



Nuestros principios

Primer Editorial de Vistazo

Junio 4 de 1957

Estimado lector:

Hace mas de un año, se reunieron tres jóvenes periodistas guayaquileños. Cada uno de ellos había viajado por diversos países y la conversación recayó en cierto momento sobre el periodismo nacional. Lógicamente, surgió la comparación entre nuestro periodismo y el que estos jóvenes habían tenido oportunidad de conocer y practicar en el extranjero. Y brotó, como corolario lógico de una concatenación, la idea de "sacar" una revista nacional. Una revista informativa que pudiera ser leída por toda la familia ecuatoriana. Una revista que dijera al agricultor la solución a su problema, que encarara las dificultades de los industriales y los comerciantes. Una revista que diera a conocer a toda la ciudadanía nuestros movimientos culturales. Una revista que informara a los deportistas, a los jóvenes. Una revista que cubriera—ambicioso plan!— todas y cada una de las variadas gamas del vivir cotidiano.

La idea era atrevida y audaz. En la empresa habían fracasado muchos precursores. Enormes capitales había sido consumidos, quedando de ellos solamente un montón de sueños rotos y mucho papel impreso....

Pero la juventud también es audaz y atrevida y mide más el alcance de sus ideales que las dificultades que representa su materialización. Lentamente, paso a paso, se fué puliendo el proyecto. Las dificultades, enormes cerros de dificultades, fueron cayendo bajo el pico y la azada de las jóvenes voluntades.

Este ejemplar que en estos momentos usted tiene en sus manos, estimado lector, es el primer fruto de este esfuerzo. A usted, sólo a usted, toca decidir si este año de esfuerzos ha sido en vano o si merece su aprobación. Usted tiene la palabra, estimado lector.

Los editores

"Una revista informativa que pudiera ser leída por toda la familia ecuatoriana. Una revista que dijera al agricultor la solución a su problema, que encarara las dificultades de los industriales y los comerciantes. Una revista que diera a conocer a toda la ciudadanía nuestros movimientos culturales. Una revista que informara a los deportistas, a los jóvenes. Una revista que cubriera toda y cada una de las variadas gamas del vivir cotidiano. Los editores de Vistazo somos apolíticos. Tenemos sí, un credo único, la democracia y como antítesis lógica, una sola fobia, la negación de esta democracia, que es la tiranía en cualquiera de sus formas, matices y colores. La dictadura es implacable en la destrucción de la personalidad humana y en la persecución de las garantías ciudadanas. Es nuestro derecho vigilar que la democracia se conserve en nuestro país. Nuestra Constitución Política y la Declaración de los Derechos del Hombre guiarán nuestros pasos. Nosotros no venderemos nuestras convicciones democráticas por el bíblico plato de lentejas ni nos amedrentaremos frente a amenazas o presiones".

● Misión

Vistazo es una revista independiente, honesta, justa, pionera e innovadora. Su mirada y su perspectiva son nacionales. Enfoca principalmente temas ecuatorianos, latinoamericanos e internacionales de interés nacional. Ejerce una mirada reflexiva para convertir la información en conocimiento, transformar la confusión en claridad, anticipar las tendencias y captar el espíritu de nuestro tiempo, para acompañar al lector en la toma de decisiones inteligentes que mejoren su calidad de vida.

Desde su fundación ha velado por la libertad de expresión, el respeto a las leyes y a las instituciones. Respeta a las personas sin distinción y fomenta la solidaridad con los seres humanos cualquiera sea su origen y condición, la responsabilidad social, la sustentabilidad del ecosistema y el pluralismo político.

Mantiene independencia editorial respecto a los anunciantes, el poder político y cualquier otro interés que no sea el interés del lector.

Denuncia la corrupción, la violencia, la discriminación, el abuso del poder. Mantiene una postura de equilibrio en el tratamiento de los temas, escuchando opiniones diversas y buscando mostrar los diversos ángulos de una historia.

● Artículos

Para que un artículo sea publicado en Vistazo este debe tener varios parámetros: impacto, proximidad, actualidad, importancia, originalidad y constante búsqueda de las paradojas. Los artículos de la revista se ubican en tres categorías: servicio, interés humano e información.

