

POLÍTICA PARA LAS CARTAS DE LOS LECTORES

1.1. OBJETIVO

1.1.1. Contar con un procedimiento claro, uniforme y expedito para la publicación de las cartas de los lectores para todos los productos editoriales del Grupo, lo cual incluye sus versiones electrónicas.

1.2. TIPOS DE CARTAS

1.2.1. Las cartas de los lectores no deben confundirse con los pedidos de rectificación ni tampoco con los comentarios que hacen los lectores a las notas publicadas en las versiones electrónicas de los productos. Tanto los unos como los otros tienen sus propias políticas y espacios.

1.3. POLÍTICA DE PUBLICACIÓN

1.3.1. Para considerar su publicación, toda carta debe traer el nombre y apellidos completos del remitente, su número de cédula y su teléfono de contacto convencional y/o móvil.

1.3.2. Los encargados de recibir las cartas tienen la obligación de verificar que los datos personales consignados sean reales, en función de varias bases de datos oficiales disponibles. De todas maneras, se advertirá a los lectores que pese a los controles el producto no puede garantizar que se haga mal uso de los datos proporcionados por el remitente.

1.3.3. Todas las cartas que lleguen a los distintos productos del Grupo deben tramitarse de manera inmediata. El editor del

producto es el destinatario final de las cartas que lleguen por distintos canales y además es el responsable de la aplicación de esta política.

- 1.3.4. Para ayudar en el direccionamiento de las cartas de los lectores se crearán direcciones únicas por producto, tanto en las versiones impresas como en la digital. En los espacios de promoción de tales direcciones se explicarán sucintamente las políticas de publicación en cuanto a extensión, lenguaje, propósito, filtros y publicación.
- 1.3.5. Todas las cartas que lleguen deben tener una primera respuesta, de carácter inmediato, en la que se acuse recibo y se ofrezca darle el trámite respectivo en el menor tiempo posible y haciendo un 'link' hacia una dirección en la cual se recuerden las políticas de publicación.
- 1.3.6. Todo colaborador de las áreas de Contenido que trabaje en los productos del Grupo tiene la obligación de entregar al editor del producto las cartas que recibe. No hacerlo se considerará una falta grave de acuerdo con lo establecido en el Reglamento Interno de la Empresa.

1.4. RESTRICCIONES

- 1.4.1. Cuando una carta contenga epítetos, términos ofensivos o su contenido pudiera implicar un delito de calumnia o injuria, debe ser devuelta a quien la escribió.
- 1.4.2. La nota de devolución será puntual en cuanto a las razones por las cuales se la devuelve y deberá dejar claro el procedimiento que el interesado deberá cumplir para volverla a enviar. En este caso también se direccionará al lector a través del 'link' mencionado en el numeral 1.3.5.

- 1.4.3. Cuando la carta contenga una advertencia o amenaza contra el GEC, sus funcionarios o periodistas, tendrá que pasar, inmediatamente, al análisis del editor del producto para tomar las decisiones que el caso amerite.
- 1.4.4. Cuando un lector envíe una carta objetando, criticando o respaldando un editorial o una columna, el procedimiento será el siguiente: se enviará la carta al columnista para que la conozca, se la publicará y al día siguiente aparecerá, si el columnista lo desea, su respuesta. No se permitirá a un lector y al articulista más de una sola carta por tema.
- 1.4.5. Se responderán las cartas cuando se considere necesario explicar la posición editorial del medio en el caso planteado. Para eso se usarán los formatos "Nota de la Redacción" y "Nota de la Dirección", esta última cuando la Dirección de Contenidos estime conveniente. Esto implica que el redactor y su editor conozcan oportunamente la carta y preparen una respuesta corta supervisada por los editores generales de cada producto.

1.5. FORMATOS Y ESPACIOS

1.5.1. La extensión de la carta "tipo" será establecida según los formatos y diseños de cada producto, pero lo ideal es que no tenga demasiadas palabras (por ejemplo, máximo 1 000 caracteres con espacios en El Comercio). El objetivo es que el mensaje sea directo y que podamos publicar la mayor cantidad de cartas para que nuestros lectores se sientan atendidos.

1.5.2. Si bien cada producto tiene su formato y diseño específicos, es obligatorio que todas las publicaciones del GEC cuenten con espacios en los cuales los lectores tengan la certeza de que el Grupo no escatima espacios para las expresiones ciudadanas.

1.5.3. Las cartas de los lectores se publicarán en orden cronológico, pero sin afectar el sentido de la urgencia y la relevancia, tratando de buscar inmediatez en función de los espacios y periodicidad de los productos.

1.5.4. Las cartas dirigidas a secciones específicas se publicarán en éstas, siguiendo todas las políticas establecidas en relación con extensiones, temas, filtros y publicación en la versión digital.

1.6. CARTAS EN LAS VERSIONES DIGITALES

1.6.1 Las cartas que aparezcan en los productos impresos se publicarán también en los distintos sitios web de los productos del Grupo.

1.6.2 Cuando un tema genere polémica, debate o distintas respuestas se publicarán las primeras reacciones en los productos impresos, pero el resto y todas las deliberaciones que se produzcan posteriormente se publicarán, previo la aplicación de las políticas, en la versión digital. Es obligatorio hacer relances en los impresos para direccionar a los lectores.

1.6.3 Las cartas que contengan propuestas ciudadanas de interés general se publicarán en las dos plataformas, pero a partir de ellas se promoverán foros durante la semana respectiva para motivar la participación de los

lectores. El Editor del producto determinará qué cartas ameritan ese tratamiento.

1.6.4 Los encargados de los sitios web del Grupo aplicarán los mecanismos establecidos para filtrar los comentarios a las cartas y así evitar comentarios ofensivos, injurias o descalificaciones a quien escribe, en función de la **Política sobre los comentarios en la web.**

1.7. ALCANCE DE LA POLÍTICA.-

1.7.1. Esta política será aplicada en todos los productos editoriales del Grupo.

1.8. DE LOS RESPONSABLES DEL CUMPLIMIENTO DE LA POLÍTICA.-

1.8.1. Son el Subdirector y los editores y responsables de todos los productos editoriales, conjuntamente con el Departamento de Recursos Humanos y la Gerencia de Tecnología, los encargados de hacer cumplir la presente política, por lo cual deberán monitorear, informar y tomar las acciones y decisiones necesarias.

1.8.2. Todos los periodistas y personal que publica, reporta y escribe o locuta, deberán conocer y aplicar el Código de Ética, el Manual de Estilo y las disposiciones sobre la publicación de cartas.

1.8.3. Los editores de cada producto son los responsables de llevar un registro detallado y documentado del cumplimiento de esta política.

1.8.4. Se llevará un archivo centralizado con las copias de todas las cartas en Documentación.

1.9. INCUMPLIMIENTO Y SANCIONES.-

1.9.1. El incumplimiento de esta política se considerará como una falta grave y se sancionará de acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento Interno de Trabajo.

1.10. COMUNICACIÓN DE LA POLÍTICA.-

1.10.1. A través de nuestros productos (web, prensa, radios) se difundirá nuestro Código de Ética y Manual de Estilo actualizados.

Quito, 19 de enero de 2010