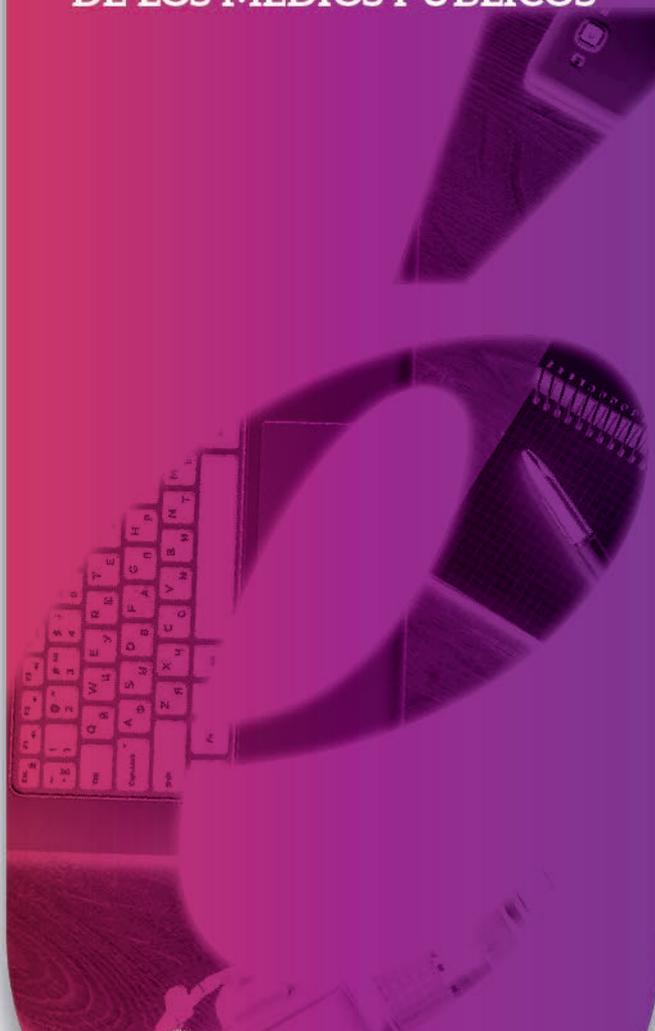


# CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA DE LOS MEDIOS PÚBLICOS



**CHACO**  
Gobierno de todos

## ÍNDICE

- 1 Principios centrales - pág 1.
  - 2 Ámbito de aplicación - pág 1.
  - 3 Contexto normativo - pág 1.
  - 4 Derecho a la información - pág 2.
  - 5 Valores universales - pág 3.
  - 6 Pluralismo - pág 3.
  - 7 Lenguaje informativo - pág 4.
  - 8 Apego a los hechos; rigurosidad - pág 6.
  - 9 Salud/bienestar de la población - pág 7.
  - 10 Seguridad/inseguridad, “policiales” - pág 8.
  - 11 Géneros y diversidad - pág 9.
  - 12 Niñez y adolescencia - pág 13.
  - 13 Eje socioambiental - pág 14.
  - 14 Pueblos y comunidades originarias - Pág 14.
  - 15 Mecanismos de aplicación y revisión del Código - Pág 15.
- Bibliografía - Pág 16.**

## AUTORIDADES

Jorge Milton Capitanich, Gobernador de la Provincia.

Analía Rach Quiroga, Vicegobernadora de la Provincia.

Santiago Pérez Pons, Ministro de Planificación, Economía e Infraestructura.

Lia Benitez, Subsecretaria de Comunicación.

Lucas Velázquez, Presidente ECOM Chaco SA.

Julián Ceballos, Vice Presidente ECOM Chaco SA.

Miriam Lewin, Defensora del Público de la Nación.



## EQUIPO DE REDACCIÓN

Gabriela Pellegrini, Editora de Género de los Medios Públicos de Chaco.

Hugo Muleiro, Capacitador de la Defensoría del Público de la Nación.

## CON APORTES DE LOS EQUIPOS DE LOS MEDIOS PÚBLICOS





## 1. PRINCIPIOS CENTRALES

El Código de Ética Periodística reúne un conjunto de principios, normas, orientaciones y propuestas para el trabajo noticioso de los medios públicos de la provincia del Chaco. Se corresponde con un proyecto de comunicación que, siendo los medios estatales, asume el compromiso de representar a toda la provincia y a todos y todas sus habitantes, en tanto se asume la comunicación a través de estos medios como una actividad que involucra derechos de quienes emiten tanto como de quienes reciben. En tanto comunicarse no es un acto de equidistancia ni neutralidad, más allá de aspectos de política partidaria o gustos o inclinaciones individuales o de grupo, partimos con una afirmación con nuestro máximo énfasis posible:

*Este Código de Ética responde a un contexto democrático, sobre los pilares del derecho a la información, la libertad de expresión al servicio del pluralismo, apegado al interés general del pueblo de la Provincia y con determinación de incluir a todas las personas, sin exclusiones por edad, lugar de nacimiento, orientación política, identidad de género, religión, situación socioeconómica, comunidad de pertenencia, aspecto, costumbres, preferencias y cualquier otra característica o circunstancia. Los contenidos de los medios públicos de Chaco y quienes los generen, deberán representar a la amplia sociedad provincial, con sus costumbres, cultura e idiosincrasia, bajo una perspectiva despatriarcal y descolonial. En ese sentido, el mensaje emitido se desvinculará de toda dominación y explotación que ha significado la colonización europea en Latinoamérica y trasuntará en alejarse de ideas que usan el mercantilismo, la globalización empresarial y el imperialismo cultural como influencias.*

Es sabido que los principios que los medios de comunicación y, dentro de ellos, sus trabajadores y trabajadoras, se proponen para la actividad cotidiana, se expresan mediante enunciados que parecen generales. Es decir, no son fórmulas matemáticas ni se aplican mediante mecanismos fijos, siempre iguales. Sin embargo, este Código de Ética contiene propuestas específicas, palpables, y sobre todo fue elaborado mediante una oferta de participación y debate, y así se mantendrá en el futuro, para actualizaciones y cambios.

## 2. ÁMBITO DE APLICACIÓN

Por tanto, los principios enunciados en el presente Código, tendrán estricto ámbito de aplicación en los medios públicos de Chaco: Chaco TV, Radio Provincia del Chaco y Agencia FOCO, medios de comunicación dependientes de la empresa ECOM Chaco SA, cuyo principal accionista es el Estado Provincial.

En tanto la comunicación cambia permanentemente y enfrenta situaciones y desafíos inesperados, el Código de Ética debe estar abierto a la revisión permanente, y a reformas y mejoras constantes. Aceptándose así, el propio Código contiene al final un mecanismo de revisión.