Los artículos de servicio son aquellos que le indican al lector un proceso a seguir para conseguir un objetivo concreto. Dentro de esta categoría están los artículos de opinión, que expresan puntos de vista personales sobre diversos asuntos. Los artículos de opinión son de estricta responsabilidad de sus autores.

Los artículos de interés humano enfocan la forma en que individuos comunes enfrentan situaciones inesperadas: buenas o malas. También destacan las cosas excepcionales que realizan gente común o las cosas comunes que realizan personas excepcionales.

Los artículos informativos no le explican al lector cómo realizar algo, ni busca inspirarle con las hazañas de gente común o de gente extraordinaria. Simplemente intentan enriquecer al lector con mayores conocimientos. Dentro de los artículos informativos son de especial importancia, los artículos que marcan tendencias en diversos acontecimientos del país, el mundo y el comportamiento humano.

Quienes trabajen como redactores, editores, fotógrafos, diseñadores, columnistas de Vistazo se sujetaran a las siguientes normas éticas:

● Búsqueda de la verdad

Para poder encontrar la verdad, un periodista necesita ser honesto, justo, valiente al momento de recoger, reportar e interpretar la información. Para ello es indispensable lo siguiente:

- » Informar a través de varias fuentes y actuar con cautela para evitar errores. Ninguna información por más simple que sea puede basarse en una sola fuente.
- » Es imperativo que cuando se realiza acusaciones sobre delitos, se dé la oportunidad a la parte acusada de responder a las acusaciones y proporcionar su versión de los hechos.
- » Hay que identificar las fuentes, siempre. El público merece conocer el origen de la información para poder evaluar su credibilidad.
- » Cuestionar siempre las razones de una fuente que prefiere permanecer en el anonimato. Dejar en blanco y negro las condiciones de una promesa hecha a cambio de información. Cumpla con sus promesas.
- » Asegurarse de que las citas textuales, los títulos y los destacados no disminuyan la trascendencia o de los hechos, los aumenten o los saquen fuera de contexto.
- » Nunca distorsionar el contenido de las fotos periodísticas. Cuando haga un montaje, identificarlo como tal.
- » Es mandatario citar fuentes, textos parafraseados o extraídos de otros medios. El plagio es un delito grave, que afecta la propiedad intelectual y una ruptura total de la ética periodística.
- » Vistazo selecciona a sus entrevistados, en base a lo que se considera interesante para los lectores. Una visita propuesta a nuestras oficinas no significa una entrevista. Las entrevistas deben, por su naturaleza, ser espontáneas. En consecuencia está prohibido anticipar las preguntas o el resultado por parte del entrevistado, con dos excepciones: si la entrevista se realiza en otro idioma y el periodista hace la traducción o si se trata de un tema altamente científico, en que se ha consultado a un experto y puede haber duda sobre los términos.
- » Examinar sus valores personales y sus creencias y evitar imponerlos sobre los valores de otros.
- » Evitar los estereotipos de raza, género, religión, orientación sexual, etc.
- » Tener bien claro la diferencia entre reportar y abogar.
- » Ser claro en la distinción entre periodismo y publicidad y aléjese de los híbridos que eliminan la distinción.

HUMANISMO

Un periodista ético trata a las fuentes, los sujetos y sus colegas como seres humanos que merecen respeto por lo tanto:

- » Demostrar compasión para aquellos que pueden ser afectados por la cobertura adversa de la prensa. Tener una sensibilidad especial con los niños, las fuentes inexpertas y otros sujetos.
 - » Ser sensible cuando busca entrevistas o fotografías de gente afectada en una tragedia o por alguna pena.
 - » Reconocer que conseguir y reportar información puede causar daño e incomodidad. La búsqueda de noticias no es una licencia para ser arrogante.
 - » Reconocer que la gente privada tiene mayor derecho a controlar la información sobre sí mismo que los funcionarios o personas públicos.
 - » Tener educación y evitar caer en el sensacionalismo y en los detalles morbosos al entrevistar y escribir.
 - » No identificar a delincuentes juveniles o a víctimas de crímenes sexuales.
 - » Equilibrar los derechos de un sospecho a tener un debido proceso y los derechos del público a estar bien informado.
-

