

# AFP - 20 principios sobre las fuentes

06.12.2024

# Veinte principios sobre las fuentes

La credibilidad de la AFP se basa en buena medida en la calidad y la transparencia de sus fuentes.

Ante el aumento de los rumores y del ruido que circula a través de las redes sociales, el papel de la AFP como un proveedor seguro de información verificada a través de fuentes confiables es más importante que nunca. El presente documento explica las normas fundamentales de la agencia en lo que respecta a las fuentes y nuestra relación con ellas. Estas orientaciones deben ser respetadas y aplicadas en base al criterio profesional, la experiencia y el sentido común. Para este tema, la Redacción en Jefe está disponible las 24 horas en caso de que se requiera una opinión o una decisión definitiva. Si alguien tiene preguntas sobre estas reglas, le parece que hay omisiones o se encuentra ante alguna situación que plantee nuevas preguntas, por favor contacte a la Redacción en Jefe.

## ÍNDICE

1. La Fuente en el copete
2. Identificación de la fuente
3. La fuente anónima
4. Dudar de las fuentes
5. Atribución
6. Fuentes indirectas
7. Analistas
8. Citas textuales
9. La mesa de edición y las fuentes
10. Contenidos de internet y redes sociales
11. Dominio público
12. Rumores y ruido en las redes sociales
13. Protección de las fuentes
14. Tomar notas y grabar
15. Relación con las fuentes
16. Relaciones en las redes sociales
17. Informar sobre fallecimientos
18. Relaciones con la policía
19. Cobertura de conflictos armados
20. Cobertura financiera

### 1. LA FUENTE EN EL COPETE

La fuente debe figurar en los flash, alertas, urgentes y las primeras notas, de modo que los clientes y lectores de AFP sepan en seguida de dónde obtuvimos la información. Son excepción los hechos de dominio público (un discurso presidencial, una boda real). No es necesario citar la fuente en el copete de nuestras Notas Centrales u otros papeles importantes cuando los hechos han quedado establecidos fuera de toda duda o cuando escogemos usar una formulación como “Francia anunció este martes ...”

Normalmente, la fuente debe colocarse al final del párrafo (dijo un vocero de la Comisión Europea) a menos que el hecho de comenzar la frase con la fuente le dé más fuerza (El presidente Barack Obama anunció ...) o que la información misma se encuentre cuestionada (El Ejército sirio dijo haber tomado la ciudad de ...).

Las redes sociales se han convertido en parte integral en la búsqueda de informaciones y aceptamos como fuentes las cuentas verificadas: Alerta – Ministro de Exteriores alemán dice que “se alcanzó un acuerdo” sobre Irán (Twitter).

Los resultados deportivos y los reportes sobre las bolsas y algunos indicadores económicos no requieren que se indique la fuente.

Los titulares deben mencionar muy concisamente la Fuente, a menos que se trate de un evento del dominio público y que los hechos no se encuentren cuestionados.

## **2. IDENTIFICACIÓN DE LA FUENTE**

Las fuentes deben estar debidamente identificadas con su nombre, edad en caso de que sea relevante, su cargo o profesión y cualquier otro elemento que le brinde solidez y credibilidad a la historia.

Una misma fuente no puede ser citada de manera diferente en una misma nota, por ejemplo, identificada para algunas informaciones y bajo anonimato para otros detalles, puesto que resulta engañoso y el lector podría pensar que hemos consultado a dos fuentes en vez de una sola.

No debemos magnificar la importancia de una fuente o transformar en varias fuentes la que en realidad es una sola -“dijeron funcionarios”, o “indicaron medios oficiales”, cuando en verdad se trata de un solo funcionario y de un solo medio.

Un periodista de AFP, en texto, foto o video, que ha presenciado un hecho noticioso constituye una fuente de primera mano y le añade credibilidad a la historia: Comprobó/constató un periodista de AFP.

