

# ÍNDICE

	Página
Introducción	1-2
Conceptos	2-3
Justificación	4
Objetivos	4
1.     CAPÍTULO I	
Medios de Comunicación en el Ecuador	
1.1.   Breve reseña de la creación de los medios	5-9
1.2.   Análisis del trabajo que realizan	9-10
1.3.   Crítica sobre la aplicabilidad de la ética	10-11
1.4.   El papel del comunicador en los medios, cómo es Y como debería ser	11-12
2.     CAPÍTULO II	
Desarrollo del trabajo investigativo	
2.1.   Análisis de datos, diseño de tablas estadísticas y Presentación de resultados	
-    Datos Generales	13-14
-    Prensa escrita	15-19
-    Televisión	20-24
-    Radio	25-28
-    Internet	29-32
-    Análisis encuestados	33
2.2.   Análisis de datos de las entrevistas	34-35
3.     CAPÍTULO III	
Análisis de los supuestos	
3.1.   Antecedentes: Conocimiento de la aplicabilidad de la ética en los medios, antes de iniciar la inves- tigación	36
3.2.   Supuesto uno Los medios de comunicación colaboran de forma positiva en la investigación?	36-37
3.3.   Supuesto dos Los principios de ética y deontología periodística son conocidos por los comunicadores ecuatorianos y muestran una alta predisposición a aplicarlos a futuro	37-38
3.4.   Supuesto tres Un porcentaje significativo de medios de comunicación Trabajan de alguna manera en base a los lineamientos de la ética?	38

4.	CAPÍTULO IV	
	Análisis de Conceptos y Código Ético del Periodista Ecuatoriano	
4.1.	Definición de los resultados de la investigación	39
4.2.	Relación de los resultados con los puntos más relevantes del código ético del periodista	39-41
4.3.	Tomando como ejemplo fotografías, recortes de periódicos programas televisivos o radiales, que vayan contra los lineamientos de la ética periodística: escoja uno de ellos y luego analice, explique y argumente que dice el código y que no se cumple en el mismo	41-42
5.	CAPÍTULO V	
5.1.	Conclusiones	43-45
5.2.	Recomendaciones	45-46
6.	Bibliografía	47

## **Introducción**

La ética forma parte de todo ser humano, se encuentra de forma implícita en nuestro ser, el libre albedrío que Dios nuestro Padre permitió a todos los seres, determina quien lo usa y quien lo rechaza, la ética es el saber discernir el bien contra el mal, quien tiene y vive con la gracia de Dios, cumpliendo sus preceptos, difícilmente pueda cometer actos antitéticos.

La falta de Dios y sus enseñanzas en nuestras vidas, hace que el mundo trabaje no por el crecimiento espiritual, sino por el crecimiento material, cuánto posees, es lo que vales, se nos olvidó las virtudes de los hombres, es un tema que no se lo trata mas, no está de moda, mientras mas nos atacamos entre hermanos, mas noticia hay, no hay un mediador, hay tela donde podemos cortar y mientras mas larga, mas noticia, mas raiting, mientras mas odio de clases, mas noticia, se nos olvidó el amor, devolver bien por mal, mientras mas se enfrentan, mas raiting; no existen cosas buenas en los programas televisivos, los medios de comunicación, sean estos radio, prensa o televisión, sólo emiten lo malo, lo feo, lo grotesco, el chisme, la envidia, parecería que en el mundo ya no existe amor, comprensión, noticias buenas.

Los medios de comunicación ya no son un bien humano, ahora son la destrucción de masas, donde ahora lo contranatural, ahora es normal, se lo premia, se lo enfoca con tanta naturalidad, que hace perder las perspectivas de lo que significa en realidad la vida, para lo que fuimos creados.

No existe nivel ético en ningún medio de comunicación, la ética no vende, no tiene posición en el mercado, los buenos programas no dan raiting, la prioridad ahora no es informar, orientar, educar a la audiencia, lo priori es recuperar la inversión y obtener rentabilidad; entonces, los medios ya no apuestan a la ética, los medios ahora apuestan a la ganancia.

¿En qué medida estamos siendo éticos en nuestro trabajo profesional?

Pronunciamento de Juan Pablo II en relación a cómo los comunicadores deberían desarrollar su trabajo:

“Atención positiva y abierta a las transformaciones tecnológicas

La coherencia para defender valores contracorriente

La valentía para enfrentarse a lo arduo

La confianza en el valor de los propios argumentos

El compromiso continuo con valores básicos para la convivencia que impregna todos los mensajes: paz, justicia, dignidad, solidaridad, fraternidad, atención a los más débiles.”

Juan Pablo II manifiesta la misma idea en el documento "Ética en Internet", 2002:

La persona humana y la comunidad son el fin y la medida del uso de los medios de comunicación social; la comunicación debería realizarse de persona a persona, con vistas al desarrollo integral de las mismas.

Se requiere entonces de una idea acertada de lo que es un hombre y de cuáles son sus exigencias más profundas para responder con verdad a problemas humanos reales.

Sócrates “El hombre será bueno y virtuoso cuando reconozca que únicamente con los actos honestos y buenos puede conseguir lo que representa su verdadero beneficio.”

## **Conceptos**

“Ética.- viene de la palabra griega *éthikós* <ethos, costumbre>, Filos: ciencia que estudia las acciones humanas en cuanto se relacionan con los fines que determinan su rectitud. En general toda ética pretende determinar una conducta ideal del hombre.

Esta puede establecerse en virtud de una visión del mundo o de unos principios filosóficos o religiosos, que llevan a determinar un sistema de normas. Así pues, la

ética se relaciona con la psicología, que establece una determinada concepción del hombre, de sus facultades y operaciones: con la metafísica, que permite encuadrar el orden moral en un sistema general del universo y del ser; con la sociología, que estudia la sociedad en cuyo seno se desenvuelve la conducta del hombre en la convivencia y en la acción común con los demás hombres. La ética se divide en ética general que estudia los principios de la moralidad (actos morales, fin último, le moral, libre albedrío, conciencia, hábitos) y la ética especial o deontología que trata de los deberes que se imponen al hombre según los distintos aspectos o campos en que se desarrolla su vida.

La historia de la ética como disciplina filosófica, iniciada en occidente por Aristóteles, aunque tuvo ya sus precursores en Demócrito y sobre todo en Sócrates, ha dado lugar a varias concepciones que se diferencian especialmente por dos cuestiones fundamentales:

- a) según su origen, se distinguen las éticas autónomas, en las que el sujeto encuentra en sí mismo el fundamento moral (V.Kant), y las éticas heterónomas, que tienen un fundamento exterior al sujeto (Dios en la ética teológica, la utilidad en la utilitarista, la felicidad para la eudemonista, etc.:
- b) según su naturaleza se distinguen las éticas formales, en las que los principios éticos son absolutamente válidos a priori y se imponen como imperativo categórico (V. Kant); las éticas materiales, en las que la moralidad depende de la adecuación de un acto con el fin propuestos, y las éticas de los valores, fundadas en la correlación entre el objeto que vale en sí y el sentimiento del sujeto que intuye como valor (Mac Scheler, Hartmann) .

En la actualidad, a las cuestiones de la esencia y el origen de la ética, se suma la del lenguaje ético y su relación con el lenguaje cognoscitivo (Ayer, Dewey, etc.). Las conclusiones comunes sobre este problema son la afirmación de un lenguaje propio de la ética, que es de naturaleza prescriptiva (mandatos o juicios de valor), cuyo estudio debe preceder a toda investigación ética. Lexis 22, página 2232.

## **JUSTIFICACIÓN**

Considerando que la ética es la ciencia de la manera como el hombre debe conducirse racionalmente para perfeccionar su humanidad y dado que los medios de comunicación han pasado a ser un patrón de comportamiento dentro de la sociedad, es indispensable que se analice el comportamiento de los medios ante una audiencia ávida de respuestas a tantas interrogantes en este mundo globalizado, especialmente dentro de las juventudes; y, desde un punto de vista antropológico Javier Pérez Latre, opina que “no cabe un ejercicio de las profesiones de la comunicación al margen de la ética porque no cabe un ejercicio de las profesiones al margen del hombre”, por tanto se estima necesario un estudio profundo sobre el nivel ético de los medios de comunicación en el Ecuador y lo que la población determina sobre el tema.

