informen y publiquen detalles identificatorios, como domicilios, que puedan dar lugar a que otras personas invadan la privacidad o la seguridad de los protagonistas de la cobertura periodística.

i) Diálogo con el público

Nuestra relación más importante es la que tenemos con nuestros lectores y con los usuarios del sitio. Se debe proceder con respeto siempre que se produzca un intercambio en persona, por teléfono, por carta o por correo electrónico.

La empresa reconoce que la comunicación en línea, por ejemplo, en blogs y redes sociales, puede ser más informal, breve y, en el marco de un debate, confrontativa; sin embargo, los periodistas deberían prestar atención a las directrices sobre blogs y redes sociales.

Al usar redes sociales, los periodistas que tengan un vínculo conocido con la empresa no deberían hacer declaraciones públicas que puedan poner en riesgo la integridad de la empresa

o cuestionar su propia independencia periodística, ni que contradigan el espíritu de profesionalidad plasmado en estas Directrices.

2. Reglas editoriales

a) Exactitud y verificación

La confianza en la exactitud, la autenticidad y la fiabilidad de nuestra información es fundamental. Las comunicaciones digitales presentan desafíos especiales, e insistimos en que se corroboren los datos en fuentes fiables.

Los periodistas deberían informar el nivel de verificación que han podido alcanzar e incluir una aclaración cuando no hayan podido verificar los datos de forma independiente.

No informamos como un hecho aquella información que no podamos verificar (por ejemplo, “Una estudiante que afirma haber presenciado la manifestación”, no “Una estudiante que ha presenciado la manifestación”).

Cuando corresponda, estamos dispuestos a explicar a los lectores qué medio se ha utilizado para realizar entrevistas y cómo hemos verificado la información. Procurar que las fuentes sean satisfactorias es responsabilidad de editores, periodistas y corresponsales, y los editores de las salas de redacción deberían tener la facultad de cuestionar la fiabilidad de la información.

b) Atribución y citas anónimas

Por lo general, la gente es más honesta si puede mantenerse en el anonimato, y las citas no atribuidas pueden ayudar al lector a comprender mejor un tema. No obstante, el uso indiscriminado de fuentes anónimas puede usarse para promover estrechos intereses políticos, comerciales o de otro tipo de manera subrepticia.

Pueden existir circunstancias excepcionales en las que puedan usarse citas peyorativas anónimas, pero solo tras haber consultado al editor en jefe responsable. En ausencia de una autorización específica, deberíamos parafrasear las citas peyorativas anónimas.

Nos esforzamos por ser honestos acerca de nuestras fuentes, aunque no podemos mencionarlas.

c) Fuentes de información

Se les puede prometer confidencialidad a las fuentes que brinden información y que se pongan en peligro por hacerlo. Se las debería proteger cueste lo que cueste. No obstante, cuando sea posible, se deberían identificar las fuentes de información con la mayor especificidad posible.

El personal no debe reproducir material de otras personas sin atribuirlo, salvo en circunstancias excepcionales —por ejemplo, cuando se tenga que proteger a la fuente— y, en ese caso, con el permiso de un editor en jefe responsable.

Se debe dar crédito a la fuente de material publicado que se obtenga de otra organización, incluidas aquellas citas extraídas de otros artículos de prensa.

Las firmas solo deberían incluirse en material que haya sido elaborado mayormente por el periodista mencionado. Si un artículo contiene una gran cantidad de texto producido por una agencia de noticias, entonces también se debería dar crédito a dicha agencia.

d) Aprobación previa de textos

Como regla general, los entrevistados o terceras personas no deberían tener derecho a aprobar los textos antes de su publicación. En determinadas circunstancias, podemos permitir que se tenga acceso a los textos o a las citas en pro de la exactitud, pero no tenemos obligación alguna de alterarlos.

Se debería evitar ofrecer la aprobación previa de textos como método para conseguir entrevistas o colaboraciones.

e) Noticias que involucren a menores de edad

Se debería actuar con especial precaución cuando se trate con niños y niñas (menores de 16 años, aunque en el derecho internacional los derechos del niño protegen a personas menores de 18 años).

No se les deberían formular preguntas que superen sus conocimientos o su capacidad de responder.

Se debe informar al editor responsable cuando se fotografíe o se entreviste a menores sin el consentimiento de un adulto responsable o de uno de sus progenitores.

Se tiene que solicitar su consentimiento para publicar cuando se pueda determinar razonablemente que el menor puede tomar una decisión informada.

Los periodistas no deberían invadir significativamente la vida privada de los menores sin su consentimiento y comprensión. Si esto sucede, tiene que acompañarse de una sólida justificación relacionada con el bien común.