## **3. LA FUENTE ANÓNIMA**

Las fuentes anónimas solamente deben ser usadas para referir informaciones importantes que no podríamos obtener de otra forma. El uso de la fuente no identificada debe ser la excepción y no la norma, y debemos explicar con la mayor cantidad de detalles por qué la mantenemos en secreto.

Los periodistas deben entender que las fuentes le hablan a la AFP y que no hay una relación personal o privada entre la fuente y el reportero.

Los reporteros deben insistir siempre para obtener on the record las declaraciones y evitar caer en la trampa de conceder de manera rutinaria la reserva de la fuente. Para colocar su propia agenda en los medios, los gobiernos suelen recurrir sistemáticamente a funcionarios que solicitan no ser identificados y no deberíamos permitir ser usados de este modo. Las fuentes que se protegen en el anonimato no se responsabilizan cuando nos ofrecen una información inexacta o equivocada. Debemos preguntarnos siempre qué puede haber detrás de la insistencia de una fuente en no ser identificada. Debemos esforzarnos en cambiar la cultura del anonimato que reina en algunas áreas de la cobertura periodística y

explicarle a las fuentes que su identificación es un factor clave en la credibilidad de la historia.

Si las fuentes rechazan ser identificadas por lo que consideramos razones legítimas (de seguridad, o debido a la naturaleza del cargo que ocupan), debemos de todos modos tratar de dar pistas sobre de qué tipo de persona se trata, por ejemplo, un trabajador humanitario en Kabul.

Debemos evitar sacar notas que se basan en una fuente anónima y única. Debemos, en cambio, buscar que esa información nos sea confirmada por una segunda fuente confiable. Si pensamos que una fuente única nos está dando información suficientemente importante, y confiamos en su veracidad, la publicación de la nota debe contar con la aprobación de la Redacción en Jefe. El periodista debe confiar al Redactor en Jefe la identidad de la fuente, bajo estricta garantía de confidencialidad. No debemos olvidar que en estos casos la AFP se juega su credibilidad.

Las formulaciones “fuentes confiables” o “fuentes informadas” ya no las usamos más. Preferimos, en cambio, dar las mayores indicaciones posibles sobre quiénes son, a quién representan y por qué no pueden ser identificadas con su nombre (un alto funcionario de la cancillería que no está autorizado a hablar a la prensa, un jefe de un grupo armado que pidió la reserva de su nombre por temor a represalias).

Si un testigo solicita el anonimato por motivos de seguridad o alguna otra razón válida indicaremos de la manera más clara posible de qué tipo de persona se trata (dijo la madre de una de las víctimas). Usar como fuente a un testigo al que simplemente se le identifica como “una persona del lugar” o “un hombre/una mujer” es inaceptable.

Las personas a las que citamos en los “vox pop” deben quedar identificadas con su nombre completo, edad, etc, sino sus comentarios no tendrán validez.

No identificamos a las fuentes con nombres cambiados, a menos que sea necesario para tener la historia, y en ese caso debemos explicar la razón (por ejemplo, en una nota sobre una víctima de un ataque con ácido, por pedido expreso de ésta).

#### **4. DUDAR DE LAS FUENTES**

Es responsabilidad de la AFP garantizar que los hechos que referimos son exactos. Tenemos que preguntarnos siempre sobre la veracidad de los datos que nos suministran nuestras fuentes, independientemente de su rango o posición. ¿Cómo sabe el funcionario la cantidad de muertos, o el número de sobrevivientes o que la víctima falleció? ¿Es un saldo oficial o un estimado? ¿Dónde obtuvo la información el funcionario y quién se la dio? ¿Corresponde la información a su área de responsabilidad o de conocimiento? Si no podríamos encontrarnos con que tan solo están repitiendo cosas oídas, reportes de otros medios de prensa, o comentarios en las redes sociales. ¿Tiene la fuente algún motivo para darnos esa información? No es suficiente con reproducir sencillamente lo que se nos dice, debemos siempre hacer preguntas adicionales para saber cómo obtuvo la fuente esos datos. La comprobación de datos (fact-checking) debe ser parte de nuestra rutina. No podemos escudarnos diciendo “fue lo que me indicó la fuente”, tenemos que buscar la verdad.