## **OBJETIVO**

Definir si los medios de comunicación están cumpliendo con la práctica de la ética y evaluar su nivel, con el propósito de que la sociedad conozca en qué grado los medios de comunicación están comprometidos con su aplicación.

## Capítulo I

### Medios de Comunicación en el Ecuador

#### 1.1 Breve reseña de la creación de los medios

“La tenacidad y el entusiasmo del Dr. Espejo, alcanzaron su ejemplar objetivo el jueves 5 de enero de 1792, cuando el vecindario de la Capital de la República fue testigo de la circulación del primer número del periódico Primicias de la Cultura de Quito

El día del Periodismo Ecuatoriano se celebra el 5 de enero, por la razón antes señalada.

Casi dos siglos más tarde, en agosto de 1959 la UNP lleva los equipos de la HCJB, para que los quiteños pudieran ver televisión en blanco y negro. En 1960, el Canal 4 obtuvo permiso para operar. Así, la televisión nació en el Ecuador llena de bendiciones, que la volvieron, por entonces, milagrosamente aburrida.

La primera empresa comercial fue la Compañía Ecuatoriana de Televisión, formada por Jaime Nebot Velasco, José Rosenbaum y la Publicidad "Palacios". Era la Feria de Octubre en Guayaquil, y así llegó la televisión al puerto. Un convenio con la Casa de la Cultura, y allí se instaló la antena. La prensa de la época celebra este advenimiento con el mismo fervor que la llegada del primer avión. Nuestra dulce mitología parroquiana...

La televisión nacía bajo el modelo norteamericano. Televisión privada. Sin embargo, desde entonces hasta hoy, el Estado -dueño de las frecuencias- se reservaba el derecho

de concederlas y la televisión ofrecería espacios, para programas estatales de educación y salud.

En 1960, un enorme número 6 sobre el tejado de una vieja casa de hacienda en el Itchimbía, brillaba sobre Quito, y un número 2 sobre el cerro de El Carmen, en Guayaquil. Atrás de este esfuerzo estaba Presley Norton.

La década de los sesentas marca el desarrollo de la televisión en el Ecuador: Canal 2 en Guayaquil, Canal 8 en Quito, Telecentro, Canal 4; y tras nombres, hombres: Alvarado Roca, Ismael Pérez, Jorge Mantilla Ortega, Luis Hanna, Leonardo Ponce, Marcel Rivas, Antonio Granda Centeno, Gerardo y Patricio Berborich...”, **Tomado del Internet. [www.google.com.ec](http://www.google.com.ec) buscador/historiamediosecuador.**

### **Análisis de los Medios a investigar.**

Es importante mencionar que como futura profesional de la comunicación, existe la necesidad de analizar cuan éticos son los medios de comunicación que están en nuestra sociedad así que tomé como referencia algunos de los medios del Ecuador para realizar un análisis.

### **Canal 1**

Canal 1 nace hace 5 años, es decir en el 2002, este canal era SITV, de propiedad de Fernando Aspiazu.

SITV pasó a manos de la AGD, fue subastada, la Iglesia Católica la adquirió con la finalidad de transmitir programación de enseñanza católica; sin embargo, por desconocimiento, falta de asesoramiento en manejo de medios televisivos, venden esta empresa al señor Marcel Rivas Sáenz.

A pesar de su juventud está peleando con el resto de canales, le da mucha prioridad a los deportes especialmente al fútbol. Para lo que contrataron a Fabián Gallardo, y Carlos Morales, Es la # 1 en el Deporte.



Este canal tenía su matriz en la ciudad de Guayaquil y no tenía frecuencia en Quito.

La programación general constante:

Mañana: Viva la Mañana  
TVentas  
Bar Millonario

Tarde: Animales Asombrosos  
Noticiero 1  
De campeonato  
A reventar  
Mc Giver  
Batman  
Tres veces Sofía

Noche: Escalona  
Producción Nacional  
Casos de la Vida Real  
Noticiero 1  
De campeonato  
Noche a Noche con Marián  
Noticiero 1 Medianoche

### **Metro Stereo**

Metro Stereo fue fundada el 12 de junio de 1996, 11 años al aire, la radio en sí está enfocada a un público joven , desde los 5 años a 35 años, el target es de nivel medio alto y alto, sus programas son netamente musicales.

La onda musical que manejan es anglo, ( Rock, pop electrónica, punk, heavy metal, más fuerte, R&B, tienen la música mas nueva, tienen una sintonía no regueton no ballenatos)

No reciben código de ética, ellos como comunicadores a través de la radio “procuran” transmitir valores éticos entre canción y canción.

No se meten en política, religión, etc., y consideran que esa postura es ética.

### **Periódico Opción**

**QUINCENARIO OPCION** de los ecuatorianos por la verdad.

El periódico fue fundado en 21 de enero del 2001, nace como un proyecto de comunicación alternativa, con 5 socios con un mismo pensamiento, que era la necesidad de que exista un medio de comunicación de izquierda, alternativa y progresista.

Trabajan 11 periodistas en las siguientes áreas:

- Política
- Economía
- País Adentro
- Especial
- Opinión
- Dinámica Social
- Cultura
- Deportes
- Mundo

Cuentan con un editor general, coeditor, editor de cultura, y el resto se denominan 4 x4 todo terreno, es decir todos pueden cubrir cualquier área.

Uno de las condiciones que se les da a los periodistas es que deben estar dispuestos a dar su mejor esfuerzo profesional, intelectual y espiritual con el propósito de que el periódico con su forma de informar se sostenga y crezca a pasos agigantados.

A los periodistas les entregan un documento titulado “Línea Editorial del Periódico Opción”, que viene hacer un Código de Ética, dentro del cual les dan un parámetro de comportamiento y de conocimiento de la forma cómo este periódico se debe desarrollar para cumplir con el objetivo propuesto y cuyos puntos principales son:

1. Llenar el vacío que existe en la comunicación, que el periódico lo pueda ocupar con éxito, para esto deben trabajar para generar una corriente democrática y popular en la comunicación y en los periodistas
2. Estar concientes de que ideológicamente este es un periódico de izquierda, antiimperialista, democrático, que toma en cuenta las posiciones patrióticas, progresistas y populares.
3. Estar concientes que el periodismo que propone OPCIÓN difiere radicalmente del periodismo de los grandes medios, que por principio, la información que debe proyectar el periódico no es una mercancía. Esto quiere decir que lo que hagan no debe estar determinado por qué tan útil sea para sus potenciales anunciantes.
4. Trabajar para que los protagonistas en sus páginas siempre sean los pueblos del Ecuador, que en ellas se reflejarán sus necesidades, su cultura, su lucha, sus proyecciones de vida, aunque esto no significa que se desentiendan por completo por los procesos informativos generados por los grandes medios.

## **1.2 Análisis del trabajo que realizan**

El tema “Nivel ético de los medios de comunicación en el Ecuador”, es muy controversial y delicado, esto se lo pudo percibir por la poca apertura de los medios frente a la temática.

Es evidente que los medios se deben no a su público, sino más bien a los dueños de las empresas comunicadoras, como dice Ernesto Albán Gómez : “Lo medios actúan dentro de un mercado regido por el poder económico en el cual deben competir”

( página 9 del Prologo del libro Derechos fundamentales de la Comunicación de

Marcos Navas Alvear.).

De hecho esta circunstancia ha hecho que los periodistas no actúen de acuerdo a su preparación, como sostiene Javier Dario Restrepo “ El periodista es un ciudadano preparado para enfrentar dilemas que intentan ponerlo en conflicto, y con la certeza de que por su oficio no está en capacidad de reemplazar la labor de otros (jueces,

abogados o políticos) Y el Periodista es, ante todo, una función social, Si no se está al servicio de la sociedad, el oficio pierde toda trascendencia” Manual Cuestión de Ética, Taller con Dario Restrepo.