Teniendo en cuenta la permanencia del material en línea, los editores deberían considerar la posibilidad de ocultar la identidad de los menores para protegerlos de humillaciones o de daños a medida que crezcan.

f) Citas directas

Los periodistas y los editores nunca deberían modificar las citas directas para alterar su contexto o significado, aunque pueden necesitarse mínimas modificaciones para que resulten más claras.

Las citas que incluyan falsedades se deberían complementar con texto adicional, en especial cuando se las utilice en titulares o en fragmentos en redes sociales.

g) Promociones

Los periodistas no deberían aceptar la promoción de intereses económicos de posibles entrevistados o colaboradores, o de sus patrocinadores, mediante artículos, fotografías o notas al pie como forma de asegurarse acceso a estos. Debería incluirse información promocional sobre un tema solo cuando exista un interés o una ayuda genuinos hacia el lector.

h) Trato justo y uso del idioma

Buscamos informar de manera inclusiva y justa, dándoles voz a personas o grupos que sean blanco de críticas. Cuanto más graves sean las críticas o las acusaciones de las que informemos, mayor será nuestra obligación de permitir que la parte inculpada

responda.

Este derecho de réplica debería concederse a personas y a grupos, entre ellos, a minorías, cuando se realicen críticas generales.

Nuestros periodistas y editores respetan a los lectores, y no deberíamos usar despreocupadamente palabras que puedan ofenderlos. Los insultos, por ejemplo, solo deberían usarse cuando sea absolutamente necesario para transmitir los hechos de un artículo o para describir a un personaje y, en esos casos, irán entre comillas. Evitamos usar estas palabras en titulares o resaltarlas, y nunca usamos asteriscos.

La imparcialidad no hace referencia a la “falsa” equivalencia de todos los puntos de vista. Cuando las pruebas científicas o de otro tipo respalden determinada conclusión más allá de toda duda razonable, no se deberían presentar otras opiniones como alternativas viables.

i) Duelo

Se debería tratar a las personas con sensibilidad al informar en momentos de duelo o traumas.

j) Fotografías, vídeos e imágenes

Por lo general, alterar imágenes o distorsionar material audiovisual es inaceptable. Cuando se realicen acciones de este tipo, se debería indicar claramente que las imágenes se han modificado, o que se han alterado o mejorado digitalmente imágenes, montajes e ilustraciones.

k) Pertenencia étnica, color de la piel o nacionalidad

Por lo general, no publicamos el origen étnico, la nacionalidad, el color de la piel ni la religión de una persona, a menos que esa información sea pertinente para la noticia. No informamos del color de piel de los sospechosos de un delito, a menos que su origen étnico forme parte de una descripción que sirva para identificarlos en el caso de un delito de odio o de perfilamiento o violencia institucional o policial en contra suya).

l) Lenguaje incluyente

En Sentiido promovemos un lenguaje que refleje la diversidad de identidades, experiencias y formas de ser. El lenguaje incluyente no solo reconoce a todas las personas, sino que también contribuye a reducir prejuicios, romper estereotipos y construir una comunicación más ética y empática. Esta directriz establece cómo usamos el lenguaje incluyente sin comprometer la legibilidad y accesibilidad de nuestros contenidos.

- **No utilizamos la “x”, la “@” ni la “e”** como forma genérica de inclusión. Aunque reconocemos su valor político y simbólico en distintos contextos, en Sentiido buscamos una lectura más fluida y accesible para públicos diversos, incluyendo personas lectoras con discapacidades visuales, usuarias de lectores de pantalla o en procesos de alfabetización.

- **Respetamos la autoidentificación:** Cuando una fuente se nombra usando lenguaje neutro o una forma específica de referirse a sí misma (por ejemplo, “compañere”, “elle”), conservamos esa forma en el artículo en las citas textuales y al referirnos a ellos..
- **Priorizamos el uso de sustantivos colectivos o genéricos** que incluyen implícitamente a todas las personas, sin masculinizar ni invisibilizar a nadie. Por ejemplo: en lugar de “los ciudadanos”, usar “la ciudadanía”; en lugar de “los médicos”, usar “el personal médico”, en lugar de “los niños y las niñas”, usar “las infancias”, etc. Optar por formas neutras o inclusivas sin caer en fórmulas complejas: “La dirección del medio”, “el equipo docente”, etc.

m) Engaños

Los periodistas deberían ser sinceros e identificarse como empleados de la empresa cuando trabajen en una noticia. Pueden existir instancias que impliquen noticias de un interés público excepcional donde esto no se aplique, pero, de ser así, se requiere la aprobación del editor responsable. Esto concierne a todo lo que publiquemos, incluidos datos obtenidos por artificios de terceros. (Véase la sección “Privacidad” más atrás).

n) Autolesiones

Se solicita a los periodistas que sean precavidos al informar sobre autolesiones, en particular, casos de suicidio. Es importante no dar a conocer la información de forma tal que se puedan fomentar estas acciones o que pueda verse comprometida la privacidad de terceros involucrados, como familiares cercanos.