## 3. CONTEXTO NORMATIVO

Los principios contenidos en el Código de Ética de los medios públicos del Chaco no son una ocurrencia de un grupo temporal de conducción, de una generación específica de trabajadores y trabajadoras o de una época política partidaria. Son definidos teniendo en cuenta y aplicando lo que las normas nacionales e internacionales disponen sobre las bases ya mencionadas: el derecho del pueblo a acceder a la información, la libertad de expresión, la pluralidad de voces, la no discriminación por ningún motivo y los derechos de las audiencias.

Son principios reconocidos también a escala internacional, y que en la legislación nacional se expresan principalmente en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, 26.522. Asimismo, son incluso asumidos en instrumentos internos de trabajo de gran cantidad de medios radiales, televisivos y escritos, sean llamados código de ética, manual de estilo, normas o directrices, según cada caso.

La Ley 26.522, dispone en el artículo 2°:

*La actividad realizada por los servicios de comunicación audiovisual se considera una actividad de interés público, de carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones.*

Los objetivos de los servicios de comunicación audiovisual, definidos en el artículo 3°, son precisados mediante un enunciado general que, como se verá en este Código de Ética, genera oportunidades de aplicación práctica directa en la actividad cotidiana de los medios públicos de la Provincia. El inciso "a" contiene gran parte de esos objetivos:

*La promoción y garantía del libre ejercicio del derecho de toda persona a investigar, buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas, sin censura, en el marco del Estado de Derecho democrático y los derechos humanos, conforme las obligaciones emergentes de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y demás tratados incorporados o que sean incorporados en el futuro a la Constitución Nacional.*

Establecido el marco general, corresponde que el Código de Ética avance en los principios específicos que conciernen a la agenda informativa de los medios públicos provinciales. Si bien puede sostenerse que, con ese marco general, gran parte de los problemas que pueden presentarse en la actividad diaria tiene respuesta, es necesario observar un sinfín de particularidades, aspectos que pueden determinar si las coberturas y los envíos se mantienen en sintonía con los principios acordados. Al contener enunciados que se prestan a interpretación y aplicación diversas, ya que no se pueden expresar en fórmulas exactas e irreductibles, el Código puede ser asumido como un marco de referencia, una orientación para las prácticas diarias y, sobre todo, como un instrumento que organice el necesario intercambio de ideas y los debates que se presentan en las redacciones, estudios, salas de edición, archivos y oficinas de producción.

Su sola existencia, que fue consultada con las autoridades y trabajadoras y trabajadores durante 2020 y 2021, representa que todos los sectores intervinientes en el trabajo periodístico lo adoptan como referencia, indicador de los principios que se toman en cuenta para esa labor, inspirador para la agenda periodística y las formas de llevarla adelante. Es decir: las actividades periodísticas de los medios públicos de la Provincia del Chaco deben, en adelante, asentarse en los principios aquí contenidos.

#### **4. DERECHO A LA INFORMACIÓN**

El derecho a la información está consolidado en el mundo, en el plano teórico, como uno de los derechos humanos básicos. La información constituye un bien público, un bien social compartido, no tiene propietarios ni puede ser privatizada, y no es por lo tanto una potestad exclusiva de quien la emite.

Esta definición es sólo abstracta en apariencia, porque tiene una aplicación práctica a cada minuto: quiere decir que la información debe ser obtenida y difundida como servicio a la ciudadanía.

En consecuencia, los servicios de los medios públicos del Chaco se proponen transmitir infor-

mación que responda a ese derecho y necesidad de la población de la provincia, en todos los temas y ámbitos de interés, de todas las edades y sin discriminación de ninguna clase, con prioridad y énfasis en el interés general por encima de los intereses particulares.

Acceder a la información y apropiarse de su significado demanda que el público pueda conocer su origen, su emisor inicial, porque el acto de comunicar siempre tiene un propósito: las noticias han de tener, por lo tanto, fuente identificable, reconocible para las audiencias. Las que no cuentan con esta fuente o emisor que pueda ser enunciado, no deben ser transmitidas.

No obstante, los modos de comunicación de esta época incluyen una porción significativa de información que es trasladada a periodistas y medios a condición de anonimato: la fuente pide no ser nombrada públicamente. Sin ignorar estas condiciones generales, los medios públicos del Chaco harán su máximo esfuerzo para que las informaciones que transmiten cuenten con un emisor identificable.

Las noticias sin fuentes anunciadas claramente, con nombre y apellido, o nombre de la institución que la emite, han de ser la excepción. Sin embargo, el pedido de reserva que haga una fuente, cualquiera sea, no puede llevar jamás a transmitir una noticia sin fuente. En estos casos, la fuente deberá ser descripta con fórmulas o enunciados indirectos, que respeten el acuerdo pero que le permitan al público al menos una aproximación al ámbito del que surgió la noticia.

Estas descripciones han de ser cuidadosas, y sin calificativos que además representan un sinsentido, como los comunes enunciados “fuentes fidedignas” o “fuentes responsables”, como si alguna vez un comunicador pudiera difundir una noticia basándose en fuentes no fidedignas o irresponsables.

## 5. VALORES UNIVERSALES

La democracia, la vigencia de los derechos humanos, la paz y la solución pacífica de los conflictos son valores universales que están reflejados en la legislación nacional. La adhesión y el respeto a los principios de la Constitución Nacional significa tenerlos en cuenta y actuar en función de su vigencia efectiva.

El inciso “c” del artículo 3 de la Ley 26.522 determina el objetivo de los servicios de comunicación audiovisual:

*La promoción de las garantías y derechos fundamentales consagrados en la Constitución Nacional;*

Y el “d”:

*La defensa de la persona humana y el respeto a los derechos personalísimos.*

Estas definiciones son comunes a leyes, resoluciones, códigos y orientaciones de instituciones vinculadas con la comunicación y de numerosos medios, públicos y privados, de los más diversos países.

## 6. PLURALISMO

El pluralismo informativo en los medios públicos de la provincia del Chaco se expresa por dos vías principales: todos los sectores y grupos que actúan en el marco de la ley tienen derecho a que sus posicionamientos y actividades sean incluidos en los envíos noticiosos, tomando como referencia principal el derecho de las audiencias a conocerlos y comprenderlos.

Estas transmisiones se hacen en pie de igualdad entre unos y otros, aunque aceptando que no

todas las noticias tienen el mismo peso y la misma importancia para el conjunto de la población, y por lo tanto, no todas las noticias merecen el mismo despliegue y el mismo espacio. Estas son nociones generales, que no tienen una aplicación mecanizada ni matemática: lo que orienta cada decisión noticiosa es la referencia sobre la importancia que cada hecho tiene para el público. Sabemos y asumimos que este factor depende de una interpretación, que es la que se pone inevitablemente en juego al momento de resolver transmitir una noticia, el espacio que le adjudicamos, la ubicación en la agenda y otros elementos.