INDEPENDENCIA

Un periodista ético solo tiene obligaciones con el derecho del público de estar bien informado, por lo tanto:

- » Evitar el conflicto de intereses real o percibido.
 - » Estar libre de asociaciones o actividades que comprometan la integridad y dañen la credibilidad.
 - » No aceptar regalos, viajes, membresías políticas o participar en organizaciones de servicio comunitario si comprometen la integridad periodística.
 - » Negar favores a publicistas, anunciantes e intereses especiales y resistir su presión para influir en la cobertura periodística.
 - » Preocuparse de las fuentes que le ofrecen información a cambio de dinero o favores. Las noticias no se compran.
-

RESPONSABILIDAD

Un periodista es responsable ante sus lectores. Por lo tanto debe:

- » Clarificar siempre la cobertura de sus reportajes.
- » Admitir los errores y corregirlos prontamente.
- » Operar bajo los mismos altos estándares de conducta que se exige a los demás.

● Ética Publicitaria

Para que una publicación pueda ser respetada por los consumidores y perdurar como marca, los lectores deben confiar en su integridad. Estos son los principios básicos que marcan nuestra relación editorial con la publicidad.

DISEÑO

Los avisos deben aparecer gráficamente en manera diferente a las páginas editoriales, de forma que los lectores puedan distinguir lo uno de lo otro.

PORTADA

La portada y el lomo son espacios editoriales. Los nombres o logos de las compañías y sus productos deben aparecer en la portada solo si son parte del contenido editorial y de ninguna manera que sugiera publicidad. (Esto incluye el uso de “stickers” sobre la portada o sobre el enfundado.)

AVIADJUNTOS

Los avisos no deben ser ubicados o vendidos para ser colocados inmediatamente antes o después de páginas editoriales que analizan o muestran productos relacionados con el aviso.

LOGOS

Los logos de una marca no deben aparecer en páginas editoriales, excepto como parte de un contenido periodístico. El logo de la revista debe aparecer en páginas de publicidad solo en conexión con avisos propios de la revista o sus promociones.

AUSPICIO

Ningún auspicio debe aparecer en conexión con material editorial regular. Pueden hacerlo con productos editoriales extras (ediciones especiales, insertos y concursos) siempre y cuando el contenido editorial no endose los productos del auspiciante y las páginas que anuncien el auspicio deben ser identificadas como publicidad o promoción, en su parte superior, con un tipo de letra destacada. Las ediciones que tienen a un solo anunciante como auspiciante deben contener una nota del editor, en la que se establezca el acuerdo comercial.

SECCIONES PUBLICITARIAS

Avisos (como los publlirreportajes) deben producirse en otro tipo de letra, distinto al contenido editorial e igualmente su diseño debe ser diferente. Además, necesitan llevar en la parte superior en tipografía de tamaño destacado la palabra “Promoción”, “Aviso Especial”, “Reportaje Publicitario”, según el caso. (Revisar repetición)

UBICACIÓN DE PRODUCTOS

Los anunciantes no deben pagar para ubicar sus productos en las páginas editoriales, ni demandar que se los ubique, a cambio de publicidad. Las páginas editoriales pueden exhibir productos e indicar a sus lectores dónde comprarlos, siempre y cuando esas páginas estén totalmente bajo el control editorial.

SEPARACIÓN

Los miembros del staff editorial no deben estar involucrados en la venta de publicidad para la revista ni los miembros de los departamentos publicitarios o de mercadeo utilizar títulos o cargos que impliquen una participación en el contenido editorial.

REVISIÓN EDITORIAL

Los publrreportajes serán revisados por el editor para que se ajusten a los parámetros de este código.

REVISIÓN PUBLICITARIA

Si bien los editores o gerentes de publicación, a su discreción pueden compartir tópicos generales de un próximo número con los publicistas, ni los reportajes, ni los diseños, ni su contenido pueden ser revisados por los anunciantes.