Los testimonios son parte esencial de nuestras notas, pero debemos cuidarnos de citarlos como si se tratase de hechos demostrados, particularmente en lo que se refiere a los

balances de víctimas o daños. Debemos consultar a la mayor cantidad posible de testigos para tener una versión consistente de los hechos.

Las elecciones plantean problemas particulares y debemos ser muy cuidadosos cuando referimos declaraciones de candidatos que sabemos que manipulan estadísticas o minimizan a sus oponentes. Podemos citarlos, pero tenemos que comprobar los hechos a los que aluden y buscar comentarios de sus rivales.

Aunque la información que nos dé una fuente o un testigo parezca completa y verdadera, es necesario corroborarla con alguna otra fuente. Las historias más creíbles resultan a veces medias verdades o simplemente falsas.

## **5. ATRIBUCIÓN**

A menos que la fuente lo advierta de antemano, todo lo que diga es considerado on the record (se puede citar y atribuir en su totalidad). No se puede aceptar que con posterioridad señale que se trata de un off the record. Sin embargo, el periodista puede hacer uso de su discreción si la fuente claramente se excedió en sus palabras o sin querer se puso en riesgo a sí mismo o a otros.

Los periodistas debemos evitar reglas establecidas de antemano (no preguntamos ¿es on the record?, tenemos derecho a asumir que sí lo es). Si resulta inevitable aceptar ese tipo de normas tenemos que tratar de lograr la mayor transparencia posible. En ese caso, debemos ser muy claros desde el principio sobre la forma en que será identificada la fuente, si las declaraciones serán on the record o off the record o si pueden ser usadas de manera anónima para enriquecer el contexto.

## **6. FUENTES INDIRECTAS**

Si no contamos con un periodista de AFP en el lugar cuando ocurre un hecho noticioso o no tenemos una fuente directa, podemos recurrir a la fuente indirecta pero se requiere comprobar rigurosamente la veracidad la información.

La oficina debe evaluar la validez de la fuente y en esto las experiencias pasadas pueden ser una buena guía. Podemos hacer levantes de agencias de noticias respetadas, o cadenas de TV, diarios, radioemisoras, sitios online o cuentas en las redes sociales, pero debemos extremar los cuidados cuando nos manejamos con medios secundarios, páginas web desconocidas o cuentas en las redes sociales dudosas o no verificadas.

Es nuestra responsabilidad valorar la veracidad y la credibilidad de la información, especialmente si la fuente secundaria cita fuentes no identificadas. ¿Se corresponde su cobertura con nuestros parámetros? ¿Contiene alguna acusación que requiera el derecho a réplica? ¿Están siendo usados estos medios por algún funcionario que quiere enviar un mensaje sin ser identificado? ¿Están repitiendo un rumor que se difundió por las redes sociales? Si no logramos una confirmación on the record, podemos al menos contextualizar la información y consultar a nuestros propios analistas, capaces de juzgar la credibilidad de la historia.

Incluso si tenemos un convenio con una agencia de noticias local que nos lo permite, no debemos presentar su trabajo como si fuese nuestro sino que debemos identificarla como la fuente de la noticia.

Hay que tener cuidado cuando una agencia local informa sobre hechos o personas de otros países. Como norma, estas informaciones no deben retomarse en un despacho sino que deben enviarse al Redactor en Jefe para que le pida verificación a la oficina concernida. Si la oficina está cerrada, el Redactor en Jefe decidirá cómo proceder.

Si la AFP usa a una agencia local para dar una información que consideramos creíble y luego resulta ser falsa no podremos excusarnos diciendo que tan solo repetimos lo que había sido dicho.