El principio de pluralismo no se limita a un reparto de la sección política de las noticias, como si se tratara de meros turnos de intervención. El ingreso a nuestra agenda noticiosa, como ya fue expresado, depende en primer lugar de la importancia que la novedad tenga para las audiencias. La determinación de esa importancia demanda una ponderación, y un diálogo fluido entre trabajadores/as y personas con responsabilidad editorial ayudará a reducir el margen de error.

El respeto al pluralismo político, la diversidad de voces y la inclusión de todos los sectores en nuestras agendas informativas no exime a los medios públicos del Chaco de sus responsabilidades como emisores y ante el público. La actividad y el debate políticos tienen períodos de más o menos intensidad e incluye no sólo diferencias de ideas y proyectos sino, a veces, intercambio de acusaciones. No es menester de las y los periodistas impedir las ni censurarlas, pero sí es obligación que, cualquiera sea el acusador y cualquiera el acusado, hagamos el ejercicio periodístico indispensable de reclamar sustento y fundamentación a lo dicho.

Ni en este ni en ningún otro tema de la agenda informativa corresponde que las y los comunicadores se adjudiquen la posibilidad de suplantar a la justicia, pero sí es propio de sus atribuciones que las fuentes se hagan responsables por lo que dicen y, en el caso de imputar violaciones a la ley, que proporcionen la información consistente de la que disponen para su pronunciamiento. Los medios públicos de la provincia, en estas condiciones, transmitirán la novedad con la máxima equidistancia posible, cuidando que todos los elementos que componen el mensaje (imágenes, sonidos, palabras, tonos de locución, según cada caso) no induzcan a dar crédito a lo que se dice o, a la inversa, a generar desconfianza.

El pluralismo, como se afirmó antes, no es una exigencia solo dirigida a los asuntos políticos: nos proponemos coberturas plurales también en lo social, económico, cultural, en cuanto a las edades y géneros y cualquier tema que ingrese a nuestros envíos informativos. Nuestro propósito es que todos los sectores, grupos y personas intervinientes o involucradas en hechos noticiosos estén en paridad, para lo que damos atención especial a la necesidad de revertir los cánones que en muy diversas coberturas pueden llevar a dar supremacía a unas sobre otras.

## **7. LENGUAJE INFORMATIVO**

Los materiales de los medios públicos de la provincia del Chaco deben llegar a toda la Provincia y sus habitantes, con el propósito de que los hechos que comunican sean comprendidos por quienes los reciben. Esto crea una obligación respecto del lenguaje que empleamos en las alocuciones y textos, cualquiera sea el formato.

Aunque, otra vez, no se trata de una fórmula matemática y hay un campo amplio de decisión en manos de quien esté comunicando, asumimos el compromiso de expresarnos con un lenguaje accesible, prescindiendo de sofisticaciones elitistas o de grupos o sectores, de tecnicismos cuya comprensión es prácticamente imposible para personas que no tienen conocimientos específicos en comunicación y los temas que desarrolla, y de modismos y esnobismos que van adoptando ciertos sectores o grupos

que se miran más a sí mismos y no se expresan tomando en cuenta la necesidad de ser comprendidos por todas las personas, lo que en cambio es una obligación ineludible para quien comunica a través de los medios.

Intentamos por lo tanto aproximarnos a un lenguaje accesible, de uso corriente, sin que esto signifique adoptar los modos y los giros o términos del diálogo coloquial en el café. Es decir, que así como asumimos responsabilidades por los datos que le transmitimos al público, lo hacemos también respecto de las palabras que usamos. Elegimos un camino intermedio, sabiendo que es estrecho, entre la informalidad de la charla de amigos y el tono impenetrable de la solemnidad extrema.

Con el mismo afán de obtener atención y comprensión de todas las personas a las que nos dirigimos, desestimamos emplear extranjerismos, es decir las voces de otras lenguas que no son habladas en la Argentina. Por encima de expresiones que podamos pronunciar por mera repetición, influidos como estamos por un contexto en el que el español es objeto de penetración y distorsión constante, en especial del inglés, asumimos el compromiso de buscar en nuestra lengua los equivalentes a términos que se pronuncian en inglés, y que incluso se deben a veces a la posición absolutamente dominante de empresas multinacionales de la comunicación. Como ejemplo, diremos “buscar” en lugar de “googlear”, “enlazar” o “vincular” en lugar de “linkear”, y así sucesivamente.

Es natural que en ámbitos específicos y especializados, centros profesionales y científicos, agrupaciones y movimientos, se vayan adoptando términos y formas de expresión específicos de esos ámbitos, pero son más bien aisladas las ocasiones en que algunas de esas formas de decir son adoptadas por el conjunto de personas al que nos dirigimos. Por lo tanto, en cada caso debemos buscar las palabras de uso general que tengan el mismo significado. El problema de los tecnicismos se nota especialmente en la información sobre la economía, con tal sobrecarga que suele hacer inentendibles a las noticias de este segmento, por lo que este punto requiere una atención especial.

Los pronunciamientos, comunicados y entrevistas de los ámbitos científicos también demandan que reclamemos a las fuentes discursos claros, con palabras de conocimiento extendido. Las y los comunicadores no deben suponer que sus conocimientos sobre determinados temas son los mismos que tienen las audiencias, que no están en contacto tan frecuente con las situaciones que se describen.

El propósito aquí asumido de llegar a toda la población de la Provincia representa para los medios públicos la necesidad de avanzar, a la máxima velocidad posible, en el cumplimiento del artículo 66 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que trae disposiciones, justamente, sobre accesibilidad.

Establece:

*Las emisiones de televisión abierta, la señal local de producción propia en los sistemas por suscripción y los programas informativos, educativos, culturales y de interés general de producción nacional, deben incorporar medios de comunicación visual adicional en el que se utilice subtítulo oculto (closed caption), lenguaje de señas y audio descripción, para la recepción por personas con discapacidades sensoriales, adultos mayores y otras personas que puedan tener dificultades para acceder a los contenidos. La reglamentación determinará las condiciones progresivas de su implementación.*

La reglamentación de este artículo está contenida en el decreto del Poder Ejecutivo Nacional 1225, de agosto de 2010, que fija los parámetros técnicos de los conceptos enunciados en el artículo y fija los mínimos de programación que deben incluir los recursos de acceso para las personas con discapacidad.

Al avalar e instituir este Código, las autoridades del sistema de medios públicos, las y los responsables específicos de cada medio y las y los integrantes, en todas las funciones y posiciones, asumen la necesidad de avanzar con compromisos y plazos específicos para el cumplimiento de las disposiciones

legales citadas, así como que ese avance demandará períodos de capacitación y entrenamiento. Estos avances, hasta lograr el cumplimiento total de las normas vigentes, deben alcanzar igualmente a sus versiones digitales.