Esto debería tenerse en cuenta al presentar casos de autolesión, incluido el uso de imágenes, y al describirlos.

Cuando corresponda, debería facilitarse el número de teléfono de una línea de ayuda e información general sobre la prevención de suicidios y grupos de apoyo. Por ejemplo, en Colombia, se puede contactar a la Línea Salvavidas de la Fundación Sergio Urrego al +57 311 7668666.

ñ) Violencia de género

El cubrimiento de la violencia de género en Sentiido debe partir de una perspectiva de derechos humanos, género y diversidad. Se debe priorizar la voz y dignidad de las víctimas, contextualizar los hechos en estructuras sociales más amplias y visibilizar las causas y consecuencias de estas violencias.

Para tal fin, se recomienda un uso apropiado del lenguaje con respecto a los siguientes términos:

- **Violencia de género:** Utilizar este término para referirse a cualquier acto de violencia ejercido contra una persona en razón de su género, identidad de género o expresión de género, que resulte o pueda resultar en daño físico, sexual, psicológico o económico. Esta violencia se inscribe en relaciones de poder desiguales y afecta principalmente a mujeres, niñas y personas trans y no binarias.
- **Feminicidio:** Emplear esta palabra para referirse al asesinato de una mujer por razones de género. No es sinónimo de “crimen pasional”, “homicidio” o “asesinato”, y debe ser usada para destacar el componente estructural y sistemático de estas muertes. Siempre que haya

elementos que indiquen que el asesinato fue motivado por el hecho de que la víctima era mujer, se debe nombrar como feminicidio.

- **Transfeminicidio:** Usar este término para nombrar el asesinato de mujeres trans y personas transfemeninas por razones de género y/o identidad de género. Reconocer que estos crímenes están ligados al odio, la transfobia, la misoginia y la exclusión social, y son parte de una violencia sistemática que se ejerce contra personas trans.
- **Ataques con agentes químicos:** Aclarar que se trata de una forma de violencia basada en género que busca causar daño permanente y control sobre la víctima. No es necesario dar detalles sobre los agentes químicos utilizados para el ataque ni “cómo quedó” la víctima del mismo.
- **Violencia sexual:** Llamar “violencia sexual” a hechos como violaciones, acoso, abuso, explotación, trata o coerción sexual. Jamás insinuar responsabilidad por parte de la persona agredida (“por su ropa”, “por salir sola”, etc.). No describir la escena con fines narrativos. En su lugar, enfocarse en los impactos, en el proceso de justicia y reparación.
- **Evitar términos como:** “crimen pasional”, “drama familiar”, “relación tormentosa”, “fue por celos”, “se dejó matar” o “monstruo”, “enfermo mental” o “psicópata” para nombrar a los perpetradores, ya que estos contribuyen a justificar o minimizar la violencia o a ubicarla dentro de patrones particulares de salud mental.

Con respecto al tratamiento de las víctimas, Sentiido recomienda:

- **No revictimizar:** No compartir detalles innecesarios, imágenes explícitas o especulaciones sobre la vida íntima de las víctimas. No justificar el hecho con base en lo que la persona “hacía”, “usaba”, “decía” o “dónde estaba”.
- **Consentimiento y protección de identidad:** En casos de violencia sexual o cuando se trate de personas trans o menores de edad, proteger su identidad a menos que haya consentimiento expreso o esté claramente justificado por interés público y acordado con la familia o colectivos cercanos.
- **Humanizar sin sensacionalismo:** Narrar desde el respeto, mostrando quién era la persona, qué sueños tenía, cómo vivía, y qué implicaciones tiene su pérdida. No es necesario enfocarse en aspectos físicos.

o) Uso de inteligencia artificial

En Sentiido asumimos el compromiso de utilizar la inteligencia artificial de manera ética, transparente y alineada con nuestros valores periodísticos y nuestra misión informativa. Para ello, adoptamos los siguientes principios rectores:

- **Transparencia y responsabilidad:** Nos comprometemos a informar de forma clara cuándo se ha utilizado inteligencia artificial en la producción de nuestros contenidos. Todo uso será supervisado por personas responsables designadas, garantizando la trazabilidad y rendición de cuentas en cada etapa del proceso.
- **Supervisión humana:** Todo contenido generado o asistido por inteligencia artificial será revisado y validado por profesionales del equipo editorial, asegurando su calidad, precisión y coherencia con los estándares del medio.
- **Identificación adecuada:** Los contenidos que incluyan aportes de herramientas de IA serán debidamente etiquetados, permitiendo que nuestras audiencias puedan reconocer fácilmente su origen y naturaleza.