Si tomamos una noticia de la versión digital de un medio debemos señalarlo claramente, pues esa versión puede no ser idéntica a la que se publica en papel o se difunde en la radio o la televisión.

Siempre debemos ser muy claros al identificar la fuente, por ejemplo: según un vocero de la cancillería china, citado por la agencia Xinhua.

Si usamos citas textuales tomadas de una transmisión televisiva, debemos describir el evento (dijo a periodistas en una conferencia de prensa transmitida por la TV; dijo a periodistas que esperaban a las afueras del parlamento).

Si hacemos una versión de una entrevista exclusiva a una cadena de televisión, citamos la televisora como fuente (dijo el primer ministro David Cameron en una entrevista con la televisora Al Jazeera).

Con la autorización del Redactor en Jefe, las oficinas pueden tomar de la web información relevante para su cobertura cuando ésta no figura en el hilo (por ejemplo Nueva Delhi puede tomar citas de un comunicado publicado en la página del Departamento de Estado). La oficina de origen de la información debe estar al tanto cuando decidimos proceder de este modo.

Si difundimos una imagen de cortesía debemos indicarlo e identificar a quien nos la suministró.

No cometemos plagio, todo contenido tomado de un tercero deben llevar su crédito. Identificamos claramente el material recibido de un pool.

Si disponemos de contenido autorizado bajo el derecho de autor, podemos citar libros, revistas, entrevistas y cualquier otro material original. Si tiene alguna duda, consulte al Redactor en Jefe.

## **7. ANALISTAS**

Los analistas son una pieza vital en la lista de fuentes de un periodista, tanto para darle perspectiva a nuestras notas informativas como para elaborar despachos de análisis a secas. Los analistas deben ser identificados de manera clara, incluyendo la organización para la cual trabajan y su área específica de conocimiento. A diferencia de lo que sucede con la información propiamente dicha, en la cual una fuente anónima puede aportar elementos verificables y contrastables, citar a analistas que no identificamos mina nuestra credibilidad y no debemos hacerlo salvo en aquellos casos excepcionales en lo que su conocimiento resulta fundamental para la comprensión de la historia, como por ejemplo, en el caso de los expertos en aviación que participan en la investigación de un accidente y que están obligados por ley a guardar confidencialidad. Los editores están en el derecho de rechazar análisis basados en fuentes no identificadas.

Debemos evitar expresiones genéricas como “estimaron analistas” en el copete de nuestras notas y tratar más bien de especificar su campo de conocimiento para citarlos. Es mejor decir: “consideraron analistas del área militar”.

Podemos citar a uno o dos analistas en un despacho informativo, pero requerimos de al menos tres para una nota de análisis. Debemos usar a los analistas para brindarle un valor añadido a nuestras notas, no para reiterar lo obvio. Es mejor escribir que la muerte de un líder yihadista “abre una lucha por el poder entre facciones rivales” en vez de decir que representa “un golpe para la organización”.

AFP es una agencia global de noticias y debemos consultar analistas que nos ofrezcan puntos de vista contrastantes en vez de contentarnos con analistas que mantienen siempre una misma línea explicativa. Si está preparando un análisis, consulte el abanico más amplio posible de expertos y solo después escriba su nota. No escoja el ángulo de antemano para después buscar a los analistas que le darán las citas que sirvan para sustentar sus propias premisas.

## **8. CITAS TEXTUALES**

Debemos citar a nuestras fuentes de manera exacta, sin modificar sus declaraciones. No es nuestra responsabilidad acomodar citas con errores gramaticales (salvo algún detalle menor o alguna repetición), pero tampoco debemos hacer sentir incómodas a personas que no están acostumbradas a dirigirse a los medios de comunicación. En cambio, es perfectamente legítimo citar textualmente a un personaje público que se equivocó al hacer una declaración. Si hace falta, parafraseamos. Nunca cambiamos el sentido de una declaración cuando editamos, ya sea en texto o en video. Evitamos las elipsis.