Con el mismo propósito, el de respetar el derecho a acceder a los contenidos de todas las personas, este Código toma en cuenta y asume como orientación a la Ley Provincial 6.604, publicada en Boletín Oficial el 28 de julio de 2010, y que declara lenguas oficiales de la Provincia a las de los pueblos Qom, Moqoit y Wichi. Por esa norma, el Poder Ejecutivo se compromete al “reconocimiento efectivo, la protección y el desarrollo de los derechos lingüísticos, individuales y colectivos de los Pueblos” mencionados.

Tomando en cuenta esa norma, el Código establece que los medios públicos deberán adoptar acciones concretas para incorporar a sus servicios a las tres lenguas de los pueblos pre-existentes, tarea para la cual establecerá colaboración con el Instituto del Aborigen Chaqueño y con el Consejo Provincial Asesor de Lenguas Indígenas, creado por la Ley 6.604.

## **8. APEGO A LOS HECHOS; RIGUROSIDAD**

La transmisión de informaciones por los medios públicos del Chaco se hará con el máximo compromiso de quienes participen en su elaboración por adherir a los hechos, con el máximo esfuerzo posible para que el público acceda a ellos tal como suceden.

Asumimos que la labor informativa, en cualquier de sus formatos, significa presentar sucesivos aspectos parciales de lo que acontece, los hechos, lo que comúnmente es llamada “la realidad”. Sabemos que transmitimos un “recorte” de esa realidad, una mirada, un enfoque que da cuenta de una parte del total. Sin embargo, asumimos el compromiso de que ese enfoque sea lo más amplio posible, aceptando la diversidad y los matices que todo intento de reproducción de los hechos puede contener.

Además de la amplitud, buscamos rigurosidad periodística, que se expresa en primer lugar en la claridad de los datos que proporcionamos, con fuente identificable y en lenguaje comprensible para el conjunto de las audiencias.

La rigurosidad consiste también en proporcionar al público los elementos necesarios para que determine si cada persona o grupo o institución que emite información está o no en condiciones para hacerlo. Esto quiere decir que les requeriremos que expliquen, por caso, cómo elaboraron estadísticas, o cuáles son las comprobaciones realizadas para describir una determinada situación. Buscamos evitar, en beneficio del público, la reproducción distraída de declaraciones aligeradas o sin sustento, cualquiera sea quien las emita, el sentido que tengan y el propósito que busquen.

Por lo mismo, desestimamos la difusión de versiones o rumores. Adoptamos como procedimiento corriente y sin excepciones la verificación o confirmación de los hechos que llegan a nuestro conocimiento, mediante los mecanismos propios del oficio periodístico.

Este principio se aplica a todas las noticias que incluimos en nuestras agendas. Situaciones de extrema excepcionalidad pueden ameritar incluir un rumor o versión aún no confirmada en nuestros envíos, caso en el que debemos incluir la advertencia expresa y clara para las audiencias. Jamás aceptaremos esta excepción si el rumor puede generar pánico y angustia en la población, o precipitar a las personas a acciones desesperadas.

La decisión de dotar a las noticias con emisores originales identificables conlleva la exclusión de enunciados imprecisos o difusos, como las que se refieren a toda una institución o sector (“fuentes de

la legislatura”, “fuentes del ministerio”, “fuentes del gobierno”, “fuentes de la oposición”). Por lo mismo, desestimamos las fórmulas que, para enmascarar el ocultamiento de la fuente real, pretenden darle relevancia con calificativos como “confiables”, “fehacientes”, “alta fuente”, etc.

Por el mismo apego y proximidad con los hechos, nuestros espacios noticiosos, en todos sus formatos, requieren una separación estricta entre informaciones y opiniones. El derecho de las audiencias a percibir con claridad cuándo se le está transmitiendo información y cuándo opinión es uno de los pilares en los que se asienta la posibilidad de que el público elabore el juicio propio sobre los acontecimientos, sin estar condicionado por una forma amañada de presentar los hechos, o afectando su comprensión cuando la descripción informativa se ve obstaculizada por la opinión, expresada en formas directas o indirectas.

En igual sentido, la edición de las entrevistas de cualquier tipo realizada con fines informativos será transmitida con absoluta fidelidad a lo expresado por las y los entrevistados. Más allá de la razonable edición por aspectos referidos al tiempo de duración o para quitar vacíos o repeticiones, jamás la intervención puede llevar a una tergiversación de lo expresado, o a cortes hecho de manera tal que impidan el conocimiento de los conceptos tal cual fueron expresados. Estas prevenciones abarcan incluso los demás recursos que se empleen en la transmisión, tales como cortinas, efectos sonoros y sobreimpresos.

Por el mismo principio de transparencia y lealtad con las fuentes y con las audiencias, desestimamos el uso de recursos tales como la cámara oculta y grabaciones encubiertas. Los equipos de exteriores de los medios públicos del Chaco trabajarán siempre identificándose como tales, salvo situaciones excepcionales, que hagan necesario preservar a las personas, recursos técnicos y móviles por motivos de seguridad.

Este conjunto de principios éticos para el tratamiento de la información involucra a todas las secciones y temas.

## **9. SALUD/BIENESTAR DE LA POBLACIÓN**

Asumimos que la información que concierne a la salud como derecho individual y colectivo se asienta férreamente en la legislación vigente, en la Nación y la Provincia, y que nada que contradiga a esas disposiciones, las ignore o incite a vulnerarlas puede ser emitido sin recibir un examen responsable, que la contraste con los conocimientos y las experiencias científicas.

Por lo tanto, las convicciones o creencias personales o de sector, por apego a ciertas culturas o ámbitos vinculados con la fe, jamás serán puestos a la altura del conocimiento de la ciencia médica y mucho menos serán instrumento para desvalorizar las resoluciones y dictámenes de las autoridades sanitarias.

Por representar una gama de noticias que pueden impactar directamente en la población y precipitar decisiones de las personas, resolvemos dotar a la información sobre salud con una fuerte impronta de servicio a las audiencias, para colaborar con ella con los conocimientos que contribuyan a su bienestar y con el acceso a los servicios a los que tiene derecho.

## 10 SEGURIDAD/INSEGURIDAD, “POLICIALES”

Este tema tiene una complejidad muy específica porque involucra, según numerosos estudios, a una de las preocupaciones principales de la ciudadanía. La complejidad está dada también en que las noticias sobre el tema refieren al derecho general a la seguridad, pero también impactan en el plano más personal o individual: la preocupación por la familia, por su bienestar y por el propio, y también por los bienes.

El ataque a una persona, un asalto u otros actos delictivos pueden ser percibidos como hechos que alcancen directamente a quien recibe estas noticias, y pueden generar preocupación, temor y hasta angustia. Por eso es indispensable cuidar los lenguajes, no para quitar importancia a los acontecimientos, sino para evitar una sobrecarga en torno de esas reacciones.

Es por eso que es menester cuidar la adjetivación que se use en las noticias, así como las imágenes, las cortinas y efectos sonoros. Desestimamos, entonces, el recurso de la “espectacularización” de los hechos noticiosos, con énfasis especial en estos que tanto afectan la sensibilidad de las personas.