- **Innovación responsable:** Buscamos integrar la IA como herramienta de apoyo al periodismo, explorando su potencial sin comprometer nuestra independencia editorial, ni la calidad ni la veracidad de la información.

Reconocemos también la importancia de temas emergentes como la protección de datos, el impacto ambiental y otros desafíos asociados al uso de tecnologías avanzadas, y nos comprometemos a abordarlos progresivamente con responsabilidad y apertura al debate.

3. Conflictos de intereses

Sentiido valora su reputación como medio independiente e íntegro. Está claro que los periodistas tienen una vida, intereses, pasatiempos, convicciones y creencias fuera del trabajo.

Instamos a garantizar que los intereses externos no entren en conflicto con nuestra actividad periodística ni comprometan nuestra integridad editorial.

Las siguientes directrices se refieren a todos los intereses externos existentes que, si no se declararan y salieran a la luz, harían que un lector imparcial cuestionara la independencia de nuestro trabajo editorial.

Reconocemos que la objetividad no puede aplicarse como una regla inequívoca. Por ejemplo, un columnista que manifiesta abiertamente sus opiniones puede tener más libertad que un reportero, de quien se espera una rigurosa objetividad con respecto a su trabajo. En caso de duda, los periodistas deberían consultar a un editor responsable o a un editor en jefe.

a) Obsequios

El personal no debería dejarse influenciar por intereses comerciales —que incluyen los intereses de publicistas— en la preparación de material para nuestro medio.

Ningún miembro de nuestro personal ni los contratados en modalidad *freelance* que tengan vínculos conocidos con nosotros deberían usar su puesto para recibir beneficios privados para sí mismos o terceros. No permitimos que se entreguen pagos, obsequios ni otras regalías para socavar la exactitud, la imparcialidad o la independencia de nuestra actividad periodística.

Todo intento de propiciar un trato editorial favorable a través del ofrecimiento de obsequios o favores deberían ponerse en conocimiento del editor. Cuando corresponda, se informará de que se han entregado pagos, regalos u otras contrapartidas ventajosas.

Los miembros del personal no deberían usar su puesto para solicitar beneficios o ventajas en actividades personales o en operaciones financieras o comerciales a los que no pueda acceder el público general.

El personal no debería usar material de papelería de la empresa en relación con temas externos ni citar una vinculación con la empresa para resolver denuncias como consumidores, obtener un servicio más rápido ni solicitar descuentos u ofertas.

Comunicaremos cuando un hotel, una aerolínea u otra empresa hayan afrontado el costo de traslado o de alojamiento de un periodista. La aceptación de un ofrecimiento de este tipo dependerá de que los gerentes editoriales tengan la libertad de asignar e informar o no de la noticia resultante.

b) Productos comerciales

Ningún periodista o contratado en modalidad *freelance* que tenga un vínculo principal con nosotros debería patrocinar productos comerciales, a menos que tenga permiso expreso del editor responsable o del editor en jefe. No deberíamos participar en la elaboración de notas publicitarias (publirreportajes o Contenido digital patrocinado).

c) Intereses externos

Los periodistas de plantilla tienen derecho a realizar actividades fuera del trabajo (como ocupar cargos públicos o participar activamente en organizaciones, empresas o partidos políticos). Sin embargo, a veces, puede interpretarse que esto influye sobre la integridad de nuestra actividad periodística o entra en conflicto con ella.

El personal debería informar al editor en jefe sobre cualquier interés externo, ya sea personal, filosófico o económico, que podría entrar en conflicto con su desempeño profesional o que podría percibirse de tal manera.

d) Declaración de intereses

Los periodistas deberían declarar sus intereses cuando escriban sobre un tema con el cual tengan un vínculo significativo. Esto concierne tanto a periodistas de plantilla como a contratados en modalidad *freelance*. La declaración debería presentarse ante el jefe de departamento o el editor. Para proceder con total transparencia puede ser necesario publicar la declaración en la prensa gráfica y en el sitio web.