Sin recargar el texto, nuestra norma es referir las citas completas y limitar el uso de citas parciales.

## **9. LA MESA DE EDICIÓN Y LAS FUENTES**

Si la mesa de edición tiene dudas sobre la solvencia de una fuente, considera que la nota no está suficientemente sustentada o se pregunta sobre la veracidad de su contenido, debe indicarlo al Redactor en Jefe para que evalúe la nota y pueda contactar a su autor o a la oficina para pedir más detalles.

La mesa de edición no debe jamás magnificar o alterar la forma original en que es citada una fuente: “Dijo un alto funcionario de la Casa Blanca” no debe convertirse en “informó la Casa Blanca”. La única excepción ocurre en caso de que un cargo sea abreviado en el copete en aras de la brevedad.

A la vez, la brevedad no debe llevar a diluir una fuente: “dijo el secretario de prensa de la Casa Blanca, Josh Earnest” es más fuerte que “dijo un vocero de la Casa Blanca”. Recuerde que a menudo el primer párrafo es usado como una nota en sí misma.

## **10. CONTENIDO DE INTERNET Y REDES SOCIALES**

Las redes sociales se han convertido en parte integral del proceso de búsqueda de información y han cargado de nuevas responsabilidades a los periodistas, que deben verificar sus contenidos.

Es responsabilidad del periodista asegurarse de que todo el material que consigue en las redes sociales proviene de cuentas genuinas, para el caso de las fotos y los videos, que el material es auténtico, que quien lo ha colocado es su verdadero autor y posee los derechos sobre esas imágenes, y que tenemos autorización para reproducirlas.

Twitter debe ser considerada como una plataforma que sirve como herramienta de comunicación a personas individuales, equipos deportivos, compañías, gobiernos, etc. Una vez que comprobamos que una cuenta es auténtica, la información que proviene de ella tiene la misma credibilidad que un material recibido de fuentes confiables y verificadas a través de una página web, un mail o un fax.

Aunque todavía se espera de las agencias de noticias que den las informaciones de última minuto, actualmente las primicias suelen circular primero en las redes sociales. Nuestro papel consiste en descartar el ruido y confirmar las noticias para nuestros clientes. Aunque debemos ser rápidos, nuestra prioridad absoluta es ser exactos.

Como con cualquier otra fuente, el periodista debe estar consciente de los riesgos potenciales de los usuarios de las redes sociales, que no suelen estar acostumbrados a tratar con la prensa y pueden estar bajo estado de shock o en peligro.

Las fuentes de los gráficos deben ser citadas claramente, y el origen y la calidad de la información cuidadosamente verificada. Los elementos gráficos bajo derecho de autor, como los logos corporativos por ejemplo, no deben utilizarse. Si el gráfico muestra información polémica u objetada la fuente debe ser identificada y si es necesario debe acompañarse con una nota explicativa.

Cuando se trata de periodismo de datos es responsabilidad del periodista verificar que la información proviene de una fuente fidedigna, que no ha sido manipulada y que se presenta de manera correcta e imparcial.

Podemos dar informaciones confidenciales, pero tenemos que saber que la legislación sobre información clasificada cambia dependiendo del país. En caso de duda se debe contactar a la Redacción en Jefe para que solicite asesoría legal.

## **11. DOMINIO PÚBLICO**

Como regla general, todas nuestras informaciones deben citar a la fuente, incluso aquellas que son de dominio público. Si pensamos que un cliente puede preguntarse “¿cómo lo sabe AFP?” debemos entonces colocarnos nosotros mismos como fuente, al menos para mostrar que estamos presentes en el lugar del hecho. Pero debemos usar el sentido común. Escribir por ejemplo “El presidente Barack Obama asumió su segundo mandato, comprobó un periodista de AFP” es innecesario.

