

# DECLARACIÓN SOBRE PRINCIPIOS DE ÉTICA - LIMA, 1955



**Nosotros, emisores de América, tanto de Radio como de Televisión, reunidos en Lima en la IV Asamblea de la Asociación Interamericana de Radiodifusión, ante la conveniencia de ratificar principios fundamentales de Ética profesional por los cuales se orienten las actividades de todos los que participan en nuestra industria.**

## **Declaramos:**

- 1.** La radiodifusión privada se basa en la libre empresa, en los sistemas de libre y leal competencia, en la iniciativa particular y la libertad para el ejercicio legítimo de sus actividades. Su función es la de ofrecer a los pueblos sano entretenimiento, información, orientación y cultura, con criterio de responsabilidad y buen gusto. La sujeción a las leyes y reglamentos que ordenan el ejercicio de sus actividades no relevan a los radiodifusores del deber de vigilar y depurar sus programas ni de reclamar y mantener celosamente el derecho de libre expresión y de iniciativa privada.
- 2.** La radiodifusión requiere la más alta responsabilidad en su ejercicio y, por lo tanto, al informar, ha de ser veraz, discreta, cuidadosa de las fuentes de sus noticias; al comentar, ha de evitar ofender las creencias, ajenas o fomentar los prejuicios de clase y raza y tendrá que ser ecuánime e imparcial dentro del más elevado criterio de interés público, y, en su función recreativa, ha de observar un cuidadoso respeto a las buenas costumbres. La vigilancia del cumplimiento de estos principios de responsabilidad se ejercerá por la propia acción de los radiodifusores, individualmente o mediante sus asociaciones, previniendo así la intervención de la autoridad pública, que debe estar reservada para las violaciones a la ley penal.
- 3.** La radiodifusión, por su misma índole, tiene una misión internacional de exigente cumplimiento. Los radiodifusores de América coinciden en el propósito de servir permanentemente los principios de solidaridad y amistad de los pueblos americanos, y en el de utilizar los poderosos instrumentos de difusión de la industria de la Radio y la Televisión para hacer conocer las patrias hermanas del Continente en la propia y para exaltar todas las características que las asemejan y las unen. Este principio, que se refiere de preferencia a los pueblos americanos, abarca también a los demás pueblos del mundo.
- 4.** En el orden interno de cada país, la radiodifusión tiene el deber de cooperar en el cumplimiento de la Constitución y de las leyes, de exaltar el respeto y admiración por los fundadores de la nacionalidad, de difundir la historia del país y de colaborar con el mantenimiento del orden institucional.
- 5.** La radiodifusión está excepcionalmente capacitada para prestar los más grandes servicios en todos aquellos casos en que peligran la vida humana o la riqueza pública por causa de catástrofes, epidemias, plagas, estados de pánico u otros trastornos. Su deber es el de dar en esas circunstancias la más intensa y eficaz cooperación al público y a las autoridades.
- 6.** La palabra es uno de los elementos esenciales de la industria de la radiodifusión. Por consiguiente, quienes en ella actúan no sólo tienen responsabilidades mayores que cualquier otro ciudadano en la guarda de la libertad de expresión, sino también en la corrección, belleza formal y nobleza del lenguaje. Por tanto, han de evitar la improvisación y el empleo de frases y términos vulgares, sin incurrir, no obstante, en la proscripción de aquellos elementos de la lengua popular que la hacen más rica y característica.
- 7.** La radiodifusión debe, por su propia iniciativa y sus propios medios, cumplir una función de educación popular, sin perder su característica de industria recreativa e informativa, contribuyendo a la moralización de las costumbres y a la difusión de informaciones científicas y culturales.
- 8.** La prosperidad de la industria de la radiodifusión es esencial para que ella pueda llenar su alto cometido y garantizar su constante desarrollo. Por tanto, sus miembros han de ser solidarios en la consideración de sus intereses comunes y observar un alto nivel de moral comercial, respetando la más libre competencia. Acuerdos sobre cuidadoso respeto a las tarifas individuales, sobre calidad y condiciones del anuncio, sobre intercambio de informaciones comerciales, entre otros, son necesarios.