Por otro lado, la gente no está muy ligada a los medios, no les interesa, es algo que está ahí y no creen en la veracidad, las personas consideran que los medios están más para entretener, que para informar u orientar.

### **1.3 Crítica de la aplicabilidad de la ética**

Metro Stereo en sí, no trabaja bajo parámetros ni códigos de ética establecidos por el medio o empresa, consideran que no hablar de religión, ni de política en ciertos casos, les hace éticos.

Canal 1, tampoco trabaja bajo ningún código de ética o reglamento ético, consideran que la ética viene con cada periodista y que se podría poner reglas y que otra cosa es cumplirlas.

La mayor parte de los medios de comunicación usan el sensacionalismo para emitir informaciones, unos más, otros menos. Existen medios de comunicación o diría ciertos periodistas que cumplen con los principios éticos y morales, que tienen la valentía y coraje para informar de las buenas, malas, incorrectas, correctas, corruptas y demás, situaciones que están íntimamente ligadas con el acontecer nacional.

Los medios deben mejorar el nivel ético, para lo cual se pueden valer de varias

formas, educación, exigencia en calidad, control social, principios básicos.

#### **1.4 El papel del comunicador en los medios, cómo es y cómo debería ser**

El mercado ha impuesto que el comunicador sea creador de rating, por sobre su audiencia, el periodismo hoy compite como un negocio cualquiera, que ofrece satisfacciones individuales “Nosotros decimos y ustedes se convencen”, se filtra la

información indeseada por la institución o por el poder, actividad que manipula y coarta la libertad de expresión. Sin embargo; por otro lado, el periodista y las salas de redacción trabajan en la selección de lo que es una noticia basados en el feedback de la audiencia.

Vemos como nuestros periodistas, para estar en la corriente de la “noticia”, se permiten publicar o informar, agravios y difamaciones, hechas generalmente por personales públicos, políticos u otros. El periodismo ecuatoriano, no hace ningún esfuerzo por investigar la verdad de los hechos, al contrario, sus publicaciones son traducidas textualmente, sin importar si el calumniado o injuriado, es realmente culpable o inocente; y, cuando se trasluce la verdad, no por una investigación periodística, sino por pruebas presentadas por los agraviados, los medios jamás rectifican lo dicho, informado o publicado; y, si lo hacen, ésta es a medias o de una manera rápida.

Muy pocos son los medios que enfocan los grandes temas humanos desde una perspectiva verdadera y si lo hacen, lanzan el problema y no existe seguimiento.

Desde que asumió la presidencia Rafael Correa, el Estado no está garantizando el libre ejercicio de la profesión, se ha vuelto fiscalizador y controlador, porque al gobierno no le interesa que los medios independientes informen a sus audiencias sobre la realidad nacional, (no puedes solo decir tu percepción insisto en la argumentación, ejemplos) muy pocos son los periodistas que están enfrentando este autoritarismo, con la consecuente retaliación del Mandatario. Pero en lugar de existir

dialogo existe amenazas y tampoco existe solidaridad entre periodistas. (Andrés Carrión defiende postura gobiernista y no se ha pronunciado contra las amenazas que ha sufrido el periodista Jorge Ortiz).

Debería la actividad periodística exigirse una profunda reflexión sobre las atribuciones, responsabilidades y obligaciones de la profesión, entendiendo que la ética del periodista no debe ser llevada de forma mercantilista porque la esencia de la misma es ejercer la libertad de información con veracidad, utilizando la documentación más completa posible y evitando las fuentes de dudosa credibilidad.

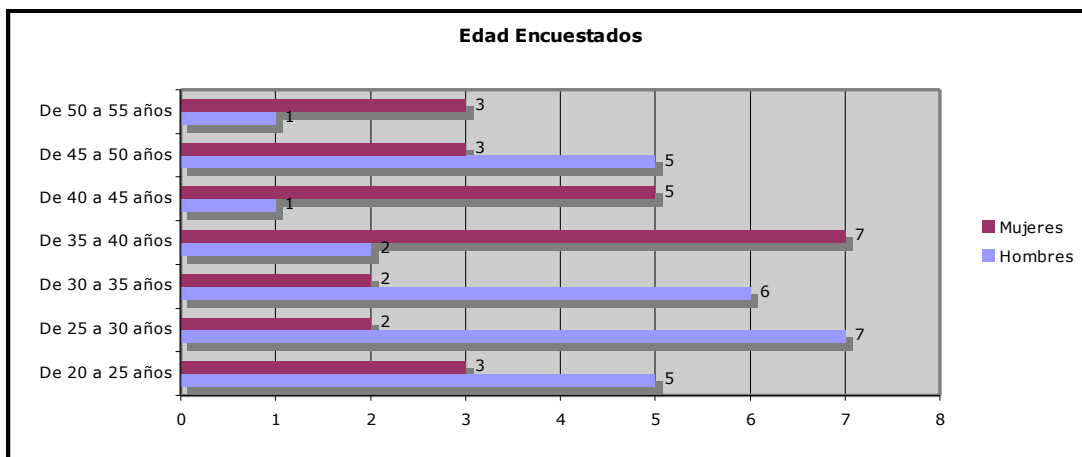
Deben ser creativos, de acuerdo al entorno y no copiar a medios internacionales que tienen otra realidad, me refiero a Vanesa de Noche, programa argentino, que en su forma y estructura es idéntico al de Noche a Noche con Marian, entre otros. Deberían ser mas competitivos y trabajar en contenidos de calidad, deben tener identidad propia, como ecuatorianos, definidos y diferenciados por sus propias costumbres.

## CAPITULO II

### DESARROLLO DEL TRABAJO INVESTIGATIVO

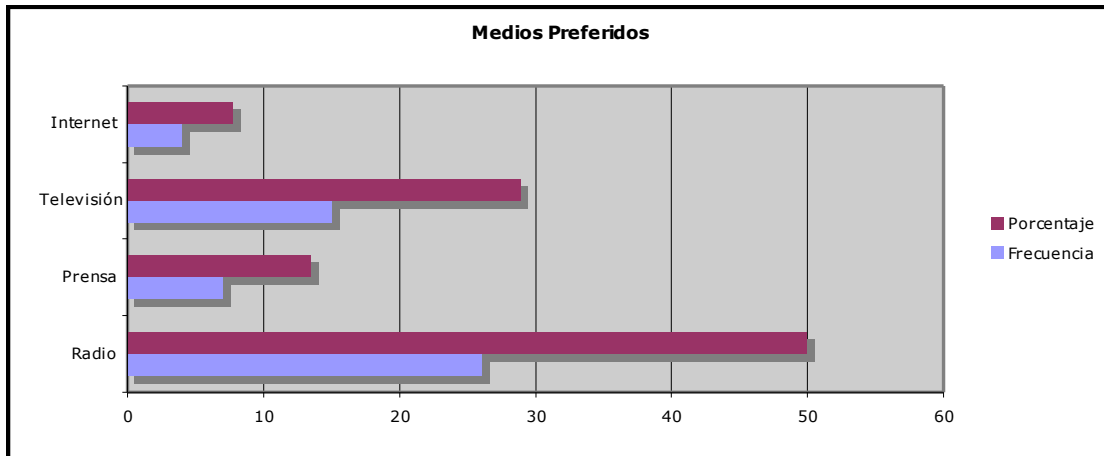
#### 2.1 Análisis de datos, diseño de tablas estadísticas y presentación de resultados

##### DATOS GENERALES



	Hombres	Mujeres
De 20 a 25 años	5	3
De 25 a 30 años	7	2
De 30 a 35 años	6	2
De 35 a 40 años	2	7
De 40 a 45 años	1	5
De 45 a 50 años	5	3
De 50 a 55 años	1	3
<b>Totales</b>	27	25

El 51% de encuestados son hombres, y el 49% mujeres, todos profesionales y con trabajo, con criterio definido en sus gustos y con personalidad como para contestar y enfocar el problema que actualmente tiene los medios en credibilidad.