## **12. RUMORES Y RUIDO EN LAS REDES SOCIALES**

No reportamos sobre rumores, sino que contactamos a las fuentes para confirmarlos o desmentirlos. Las redes sociales están especialmente intoxicadas con rumores y desinformación, que deben someterse a verificación si el tema es suficientemente relevante.

Debemos ser cuidadosos en la forma como confirmamos rumores. Una confirmación dudosa de parte de una fuente débil (que quizás escuchó el mismo rumor a través de otros canales) más el rumor no es una confirmación.

Sin embargo, podemos, con el aval del Redactor en Jefe, reportar que un rumor causó una reacción importante, y explicarlo mencionando una fuente:

- Corredores de HSBC indicaron que Footsie cayó debido a rumores sobre la supuesta renuncia de David Cameron.
- Civiles dijeron que abandonaban la ciudad porque escucharon rumores de que se acercaban a ella combatientes del grupo EI.

Si un rumor ha crecido mucho y logramos confirmar que es falso, podemos elaborar una Nota de este tipo:

- Un vocero del Palacio de Buckingham rechazó rumores de que la Reina haya sido hospitalizada.

Si el periodista de una oficina se encuentra verificando un rumor de importancia, el Redactor en Jefe debe ser informado, como medida de precaución. Sea cuidadoso en lo que concierne a los mercados financieros para evitar ser acusado de difundir rumores, pues en algunos países acarrea consecuencias legales.

## **13. PROTECCIÓN DE LA FUENTE**

Los periodistas tienen el deber de proteger a sus fuentes confidenciales y a sus fixers, para evitar ponerlos en riesgo. En esta época de vigilancia de datos, las autoridades y otros actores interesados pueden fácilmente detectar los movimientos de un reportero y sus intercambios electrónicos. Ese es un elemento a tener en cuenta en cuanto a la protección de fuentes en peligro.

En circunstancias excepcionales, cuando prevemos reunirnos con una fuente en riesgo, puede ser necesario dejar todo aparato electrónico y volver a la libreta de notas.

Las fuentes confidenciales deben sentirse seguras de que pueden confiar en los periodistas de AFP para proteger su identidad.

Un periodista de AFP no debe nunca identificar a su fuente ante terceros, y si le es solicitado debe informar a la Redacción en Jefe. La legislación que protege a las fuentes periodísticas varía de país en país y los periodistas pueden enfrentar presiones muy fuertes de parte de la policía y otras entidades oficiales y no oficiales para que revelen el nombre de sus fuentes. Si una negativa educada no resulta suficiente, diga que la política de su empresa le prohíbe hacerlo y que contactará a sus superiores.

La AFP defenderá el derecho de sus reporteros de reservarse la identidad de la fuente y les brindará la asistencia legal cuando haga falta. El periodista deberá sin embargo indicar al Redactor en Jefe la identidad de su fuente, si éste lo requiere, y con el compromiso de total confidencialidad.

La protección de la fuente tiene que ver también con la forma cómo nos relacionamos con ella. Debemos ser sensibles cuando entrevistamos a personas que viven hechos traumáticos y recordar que tratar con la prensa puede constituir un elemento adicional de estrés.

Hay que ser especialmente cuidadosos cuando entrevistamos o fotografiamos a menores de edad y debemos informar al Redactor en Jefe si lo hemos hecho sin el consentimiento de sus padres o responsables a cargo. Debemos asegurarnos de que conocemos la definición legal de mayoría de edad en los países en los cuales trabajamos y la legislación relacionada con las coberturas periodísticas que implican a menores.

Las redes sociales como Twitter se han convertido en herramientas indispensables para contactar a testigos de hechos noticiosos. Pero con frecuencia ha ocurrido que algunas personas se han visto invadidas por los pedidos de la prensa alrededor del mundo. Aunque AFP no puede regular el comportamiento de otros medios, tenemos que garantizar que 1/ Solamente un periodista de AFP contacte a la persona (muchos testigos se han quejado de que reciben múltiples pedidos del mismo medio); 2/ Ser educados y sensibles y no poner en peligro al testigo, por ejemplo, solicitándole material adicional.