No es necesario que el vínculo sea formal para que resulte necesario declararlo. Ejercer como asesor en la preparación de un informe para una organización, por ejemplo, exigiría una declaración formal.

Algunos vínculos son obvios y pueden constituir el motivo por el cual se ha contratado a ese escritor. De ser así, se les debería mencionar al final de la contribución del escritor, aun cuando colabore de forma habitual.

En términos generales, un periodista no debería escribir sobre un familiar o una pareja en un artículo ni citar sus palabras, aunque esa persona sea experta en el tema en cuestión. Si, por algún motivo, se hace una excepción a esta regla, el vínculo debería quedar claro.

Los editores contratantes deberían asegurarse de que los contratados en modalidad *freelance* conozcan las reglas y también están obligados, si procede, a realizar las declaraciones necesarias.

e) Presentación de informes financieros

Sentiido lleva un registro de las acciones personales cuando la titularidad de dichas acciones pueda implicar un presunto conflicto de intereses.

Todos los integrantes del personal deben informar de sus acciones que no constituyan una inversión personal, como provisiones para pensiones o fideicomisos para familiares.

Deberían comunicar, asimismo, las operaciones en otras tenencias accionariales e inversiones cuando así lo consideremos debido a posibles conflictos de intereses.

Aunque es aceptable que los periodistas financieros sean titulares de acciones, no lo es que operen en el mercado de forma regular. Es sumamente importante que se lleve este registro y que toda la información esté actualizada.

Estas Directrices editoriales:

- Prohíben el uso de información financiera para beneficio de sus periodistas o de personas vinculadas a ellos.
- Imponen restricciones a los periodistas respecto a informaciones sobre acciones en las cuales ellos mismos o sus familiares cercanos tengan un interés significativo sin comunicar esta situación internamente.
- Prohíben que los periodistas operen con acciones sobre las cuales hayan escrito hace poco o pretendan escribir en un futuro cercano.
- Exigen que los periodistas financieros procuren no publicar material inexacto y que distingan entre opiniones, conjeturas y hechos.

Esto tiene particular relevancia para aquellos periodistas que realicen recomendaciones de inversión a los lectores y sugieran comprar, vender o conservar acciones.

f) Compromisos externos

La empresa acepta el derecho de los periodistas a tener una vida privada y a participar en la sociedad civil. Sin embargo, el personal también debería informar al editor responsable o al editor en jefe si, en su capacidad de empleados, tienen intenciones de:

- Presentar pruebas ante un tribunal.
- Presidir foros públicos o seminarios organizados por organizadores profesionales de conferencias u organizaciones comerciales.
- Ocupar puestos laborales externos que tengan probabilidades de entrar en conflicto con sus deberes profesionales.
- Conducir foros públicos o políticos, o aparecer en plataformas.
- Presentar quejas o entregar pruebas a un ente oficial en relación con material que haya sido publicado por la empresa.

Los periodistas invitados a presidir debates o aparecer en paneles como representantes de la empresa no deberían aceptar pagos ni solicitarlos en tal concepto, a menos que la preparación o la asistencia al evento implique una dedicación significativa de horas personales.

El editor responsable o el editor en jefe deberán aprobar la aceptación del pago con anticipación, prestando especial atención a otras disposiciones de estas Directrices, por ejemplo, las referidas a conflictos de intereses, declaración de intereses y promoción de productos comerciales. Puede aceptarse que se cubran gastos de viaje y otros gastos relacionados dentro de lo razonable.

Por lo general, los periodistas de plantilla no deberían proporcionar asesoramiento sobre relaciones públicas, sobre todo a un público que haya pagado para asistir. Consulte al editor en caso de duda.

g) Relaciones

Los miembros del personal no deberían escribir, crear vídeos, tomar fotografías ni emitir opiniones sobre personas con las cuales estén casados o tengan una relación amorosa, económica o personal cercana. Los miembros del personal que se encuentren en una situación en la cual pueda surgir este tipo de conflicto deberían informar de ello al jefe de su departamento.

Nota: Cuando un periodista o un editor tengan dudas sobre las implicancias éticas de su conducta en cualquier aspecto del trabajo editorial, lo cual incluye temas cubiertos por estas

Directrices, deberíamos solicitar el asesoramiento del editor en jefe o de la alta dirección de Sentiido. En determinados casos, podemos asesorarnos también con entes del sector o con expertos (por ejemplo, un consejo de prensa o un defensor del lector externo).

Fuentes: The Guardian, IMPRESS, Agence France Presse, Ethical Journalism Network, Washington Post, Channel 4, Ofcom