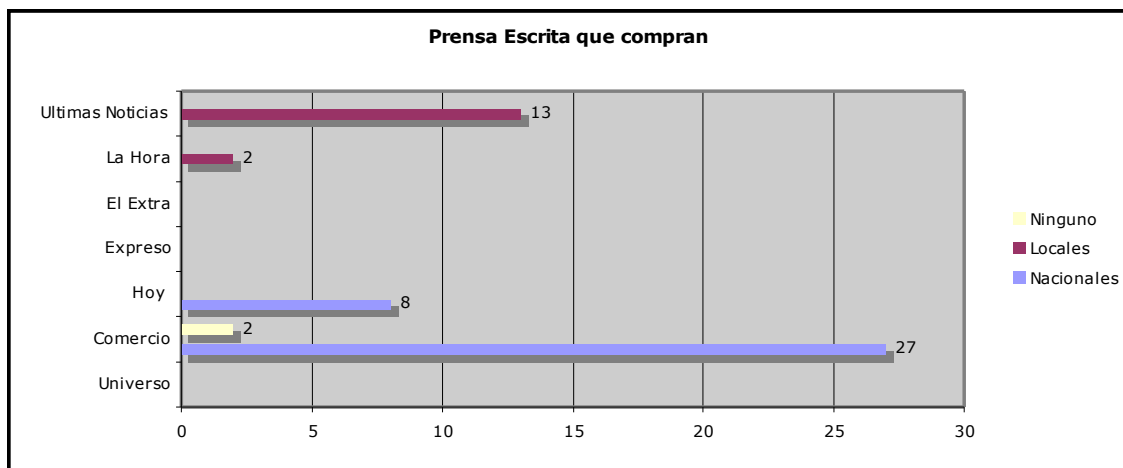


Radio	26	50.0
Prensa	7	13.5
Televisión	15	28.8
Internet	4	7.7
	52	100.0

Como podemos observar el 50% prefiere escuchar radio; seguido por la televisión con un 28%, el 13% le da prioridad a la prensa y un 7% al Internet, pero esto es debido al poco acceso y costo a este medio, cabe señalar también que la radio tiene la ventaja de que en los vehículos privados y públicos siempre se escucha la radio.

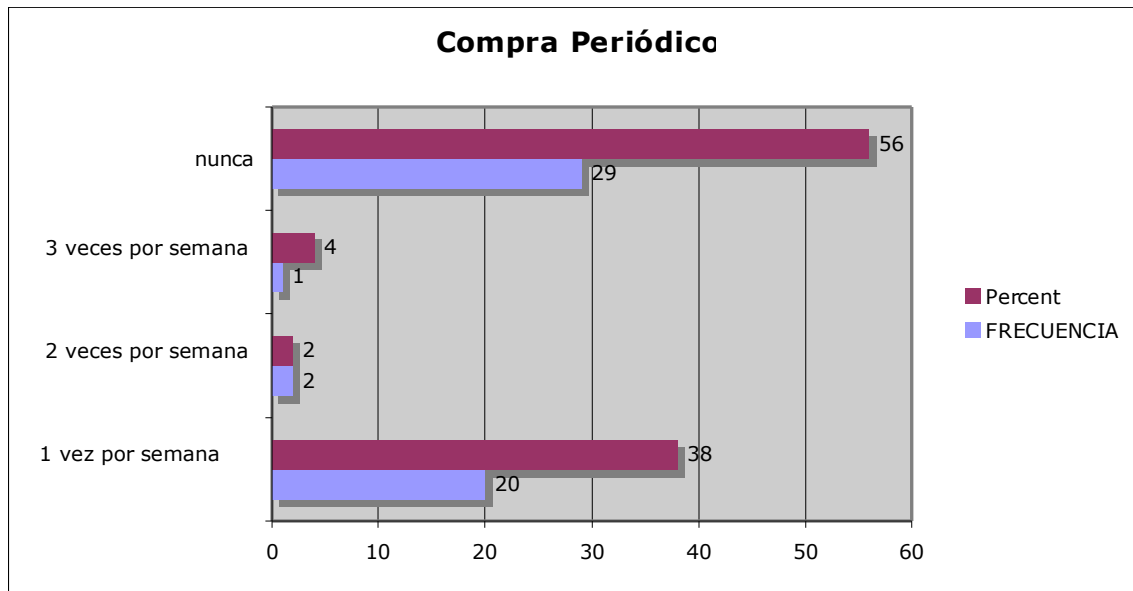


## PRENSA



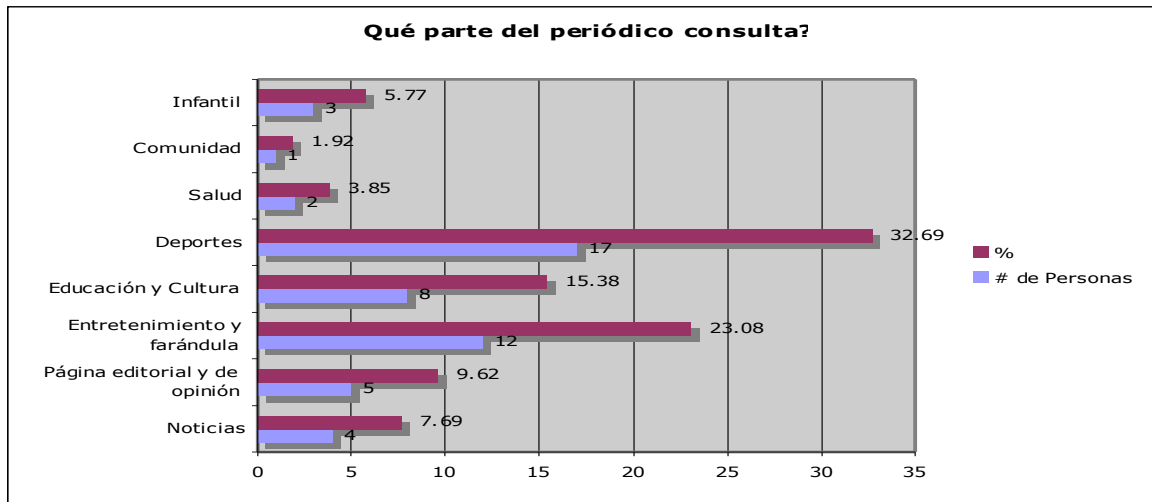
Medio	Nacionales	Locales	Ninguno
Universo			
Comercio	27		2
Hoy	8		
Expreso			
El Extra			
La Hora		2	
Ultimas Noticias		13	
<b>Totales</b>	35	15	2

El 67% de los encuestados prefieren los Diarios el Comercio y el Hoy; el 29% los diarios de la tarde Últimas Noticias y la Hora; y, el 4 % se pronunciaron por ninguno, esto es debido a que en la mayor parte de los trabajos compran los periódicos locales.



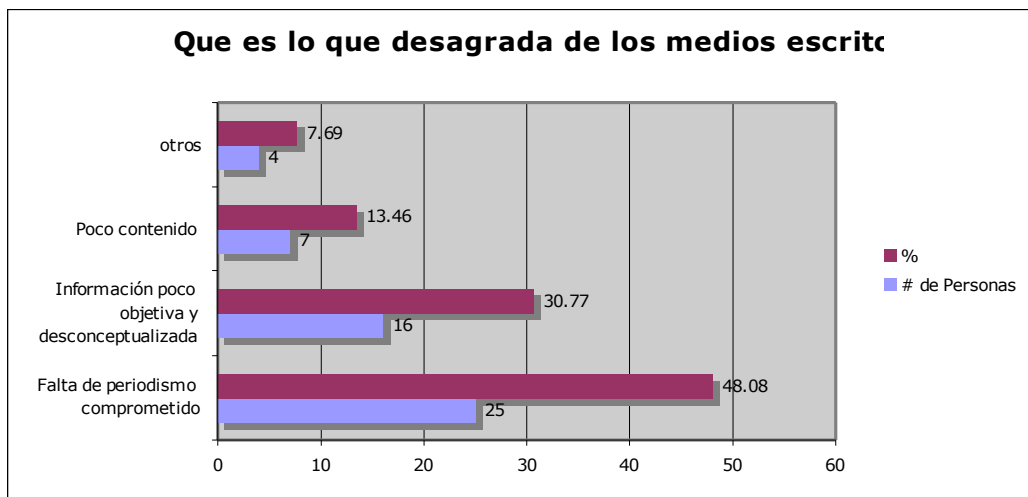
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>Percent</b>
1 vez por semana	20	38
2 veces por semana	2	2
3 veces por semana	1	4
Nunca	29	56
<b>TOTALES</b>	<b>52</b>	<b>100</b>

La frecuencia con la que compran los periódicos 1 vez por semana es el 38%, esto es razonable, porque la mayor parte de las personas, como una costumbre heredada de padres a hijos, los días domingos como parte del desayuno está el comercio; el 2% , 2 veces a la semana, esto es cuando compran sábados y domingos; el 4% lo hacen 3 veces por semana, esto se da porque los viernes los periódicos publican eventos y otras actividades que pueden hacer el viernes y fin de semana; y, el 56% no compran nunca los periódicos, aprovechan la prensa que compran en sus trabajos.