#### **14. TOMAR NOTAS Y GRABAR**

Debemos grabar las entrevistas y las conferencias de prensa y conservar las grabaciones para enfrentar eventuales disputas o litigios. Si usted toma notas en una pantalla, archívelas a parte y no escriba encima cuando prepara su Nota.

No le entregue sus notas o grabaciones a un tercero y si se le exige hacerlo informe al Redactor en Jefe para buscar asesoría legal.

El contenido que se sube a las páginas web o a las redes sociales puede ser retirado inmediatamente, así es que el material que utilicemos proveniente de estas plataformas debe ser guardado en seguida.

#### **15. RELACIÓN CON LAS FUENTES**

Los periodistas deben desarrollar buenas relaciones de trabajo con sus fuentes y contactos. Cultivar las fuentes forma parte esencial de nuestro trabajo. Pero debe quedar claro que se trata de una relación profesional, que la fuente no puede pretender un trato de favor, y que nuestra imparcialidad no puede ponerse en riesgo.

Los periodistas de AFP no pueden aceptar regalos, viajes, boletos o cualquier otro beneficio de parte de sus fuentes, con la excepción de aquellos presentes de mero valor simbólico. Si para conseguir una historia es inevitable aceptar una invitación, por ejemplo un viaje en jet privado para conocer una instalación industrial remota, el Redactor en Jefe debe estar al tanto para decidir cómo actuar.

Un reportero nunca debe prometer a una fuente cómo, cuándo y de qué modo será publicada una información, ni tampoco debe mostrársela previamente para obtener su consentimiento. Podemos volver a consultar nuestras fuentes si queremos verificar alguna información factual que nos proporcionaron o si queremos clarificar una cita textual, pero jamás presentarles una información para que la veten.

Nunca pagamos a nuestras fuentes por la información que nos suministran ni adquirimos material bajo engaño o cualquier otro método ilegal.

## **16. RELACIONES EN LAS REDES SOCIALES**

Las redes sociales se han convertido en una herramienta indispensable para los periodistas y son una vía para mantener contacto permanente con fuentes en línea. Pero debemos estar conscientes de que las relaciones en las redes sociales pueden levantar dudas sobre nuestra imparcialidad.

Por ejemplo, debemos ser cuidadosos a la hora de aceptar como “amigos” a nuestros contactos. Si se ve obligado a marcar “me gusta” en una página de Facebook para poder dar seguimiento a un partido o a un candidato, debe entonces hacer lo mismo en la página de su adversario para equilibrar.

## **17. INFORMAR SOBRE FALLECIMIENTOS**

Debemos tener especial cuidado cuando informamos sobre fallecimientos. Debemos estar seguros de que la muerte ha sido confirmada por familiares, funcionarios que conozcan directamente el caso o personas autorizadas, como por ejemplo, un agente literario o el vocero de una empresa. Tenemos que saber de qué forma la fuente ha obtenido la información y asegurarnos de que no repite algo que escuchó en otro medio o que vio en las redes sociales.

Podemos retomar la información del fallecimiento de una figura pública si ésta es difundida por un medio con credibilidad que cita a una fuente identificada y cumple con las normas de verificación de la AFP (por ejemplo, la BBC que cita al Palacio de Buckingham sobre la muerte de la Reina). En cualquier otro caso, debemos buscar una confirmación propia.

Informar erróneamente o anticipadamente de una muerte puede causar inconvenientes y crear angustia de manera innecesaria, es extremadamente nocivo para la reputación de AFP y debe ser evitado a toda costa.