Como en todas las noticias que comporten el supuesto de violaciones a la ley, respetamos el principio constitucional de presunción de inocencia. No enunciamos como culpable de una acción ilegal a alguien sobre quien no recaiga sentencia judicial firme. Expresado en las noticias, esto quiere decir que no acusamos por nuestra cuenta y que las imputaciones sobre las que informamos tienen que estar a cargo de una fuente identificable con claridad, que se haga cargo de ellas.

Con personas ya detenidas o que son buscadas bajo imputaciones, también haremos saber al público qué autoridad y qué institución hace pública la acusación, dejando claramente expresada la fuente. Solo mostramos la imagen e identificamos a personas buscadas si esa búsqueda se realiza bajo un mandato judicial que incluya una alerta pública, por presunción de peligrosidad para las personas.

Asimismo, excluimos por completo vincular las imputaciones a una persona con su lugar de origen, el sector socioeconómico al que pertenezca, la franja de edad o cualquier otra característica. Entendiendo la estigmatización que imprime aportar esos datos, al hecho.

Asumimos también que las imputaciones y condenas judiciales a las personas no actúan como invalidación del conjunto de los derechos que las leyes establecen, como los de legítima defensa, juicio justo y, entre otros, la preservación de su intimidad y la de sus familiares y allegados/as. Sosteniendo el principio de garantías del derecho.

Ahora bien, todas estas premisas deberán ser consideradas también en el tratamiento de acciones que representan delitos de género. Sin embargo, nunca podremos poner en duda la posición de una víctima. No usaremos el verbo en potencial, sino que expresaremos lo que denuncia en su relato como un hecho verosímil, atribuyéndole con claridad las declaraciones.

A modo de ejemplo: “La denunciante relató que fue golpeada”, ya que ella lo dijo, en lugar del condicional “habría sido golpeada”, que no es recomendado, porque tiene la intención de poner en duda la palabra de la víctima. Al dejar clara siempre la fuente, incluso sin dar su nombre para preservarla de ser revictimizada, no la desautorizamos ni sembramos dudas de ninguna clase, porque esa es tarea de la justicia.

En el siguiente apartado ampliamos este y otros conceptos vinculados al tratamiento de los delitos de género.

## 11 GÉNEROS Y DIVERSIDAD

Nuestras agendas informativas asumen a todas las personas por igual, en equidad absoluta, sin diferenciaciones por género, la identidad asumida o la elección sexual expresada, en lo que concierne a todos los derechos y todas las obligaciones establecidas por las leyes. Rechazamos, por lo tanto, toda forma de discriminación en nuestros materiales y todos los estereotipos que estigmaticen a las personas por su identidad de género.

En línea con esas normas, hacemos propio el reconocimiento a la identidad y/o autopercepción que cada persona asume, lo que significa excluir toda forma de expresión - palabras, tonos, imágenes y sonidos- que la discriminen y, de alguna forma, induzca a que esa identidad sea tomada como factor que les quite su derecho a ser iguales ante la ley.

Dada la evidente necesidad, en nuestra provincia y país, de promover la equidad de géneros en todos los aspectos de la vida en comunidad, en nuestras coberturas, entrevistas y envíos ponemos énfasis en el enfoque que responda a esa aspiración, como el goce de los derechos políticos, sociales y culturales en paridad absoluta.

Por lo mismo, rechazamos presentar esas identidades como justificación de actos de violencia e injusticias en cualquier ámbito, de la vida privada o en comunidad. Esta decisión se pone de manifiesto en las formas de expresión de nuestros materiales.

Así, los contenidos emitidos en los medios públicos de Chaco están atravesados por la perspectiva de género, como parte del enfoque de derechos humanos. Lo que se comunique no injuria, discrimina, ni estereotipa a mujeres o identidades femeninas o de cualquier orientación. La propuesta comunicacional busca la igualdad de géneros, desde la elección temática hasta las personas por entrevistar.

El contenido de los medios públicos no reproduce mensajes misóginos o discriminatorios y no otorga espacios a las personas que difunden estas ideas.

Los equipos de trabajo de cada redacción tienen como objetivo sensibilizar a las audiencias sobre las desigualdades y estereotipos de género. Para ese fin tienen en cuenta que las alocuciones, imágenes y títulos seleccionados son transmisores de valores y creencias.

Buscan desarrollar en las audiencias una perspectiva crítica, aplicando el enfoque de género y derechos humanos. Buscan detectar prácticas patriarcales arraigadas y naturalizadas socialmente. Al visibilizarlas buscan desnaturalizarlas y propender a su erradicación.

Mediante el uso de la creatividad aplicada a los contenidos, los equipos buscan transmitir mensajes que garanticen el respeto de los derechos humanos y, dentro de ello, a la equidad de género.

Buscan dar a conocer realidades sociales que no se encuadren en lógicas binarias (masculino/femenino), y propiciar la naturalización de elecciones de géneros fuera de la heteronorma, para avanzar así contra la discriminación y la estigmatización. La heteronormatividad se refiere al régimen social, político y económico impuesto por el patriarcado, según el cual la única forma aceptable y "normal" de expresión de los deseos sexuales y afectivos, así como de la propia identidad, es la heterosexualidad. Esto quiere decir que tanto las preferencias sexuales como los roles y relaciones que se establecen entre las personas dentro de la sociedad deben darse en base al binario "masculino-femenino" y hacer coincidir siempre el "sexo biológico" con la identidad de género y los deseos asignados socialmente a

éste, y que toda expresión, preferencias e identidades que transgreden este régimen y se encuentran fuera de él -como es el caso de las mujeres lesbianas, los hombres homosexuales, las personas transexuales y transgénero, deben ser discriminadas, invisibilizadas y marginadas.

En esta misma línea de acción, los equipos de los medios públicos de Chaco buscan generar contenidos sobre las comunidades comúnmente vulneradas e invisibilizadas (LGTBIQ+, migrantes, niñas, niños y adolescentes, personas mayores, mujeres, comunidades indígenas, afrodescendientes), con un tratamiento respetuoso de sus derechos, para su publicación de manera transversal.

Los contenidos se elaborarán en diferentes formatos: entrevistas, informes, en los programas en vivo y “enlatados”, programas especiales sobre cada tema y/o en noticieros, “magazines” y demás secciones.

Otro formato que propicia el sostenimiento de estos mensajes son “micros”, que pueden ser incluidos en las pausas de televisión o tandas comerciales en radio, y/o volantes publicitarios virtuales, en el caso gráfico.

Ninguna persona que genere o enuncie contenidos en los medios públicos perderá de vista la utilización del lenguaje no sexista, tanto en textos como en diálogos, y deberá dar prioridad a la inclusión de todas las personas.

Mediante las capacitaciones en géneros y derechos humanos que los equipos tienen a disposición, se ofrecen recursos para incorporar el lenguaje no sexista para evitar hablar con supremacía masculina.