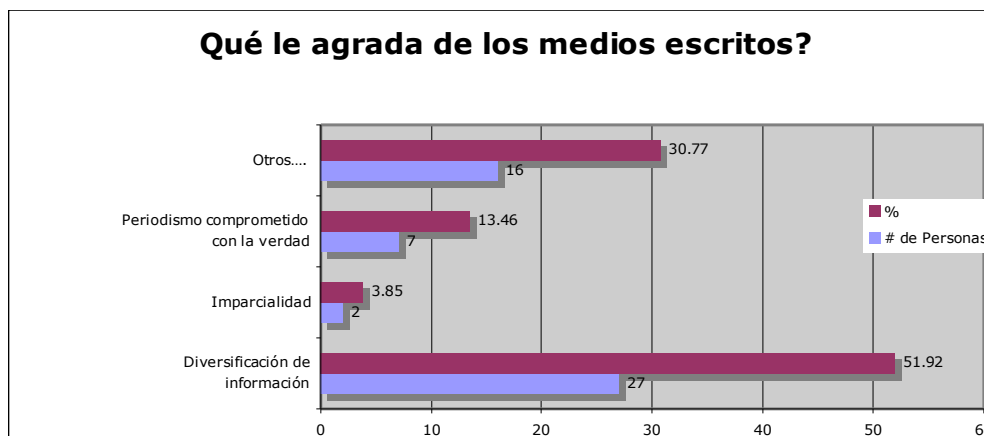
	# de Personas	%
Noticias	4	7.69
Página editorial y de opinión	5	9.62
Entretenimiento y farándula	12	23.08
Educación y Cultura	8	15.38
Deportes	17	32.69
Salud	2	3.85
Comunidad	1	1.92
Infantil	3	5.77
	52	100.00

Como podemos observar que los lectores prefieren la sección de los deportes con un 32.69%, seguido por entretenimiento con el 23%; el 15% educación y cultura; sólo el 9.62% leen la página editorial y de opinión; el 7.69% noticias: el 5.77, infantil; el quedando en último a lugares los temas de salud, y comunidad con el 3.85% 1.92%, respectivamente. Si analizamos el comportamiento, vemos que realmente la mayor parte de gente, el 83%, accede a cualquier sección, que no sea las páginas de noticias, editoriales y de opinión, (18%), esto deja entrever que la ciudadanía está casada de la forma de hacer periodismo en el Ecuador, algo está pidiendo a gritos.



	# de Personas	%
Falta de periodismo comprometido	25	48.08
Información poco objetiva y desconceptualizada	16	30.77
Poco contenido	7	13.46
Otros	4	7.69
	52	100.00

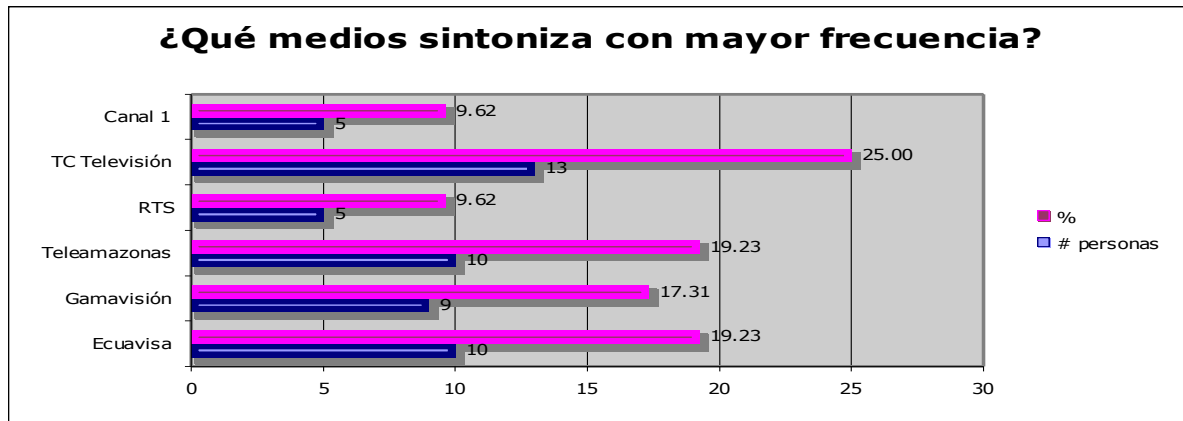
El 48.08 de los encuestados, señalan que lo que les desagrada de los medios escritos es la falta de periodismo comprometido, seguido con el criterio de que la información es poco objetiva 30.77%; de poco contenido el 13.46 %; y, en otros el principal motivo es la falta de credibilidad en lo que escriben con un 7.69%, esta postura justifica o empata con la inclinación de la pregunta anterior, por tanto hay que tomar muy en serio la parte ética del periodismo, lamentablemente no existe credibilidad.



	# de Personas	%
Diversificación de información	27	51.92
Imparcialidad	2	3.85
Periodismo comprometido con la verdad	7	13.46
Otros....	16	30.77
	52	100

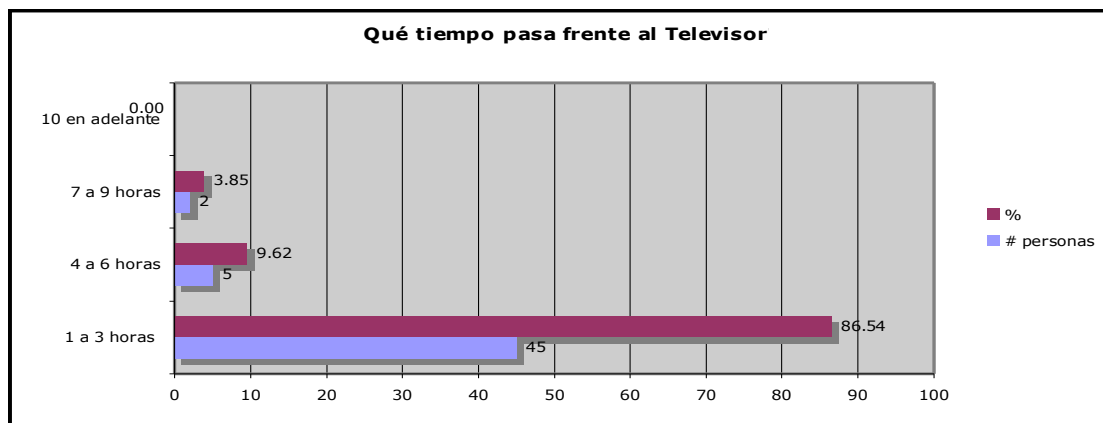
El 51.92% creen que la diversificación de la información es lo que le hace fuerte, es decir que topan todos los temas para todos los gustos; el 3.85 creen en la imparcialidad del medio escrito; un 13.46 considera que si existe un periodismo comprometido; y, en otros un 30.77 se refirió que la costumbre de salir a comprar el periódico los domingos, para desayunar enterándose de lo que ocurre en el mundo es parte de su vida.