## **18. RELACIONES CON LA POLICÍA**

A menudo, los periodistas establecen relaciones estrechas con la policía. Estas fuentes pueden brindarnos información en off, pero a la vez nos pueden pedir no divulgar algún dato por cuestiones operativas (el nombre de un sospechoso que no ha sido detenido, una operación de seguridad aún pendiente de comenzar), en cuyo caso debemos consultar con el Redactor en Jefe. Si la información es divulgada por algún otro medio, cesa entonces nuestro compromiso de mantener la reserva y debemos indicárselo a nuestras fuentes.

Debemos respetar la presunción de inocencia.

## **19. COBERTURA DE CONFLICTOS ARMADOS**

Informar sobre conflictos entraña sus propias dificultades y la AFP debe tratar de mantener un tono neutral y siempre que sea posible ofrecer una cobertura equilibrada al

mismo tiempo que presenta una descripción justa de la situación en el terreno en base a nuestros reportes.

Tenemos que evitar mostrar preferencia o cargar en exceso nuestros cuestionamientos en la cobertura del conflicto árabe-israelí, donde nuestras notas se encuentran bajo constante escrutinio.

Se dice que la verdad es la primera víctima en una guerra y debemos recordar esta máxima siempre que tratemos comunicados de las fuerzas militares, grupos armados u otros combatientes. Corresponde tener especial cuidado con los anuncios de éxitos militares, de territorios ganados o de balances de daños o víctimas.

Cada vez más dependemos de los contenidos que colocan en internet o en las redes sociales los grupos armados en aquellas zonas a las que no tenemos acceso, pero no importa cuán auténtico luzca el material obtenido, siempre debemos añadir una nota de advertencia (“presunta ejecución de XXX, que no ha sido confirmada”). Debemos también tener presente que los freelancers locales pueden estar aliados con alguno de los bandos y que su material debe ser tratado con precaución.

Los contenidos que provienen de los grupos armados y de las fuerzas militares deben ser identificados claramente como tales, para evitar que se confundan con nuestra producción original.

Los periodistas “empotrados”; es decir, temporalmente incorporados a un ejército debido a una necesidad de cobertura, están obligados, puesto que viven y trabajan en un ambiente militar, a cumplir reglas estrictas que no aceptaríamos en otras circunstancias. Deben tener esto en cuenta cuando reciben información de parte del personal militar y ser cuidadosos de no tomar partido. Su producción en texto, foto y video debe indicar claramente que la información fue obtenida cuando el periodista estaba “empotrado”.

Tenemos que tomar precauciones extremas cuando un grupo armado nos propone acompañarlos, para evitar colocarnos en riesgo físico o ser manipulados. Este tipo de misiones deben ser aprobadas por el Redactor en Jefe.

## **20. COBERTURA FINANCIERA**

Los periodistas de AFP no pueden obtener beneficios monetarios de ninguna información que hayan conseguido antes de su difusión, ni pueden tampoco transmitirla a otros para su beneficio. Si cubren información económica y financiera deben conocer la legislación pertinente.

Cuando cubrimos la bolsa o damos otras informaciones económicas, como el Producto Interno Bruto, no es necesario mencionar la fuente en el copete si se trata de nuestra fuente habitual.

Cuando un rumor influencia a los mercados financieros podemos informar sobre el hecho, poniendo el acento en el impacto del rumor.

Es nuestro deber buscar la confirmación de aquellos rumores que parecen tener un interés noticioso, interrogando a las partes involucradas. Los rumores sobre adquisiciones, por ejemplo, deben ser verificados con las empresas implicadas.

Hay que estar atento a no difundir rumores, puesto que ello nos expone a la acusación de manipulación de los mercados. En contrapartida, podemos buscar el origen de una reacción del mercado.

Las fuentes del mercado que confirman rumores pueden ser sometidas a acciones judiciales o de las autoridades de regulación, incluso cuando los periodistas mismos no lo son. Hay que proteger la identidad de las fuentes que solicitan el anonimato, pero sus informaciones deben ser tratadas con la prudencia que se requiere.

**¡ANTES DE IMPRIMIR, PIENSE EN EL PLANETA!**