El uso del lenguaje no discriminatorio o no sexista será estimulado por los medios públicos del Chaco. Si bien no es una obligación de las y los enunciantes el uso del lenguaje inclusivo, serán opciones posibles, tanto para ellos como para títulos en videograf, textos escritos, en los medios y en sus versiones digitales.

Como lo plantea el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad de la Nación, en su “(Re) nombrar. Guía para una comunicación con perspectiva de género”, “el lenguaje es un instrumento de transmisión y construcción de sentidos comunes y, por eso, es un insumo clave para visibilizar identidades y reconocer derechos de grupos históricamente discriminados y negados. El modo en que hacemos uso del lenguaje no es nunca neutral en relación a los géneros e identidades; siempre está cargado de sentidos e ideología”.

En esa recopilación de sugerencias para una comunicación respetuosa de derechos, el Ministerio destaca la necesidad de generar nuevos hábitos de lectura y elaboración de nuestro lenguaje, aquel que hemos adquirido y que, si buscamos no seguir excluyendo a ninguna persona, debemos transformar.

## Algunas sugerencias claras de esa Guía:

- *El sustantivo “hombre” y los falsos genéricos*

La utilización del genérico masculino y en especial el uso del sustantivo “hombre” (que evidencia un origen biologicista) para designar a todas las personas tiene la consecuencia inmediata de invisibilizar al género femenino y LGBTI+.

Este hecho induce a generar la idea de que la población femenina y LGBTI+ son entidades de segundo orden.

Además de evitar el uso del masculino como genérico, se recomienda el uso del sustantivo “varón” en

vez de “hombre” toda vez que se trata de una palabra que huye de la discusión biologicista o esencialista de la apelación a “hombre” como sinónimo de la especie humana y permite establecer una relación no jerárquica con el sustantivo “mujer” y otros orientados a nombrar identidades no binarias.

- *Vacíos léxicos*

Los vacíos léxicos son palabras que no tienen equivalente en el otro género. Esta ausencia, que suele perjudicar a las mujeres y LGBTI+, no es casual, responde a la forma de construcción del lenguaje sobre bases que subestiman y reconocen menos valor a lo femenino o feminizado.

Algunos ejemplos de vacíos léxicos: la palabra “misoginia” (aversión u odio a las mujeres), ya que su correlato, “misandria” (aversión u odio a los hombres), constituye un neologismo cuyo uso se incorporó recién en el siglo XX. Otro ejemplo es la palabra “solidaridad” (adhesión circunstancial a la causa o a la empresa de otros) en relación con la palabra “sororidad” (amistad o afecto entre mujeres; relación de solidaridad entre las mujeres, especialmente en la lucha. Esta palabra se incorporó recientemente).

*En este contexto y para reforzar la necesidad de revisar el lenguaje patriarcal, la Guía concluye este punto con la siguiente reflexión: “Nos preguntamos: vocablos como ‘caballerosidad’, ‘hombría’, ‘virilidad’, ‘hombre de bien’, ‘instinto maternal/femenino’, ¿tienen sinónimos en todos los géneros? ¿Se asocian a características positivas o negativas?” Estos ejemplos evidencian la necesidad de pensar en las palabras que usamos y sus efectos.*

- *Salto semántico*

El salto semántico es el fenómeno lingüístico mediante el que una palabra con apariencia de genérica (que incluiría a varones, mujeres y LGBTI+) revela más adelante su valor específico (sólo incluía a los primeros). En este sentido, es fundamental la lectura del contexto ya que generalmente revelará que el discurso fue creado con un concepto androcéntrico (es decir, sólo representativo del género masculino) o que considera a las mujeres y LGBTI+ como una categoría aparte, discriminándolas. Es usual escuchar o leer esta forma de exclusión en los medios gráficos o televisivos: “Se ofrecen capacitaciones para todas las personas: jóvenes, personas adultas mayores y mujeres” o similares.

- *Asimetría en el trato y aposiciones redundantes*

Los usos o formas de cortesía hacia mujeres y LGBTI+ mediante diminutivos, vocablos que las infantilizan y convierten en personas dependientes o donde se reservan las expresiones más respetuosas para el género masculino, constituyen lo que se denomina asimetría en el trato. Asimismo, es frecuente el uso del posesivo al referir al estado civil de una mujer, aludiendo a “la mujer de” un varón. Sin embargo, estos usos jamás se aplican hacia los varones.

Por su parte, las aposiciones redundantes consisten en destacar la condición sexuada de las mujeres por encima de otros rasgos o atributos que sí son pertinentes al asunto, mientras que a los varones se los suele nombrar por su profesión, estatus social u otra condición. Por ejemplo, “el científico y la mujer investigadora”, “la mujer policía” o “la mujer mecánica”.

Por todas estas razones, sugerimos evitar el uso de asimetrías en el trato, aun cuando se considere que, en determinados espacios, responden a formas protocolares o tradicionales para referirse a las personas, así como también la utilización de aposiciones redundantes que no respondan a ninguna razón de corte gramatical o lingüística.

- **Orden de presentación**

Anteponer el género masculino antes que el femenino como regla general supone consolidar la supremacía de uno sobre otro. No existe ninguna justificación gramatical para el uso de la forma masculina delante de la femenina. Alternar los desdoblamientos evitará consolidar la jerarquía del género masculino.

Por ejemplo, si en un documento o discurso se hace una referencia constante a distintas personas, recomendamos desdoblar usando primero el pronombre femenino y luego el masculino (por ejemplo, “para todas y todos las y los presentes”).

Luego, en otro apartado la Guía sugiere más estrategias y recursos para saber que estamos usando un lenguaje que no excluye a ninguna persona. Además de citar como una bibliografía utilizada para la elaboración de este Código, la sugerimos, junto a otras que nos brindan herramientas para ejercer una comunicación no discriminatoria. En ese sentido, detallamos, sólo a modo de avance, la siguiente recomendación, invitando al uso de estas guías como material de consulta permanente hasta lograr la plena transformación del lenguaje aprendido y de uso masivo.

*“Para revisar si el lenguaje que se está utilizando excluye a algunas personas destinatarias, existe la REGLA DE LA INVERSIÓN, que consiste en probar si el texto funciona al sustituir los términos femeninos por los correspondientes masculinos y viceversa. Por ejemplo, si vieras un cartel que invita a una campaña de vacunación para niñas de 13 meses a 4 años inclusive, ¿pensarías que niños y niñas están incluidxs? En cambio, si la misma campaña dijera que se convoca a niños de 13 meses a 4 años, ¿dudarías respecto de si en ese “niños” se incluye a todos los géneros?”.*

## **El lenguaje Inclusivo como opción**

El uso de la letra “x” como herramienta del lenguaje inclusivo propone referenciar un amplio universo de expresiones de género que supere la bi-categorización reduccionista de “varones” y “mujeres”, para incluir a las poblaciones transexuales, transgéneros, intersex, travestis y todas las que vayan siendo reconocidas a lo largo del tiempo.