## TELEVISIÓN



	# personas	%
Ecuavisa	10	19.23
Gamavisión	9	17.31
Teleamazonas	10	19.23
RTS	5	9.62
TC Televisión	13	25.00
Canal 1	5	9.62
	52	100.00

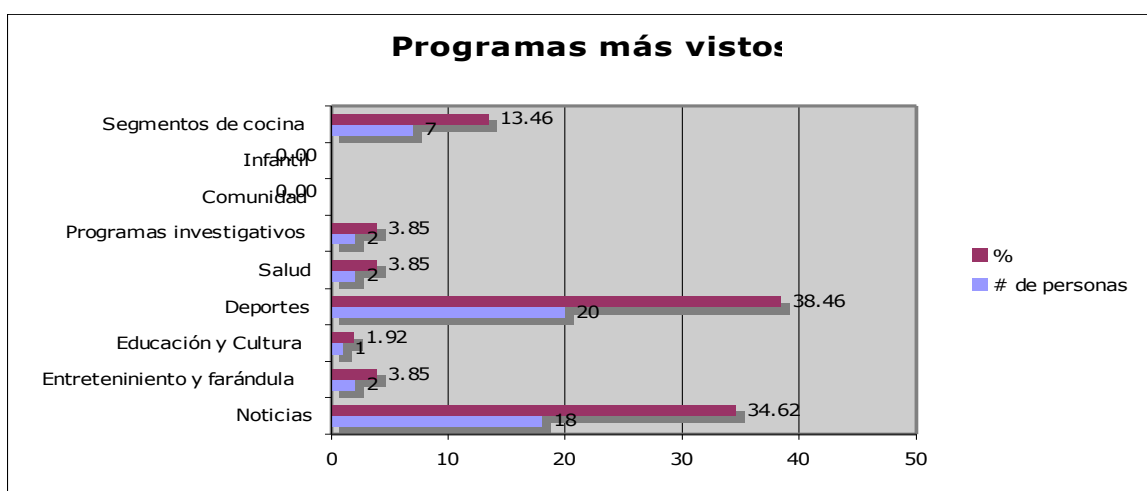
Los medios de mayor sintonía fueron: TC Televisión con el 25%; seguidos por Ecuavisa y Teleamazonas con el 19%; y , con el 9% RTS y Canal 1 (éste último sólo por los deportes), vemos aquí algo realmente curioso, a las personas les desagrada el sensacionalismo, el periodismo no comprometido, la falta de contenido; sin embargo, el canal preferido es TC que es conocido por todos que es el que menos observa el código de ética para conducirse.



	# personas	%
1 a 3 horas	45	86.54
4 a 6 horas	5	9.62
7 a 9 horas	2	3.85
10 en adelante		0.00
	52	100.00

El 87% de los encuestados pasa frente al televisor de 1 a 3 horas; el 9.62% de 4 a 6 horas; y, el 2% pasa de 7 a 9 horas. De 10 en adelante nadie lo hace, por sus trabajos, y dijeron que tal vez lo harían si no tuvieran ocupaciones.

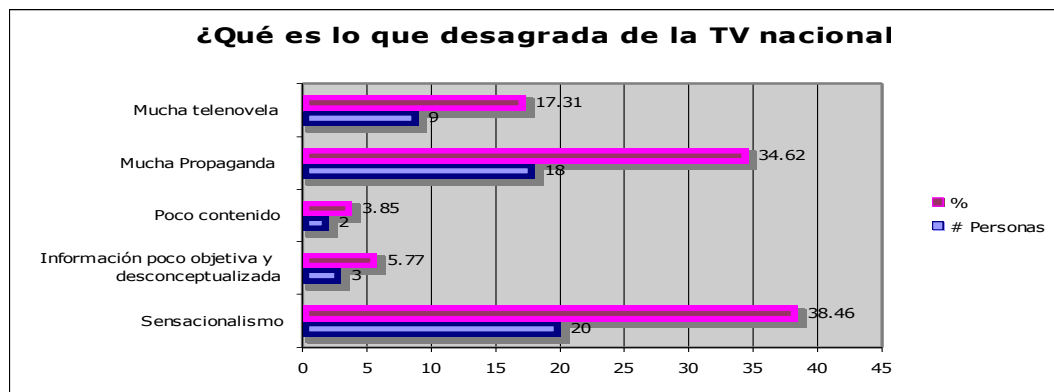
Este resultado evidencia la falta de atractivo que existe en la programación y la falta de tiempo por la condición de mis encuestados, que tienen otras actividades durante el día.



	# de personas	%
Noticias	18	34.62
Entretenimiento y farándula	2	3.85
Educación y Cultura	1	1.92
Deportes	20	38.46
Salud	2	3.85
Programas investigativos	2	3.85
Comunidad		0.00
Infantil		0.00
Segmentos de cocina	7	13.46
	52	100.00

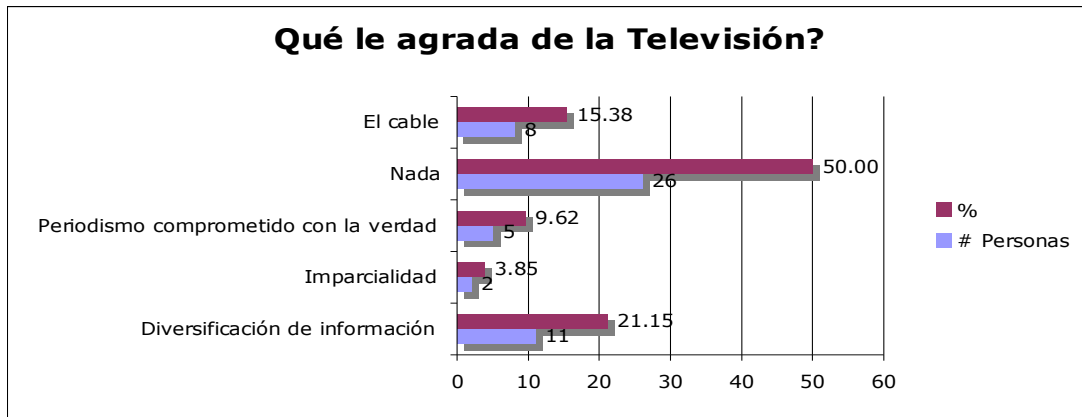
La mayor parte de la población entrevistada observa con mayor frecuencia noticias y deportes, los deportes son el bálsamo de todo un pueblo, la gente prefiere ver las noticias antes que leerlas, esto es un claro síntoma de credibilidad, porque a través de un medio televisivo existen imágenes, caras, lugares, en movimiento, lo que hace que la noticia sea más veraz.





	# Personas	%
Sensacionalismo	20	38.46
Información poco objetiva y desconceptualizada	3	5.77
Poco contenido	2	3.85
Mucha Propaganda	18	34.62
Mucha telenovela	9	17.31
	52	100

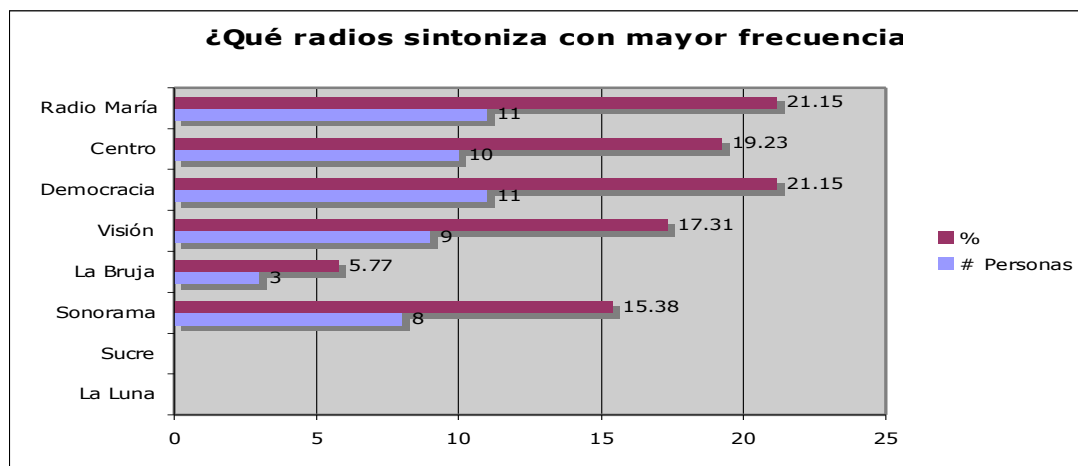
A las personas les desagrada el sensacionalismo, sin embargo de las preguntas anteriores se puede observar que las noticias la ven con mayor frecuencia y TC es el canal más sintonizado; entonces, a pesar de que les desagrada el sensacionalismo, la gente lo tiene como mejor opción a un canal sensacionalista al máximo; la gran cantidad de propaganda y telenovelas es lo que también desagrada a la audiencia.