Su uso se recomienda para aquellos casos en que los genéricos no sean posibles o bien en los que se quiera enfatizar el carácter plural de la identidad de género del conjunto social al que se hace referencia.

Por su parte, el uso de la “e” como alternativa al binario “a/o” ha ido adquiriendo una mejor aceptación con el transcurso del tiempo. Tiene una característica superadora en relación a la “x” porque permite transitar con mayor facilidad el camino de lo escrito a la oralidad.

## **Cuidado de la persona víctima de violencia por motivos de género**

Respecto del tratamiento mediático de todo tipo de actos de violencia por motivos de género, buscamos en principio, proteger la intimidad y dignidad de la persona afectada (víctima), para evitar su revictimización mediática y una exposición social que pueda afectarla y, sobre todo, porque esa exposición debe ser decidida por ella. Aunque incluso, es función de quien realiza el abordaje comunicativo, informar a la persona que está o estuvo como víctima de violencia sobre las implicancias de la difusión mediática de su situación, ya que su visibilización y/o denuncia puede impactar en sus vínculos familiares, laborales, amistosos y sociales.

En ese sentido, se puede ofrecer la posibilidad de que se difunda el caso mediante la consulta a otra fuente, como agentes judiciales, abogada/o querellante, etc.

Los enfoques están centrados en la prevención y concientización del grave problema social que implican todos los tipos de violencia por motivos de género, prescindiendo de la “espectacularización” y “ficcionalización” de los delitos, bajo todo punto de vista.

En estos envíos, además, se difunden los datos de organismos y políticas públicas, organizaciones sociales y personas que se especializan en el tema, así como los números telefónicos a los que se puede acudir en busca de contención y ayuda. No sólo en los titulares, sino acompañado por los discursos de las y los enunciantes.

El tratamiento integral de la noticia que procura comunicar el caso como parte de un problema social, y no en forma aislada, requiere también de la provisión de información sobre las responsabilidades de las diferentes agencias del Estado frente a la situación.

## Orientaciones en la selección del personal de los medios públicos

Al momento de contrataciones de recursos humanos, no solamente se considerará la capacidad profesional de las personas, sino que también se tendrá en cuenta la perspectiva de género, para no circunscribir la indagación a una concepción binaria y considerar la incorporación de personas diversas (LGTBIQ+), con discapacidad, indígenas, migrantes, que representen a la sociedad amplia en la que vivimos.

Las personas que sean las imágenes representativas del canal Chaco TV, en particular, deberán identificarse con la amplia gama de personas que integran la sociedad de la Provincia. En ese sentido, no responderán, necesariamente, a los cánones estéticos impuestos hegemónicamente. El aspecto de las personas que sean seleccionadas como imágenes del canal no estarán vinculados a ideales de belleza imperantes, sino que serán coherentes con la cultura e idiosincrasia de las personas con quienes pretendemos comunicarnos.

Las personas expuestas al público en los medios provinciales los representan incluso por fuera de su desempeño laboral, ya que es evidente que el público no hace necesariamente una diferenciación expresa entre ambos ámbitos. Es por eso que periodistas de todo el mundo aplican en sus perfiles en plataformas digitales (“redes sociales”) que en esos ambientes se pronuncian a título personal y no en representación de los medios. Aunque contar con simpatía y aprobación entre las audiencias y ser una persona “conocida” representa un privilegio, es necesario tomar en cuenta que el público pueda identificar claramente el pronunciamiento personal respecto del medio que se representa, lo que incluye a las personas que trabajan en él, su imagen y su confiabilidad para el público.

## 12 NIÑEZ Y ADOLESCENCIA

Niñas, niños y adolescentes están incluidos en todos los derechos relativos a la comunicación a través de los medios, tanto en la condición de receptores de contenidos como en su estatus de ciudadanos que participan de la vida democrática, emiten sus informaciones y sus opiniones.

En efecto, las normas que establecen la libertad de expresión, el acceso a la información, el derecho a informar y a opinar, no establecen ninguna limitación por edad, ni una edad mínima a partir de la cual estos derechos tengan vigencia. Además del acceso a los derechos universales, reconocemos que niñas, niños y adolescentes son titulares de un plus especial de protección, que concierne en especial a situaciones de conflicto.

En consecuencia, asumimos al conjunto de niñas, niños y adolescentes en pie de igualdad con las personas adultas en cuanto a nuestros contenidos informativos, tanto para la condición de destinatario de nuestra agenda noticiosa como fuente que debe ser consultada en los temas en que pueden tener participación, en los temas que conocen y les conciernen, según su edad, sus conocimientos y experiencias, como lo establece la Convención sobre los Derechos del Niño.

Por lo tanto, nos comprometemos a darles visibilidad como a cualquier otro sector de la sociedad, con respeto riguroso a su palabra y sus formas de expresión, sin intervenir en ellas para acomodarlas a los modos y discursos de las y los adultos.

Tomamos nota y asumimos las previsiones específicas que contiene la Ley 26061 de Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes, en cuanto a que ningún acto ni pieza comunicacional puede ser emitida si con ello se afecta la dignidad, intimidad y el honor de las personas de estas franjas de edad, y si su exposición a través de nuestros medios comporta la posibilidad de causarles daño, desprestigio social o exponerlas a hostilidad y situaciones de peligro.

### **13 EJE SOCIOAMBIENTAL**

Asumimos que las agendas informativas deben incorporar permanentemente el impacto y las consecuencias que toda actividad tiene en el ambiente, y que ese impacto no es abstracto ni meramente teórico, sino que tiene efectos concretos sobre la realidad cotidiana de las poblaciones a corto, mediano o largo plazo.

Por lo tanto, incorporamos en nuestras coberturas este enfoque, pues una actividad extractiva, un emprendimiento productivo, las obras de infraestructura, deben ser observadas en su impacto socioambiental, y este enfoque no tiene el ánimo de frustrar la lógica evolución, cambio y expansión de las actividades humanas, sino el de incorporar datos y opiniones que sean tenidas en cuenta junto a otros aspectos, como los económicos.

Adoptamos este enfoque apelando a fuentes responsables, con consistencia probada y adhesión expresa a los intereses generales del pueblo de la provincia, por encima de propósitos sectoriales.

Por lo mismo, tomamos en cuenta especialmente los conocimientos y posturas de los pueblos originarios de nuestro territorio, para que estén presentes en nuestras coberturas con su información y opinión, así como con sus propuestas respecto de la relación con la tierra y sus recursos.

### **14 PUEBLOS Y COMUNIDADES ORIGINARIAS**

Asumimos la presencia de los pueblos y comunidades originarias como parte de la riqueza y la diversidad de la Provincia del Chaco y nos comprometemos a su integración, a pleno derecho, en nuestra cobertura informativa.