	# Personas	%
Diversificación de información	11	21.15
Imparcialidad	2	3.85
Periodismo comprometido con la verdad	5	9.62
Nada	26	50.00
El cable	8	15.38
	52	100.00

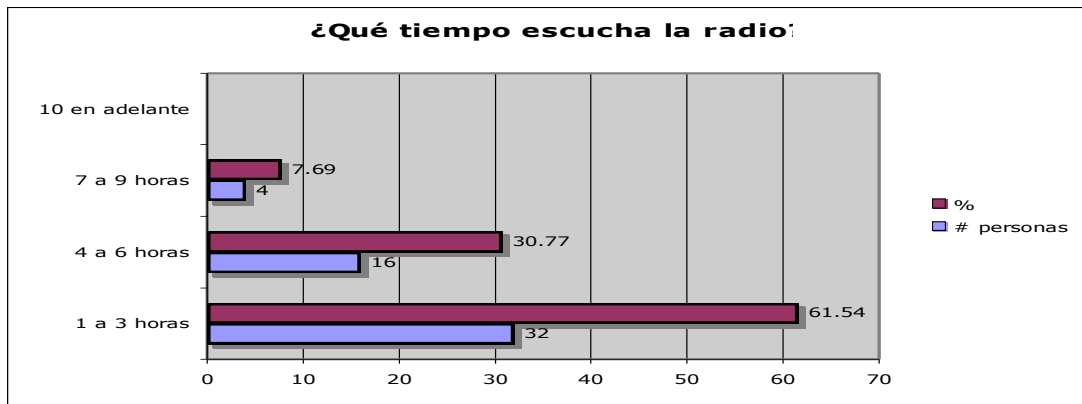
A las personas cuando se les pregunta que les agrada más de la televisión, el 50% piensan y dicen nada; el 21% considera que la diversificación de la información (deportiva, farándula, etc.), otras asocian la TV con el Cable y está posicionado en el tercer lugar de la preferencia con el 15.38%. Esta es una clara señal de que nuestros medios de comunicación no están satisfaciendo como se debería esperar a todo tipo de audiencias.

## RADIO



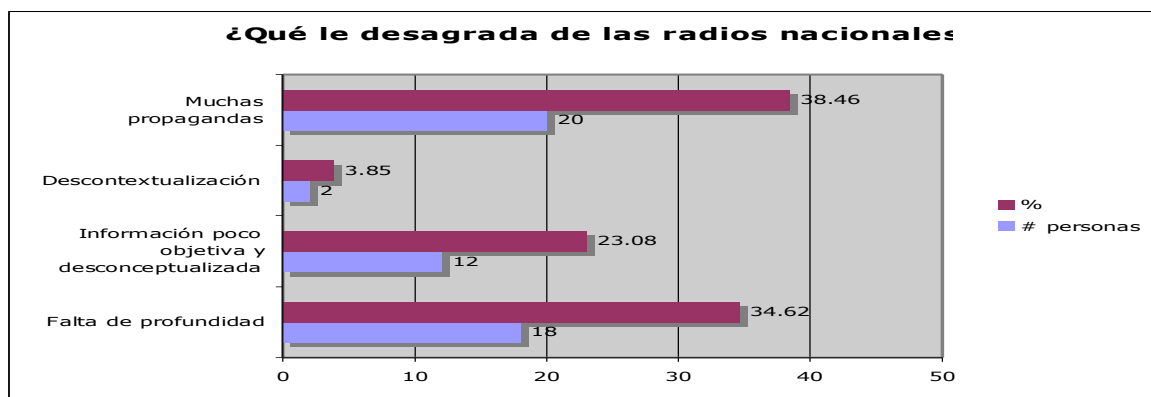
	# Personas	%
La Luna		
Sucre		
Sonorama	8	15.38
La Bruja	3	5.77
Visión	9	17.31
Democracia	11	21.15
Centro	10	19.23
Radio María	11	21.15
	52	100.00

Radio Democracia y la Radio María, son las más sintonizadas por mis encuestados; seguido por las radios Centro, Visión, Sonorama; a la radio la Luna la sienten parcializada con el Gobierno y Sucre no saben ni siquiera el dial. Estamos frente a la necesidad de los seres humanos de encontrar paz espiritual y sosiego, es por eso la alta audiencia de Radio María, una radio que llega a la gente con una verdad absoluta y que es la de Dios, les agrada porque no tiene propaganda y sus programas enfocan problemas de actualidad y que pueden ser remediados con sólo escuchar a los profesionales que voluntariamente asisten a los mas necesitados, CREDIBILIDAD, eso es lo que hace falta a todos los medios.



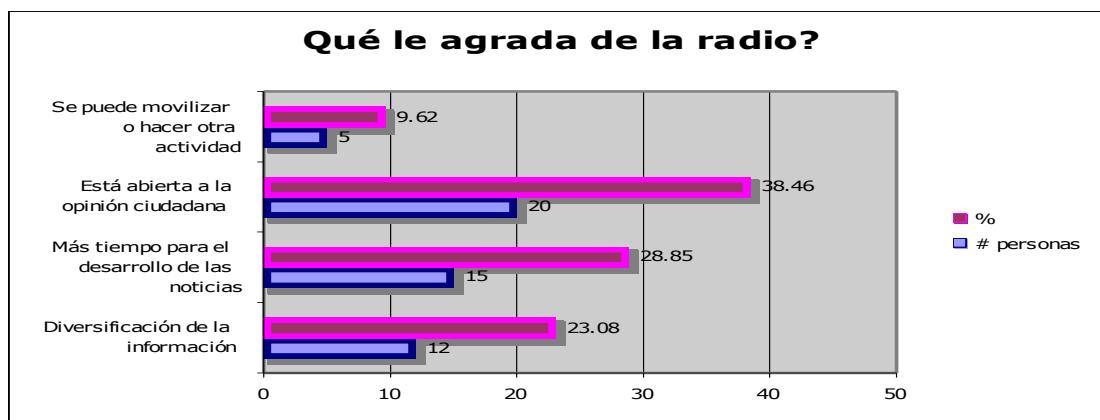
	# personas	%
1 a 3 horas	32	61.54
4 a 6 horas	16	30.77
7 a 9 horas	4	7.69
10 en adelante		
	52	100.00

El 62% sintoniza la radio en el auto y nada más; el resto, de 4 a 6 horas y 7 a 9 horas que son el 38%, si escuchan la radio como parte de su vida y costumbres. Este es un medio que jamás dejará de ser escuchado, si se tuvo ese miedo al inicio de la aparición de la TV, hay cosas en la vida que nunca pasarán a ser parte de una historia, como es la radio.