Para ello, asumimos que los proyectos de cualquier tipo que los involucren deben contarlos como fuente específica, que trataremos en absoluta paridad con las demás que estén involucradas. Esto representa transmitir sus conocimientos, sus experiencias y su visión del mundo con absoluta fidelidad, sin juicios que puedan llevar a desvalorizarlas.

Su presencia, posturas y actividades son parte de la realidad del pueblo de la provincia, y nos

comprometemos a reflejarlas igual que las de cualquier otro sector, con respeto, eludiendo las fórmulas que los presenten como mera curiosidad o singularidad.

## **15 MECANISMOS DE APLICACIÓN Y REVISIÓN DEL CÓDIGO**

La adopción del Código de Ética por las y los trabajadores de los medios públicos del Chaco en acuerdo con sus autoridades queda sujeta a una primera etapa de revisión de 60 días corridos a partir del día de su formalización, por parte de cualquiera de las partes involucradas en la labor periodística de los medios públicos de la Provincia. Las y los interesados podrán expresar diferencias, proponer cambios o requerir explicaciones por escrito dirigido a las autoridades de estos medios o dándolo a conocer en sus ámbitos de trabajo.

Este Código podrá expresarse, en cada uno de los temas tratados y en otros que se agreguen, en protocolos de procedimiento periodístico, que traten cada tema con mayor detalle y especificidad. Para ello se conserva el mismo modo de procedimiento, es decir la elaboración participativa, según la organización y los modos que se establezcan en cada momento, con consultas a instituciones o especialistas que puedan hacer aportes.

Asimismo, este acuerdo representa que el Código de Ética será sometido cada dos años a una revisión para modificaciones, ampliaciones y actualizaciones. Así, en los espacios de cada medio se abrirá el primero de octubre del segundo año de vigencia del Código, y así cada dos años, mediante anuncio interno, oficial y fehaciente, un período de 120 días corridos de aportes y propuestas, con mecanismos para total reserva a las y los interesados si así lo desean, para que en los siguientes 120 días sean examinadas y adoptadas o no, según el caso, siempre bajo el mismo parámetro de la participación y el acuerdo, sino unánime, al menos de la mayoría.

El Código de Ética, en tanto contempla un modo de procedimiento informativo, es de interés para las audiencias de los medios públicos del Chaco, por lo que se dará a conocer en lugar visible, en los espacios de los medios provinciales. Es un instrumento para el conocimiento general, por lo que trabajadores y trabajadoras, así como autoridades de los medios, podrán darlo a conocer a quienes tengan interés, incluso fuera de la Provincia.

En Resistencia, el 19 de mayo de 2022.

## Bibliografía

Carta Mundial de Ética para Periodistas. Federación Internacional de Periodistas, 2019.  
<https://www.ifj.org/es/quien/reglas-y-politica/carta-mundial-de-etica-para-periodistas.html> (enlace al 30.4.22)

Cobertura mediática de la infancia y la adolescencia con enfoque de derechos. Consell de l'Audiovisual de Catalunya. 2021.  
[https://www.cac.cat/sites/default/files/2021-03/Recomendaciones\\_IA\\_derechos\\_ES%281%29.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2021-03/Recomendaciones_IA_derechos_ES%281%29.pdf) (enlace al 30.4.22)

Código de Ética de la TV Pública. Televisión Pública Argentina, 2021.  
<https://new.tvpublica.com.ar/wp-content/uploads/2021/12/C%C3%B3digo-de-%C3%89tica-versi%C3%B3n-final-1.pdf> (enlace al 30.4.22)

Código de Ética de los Periodistas Brasileños. Federación Nacional de Periodistas.  
[www.fenaj.org.br](http://www.fenaj.org.br) (enlace al 30.4.22)

Código Europeo de Deontología del Periodismo. Consejo de Europa, 1993.  
<https://periodistasandalucia.es/wp-content/uploads/2017/01/CodigoEuropeo.pdf> (enlace 30.4.22)

Convención Americana sobre Derechos Humanos – Pacto de San José de Costa Rica.  
<https://www.dipublico.org/3519/convencion-americana-sobre-derechos-humanos-%E2%80%93-pacto-de-san-jose-de-costa-rica/> (enlace al 30.4.22)

Criterios de Calidad del CONACAI. Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia, 2021.  
[http://www.consejoinfancia.gob.ar/wp-content/uploads/2021/08/Criterios-v6\\_v2.pdf](http://www.consejoinfancia.gob.ar/wp-content/uploads/2021/08/Criterios-v6_v2.pdf) (enlace al 30.4.22)

El derecho a la información. Relación entre medios, público y periodistas. Loreti, Damián, Paidós, 1995.

Journalistic Standards and Practices. CBC/Radio Canadá. 2018.  
<https://cbc.radio-canada.ca/en/vision/governance/journalistic-standards-and-practices> (enlace al 30.4.22)

Ley de Protección Integral a las Mujeres, 26.485.  
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/150000-154999/152155/norma.htm> (enlace al 30.4.22)

Ley de Protección Integral de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes, 26.061.  
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=110778> (enlace al 30.4.22)

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, 26.522.  
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm> (enlace al 30.4.22)

Ley Provincial N° 6.604 (actualmente N° 1.848-W), que declaró como lenguas oficiales del Chaco a las de los pueblos preexistentes Qom, Moqoit y Wichí.

[http://www.saij.gob.ar/legislacion/ley-chaco-6604-declara\\_lenguas\\_oficiales\\_provincia.htm?325](http://www.saij.gob.ar/legislacion/ley-chaco-6604-declara_lenguas_oficiales_provincia.htm?325)

Por una Comunicación Democrática de la Niñez y la Adolescencia. AFSCA, Defensoría del Público, UNICEF, 2015.

<https://www.unicef.org/argentina/media/1591/file/Comunicaci%C3%B3n%20democr%C3%A1tica.pdf> (enlace al 30.4.22)

Recomendaciones de la Defensoría del Público para coberturas periodísticas: Malvinas; suicidio; violencia de género; población gitana; vacunación de niñas y niños; niñas, niños y adolescentes en conflicto con la ley; consumos problemáticos; discapacidad; dictadura cívico-militar; pandemia; violencia política; violencia sexual contra niñas, niños y adolescentes; personas mayores. Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2020, 2021 y 2022.

<https://defensadelpublico.gob.ar/recomendaciones/> (Enlace al 30.4.22)

“(Re) nombrar. Guía para una comunicación con perspectiva de género.

Equipo de trabajo: María Sol Montero, Martina Mestrocristino y Lucila B. Miranda.

Producción y Diseño: Laura López y Melisa Perez Santoro.

<https://www.argentina.gob.ar/generos/renombrar-guia-comunic-con-persp-de-genero> (Enlace al 30.04.22)

Teoría jurídico-política de la comunicación. Duhalde, Eduardo Luis-Alén, Luis Hipólito. EUDEBA, 2007.



**CHACO**  
Gobierno de Todos