	# personas	%
Falta de profundidad	18	34.62
Información poco objetiva y desconceptualizada	12	23.08
Descontextualización	2	3.85
Muchas propagandas	20	38.46
	52	100

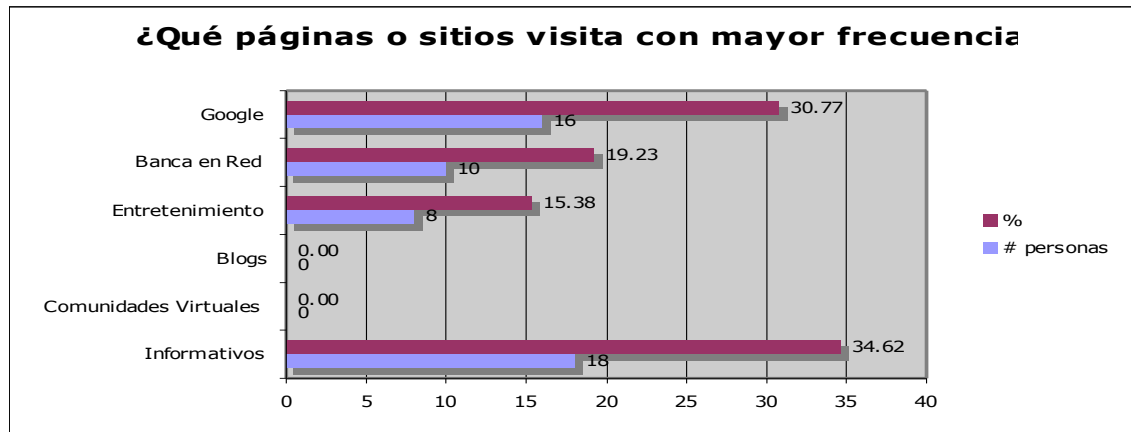
Es lamentable ver como la gente rechaza el mercantilismo de los medios, al ser la propaganda el mayor porcentaje de desagrado. Entonces algo se tendrá que inventar para desacelerar este incremento e insinuación despiadada del consumismo a través de los medios.



	# personas	%
Diversificación de la información	12	23.08
Más tiempo para el desarrollo de las noticias	15	28.85
Está abierta a la opinión ciudadana	20	38.46
Se puede movilizar o hacer otra actividad	5	9.62
	52	100

El 38 por ciento de la población encuestada, le agrada la posibilidad de coger un teléfono e intervenir en cualquier momento de la programación y exponer su propio pensamiento con relación a cualquier tema, porque los programas son en vivo; el 29% está convencido que una noticia reflexionada y no al apuro es más veraz y le encuentra el sentido; algo que es fundamental para la gente es viajar en auto en compañía de la radio.

## INTERNET

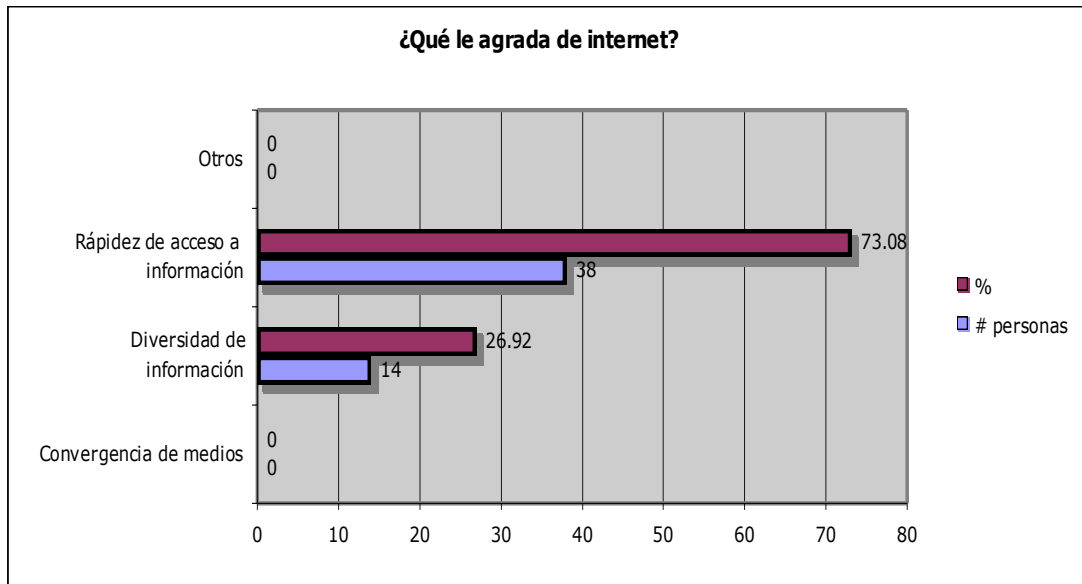


	# personas	%
Informativos	18	34.62
Comunidades Virtuales	0	0.00
Blogs	0	0.00
Entretenimiento	8	15.38
Banca en Red	10	19.23
Google	16	30.77
	52	100

Informativos y google como consulta son las páginas más visitadas con el 65%, seguida por banca en red con el 19.23. Esto significa que a las personas se les ha diversificado la vida, ahora sus transacciones bancarias se las puede hacer a través del Internet sin tener que salir de sus trabajos o casa; de igual manera a los estudiantes se les ha dado una comodidad indescriptible por el simple hecho de tener bibliotecas completas con solo aplastar una tecla.

Estamos viviendo en un mundo sin fronteras, gracias al Internet, la velocidad con la que uno puede saber exactamente qué está pasando al otro lado del mundo en ese mismo instante, deja entrever lo demagogos que pueden ser los políticos cuando tratan de prohibir los tratados de libre comercio entre dos países, dizque por salvar la soberanía, si estamos concientes de que ahora hasta las compras se las hace por este medio en cualquier parte del mundo y la entrega se produce en 8 días. (será que los políticos desconocen el verdadero uso del Internet?).

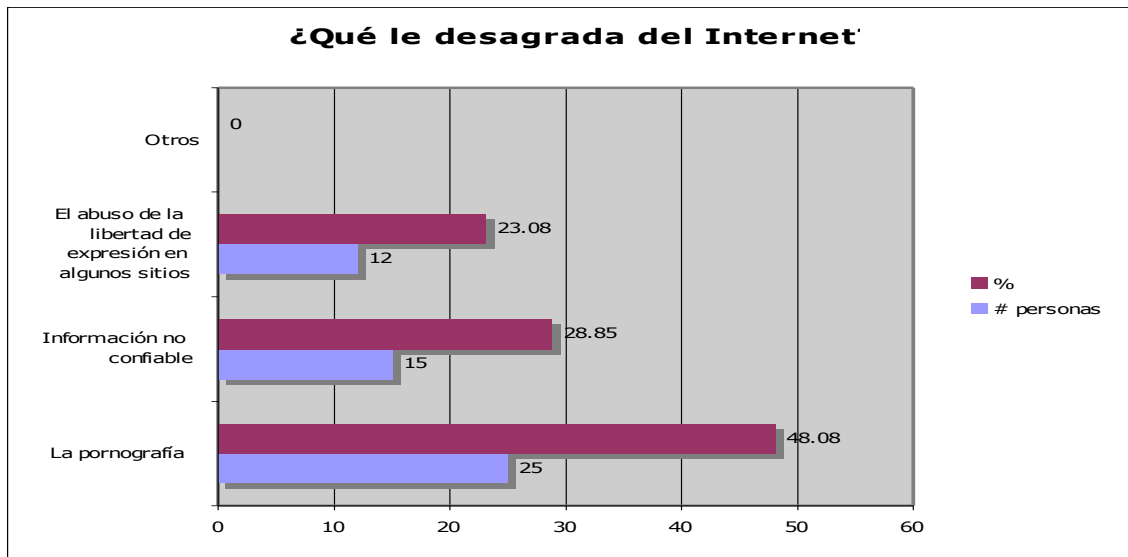




	# personas	%
Convergencia de medios	0	0
Diversidad de información	14	26.92
Rápidez de acceso a información	38	73.08
Otros	0	0
	52	100

La rapidez en el acceso a la información es lo que más agrada del Internet con un 73%; seguido por la diversidad de información con un 27%.

Esta inclinación por la rapidez a la información no debe llamarnos la atención, cuando es más fácil contactarse con el banco a través de banca en red, que esperar pacientemente de 5 a 10 minutos por el ejecutivo de cuentas a través de una línea telefónica para hacer cualquier consulta. Creo que nos ha pasado a todos.



	# personas	%
La pornografía	25	48.08
Información no confiable	15	28.85
El abuso de la libertad de expresión en algunos sitios	12	23.08
Otros		0
	52	100

La pornografía en un 48% es lo que mas desagrade del Internet, ya que es un medio que lo utilizan especialmente los estudiantes, seguido por la información no confiable y el abuso de la libertad de expresión.

Lo preocupante es que no existe un control para parar el abuso de la pornografía por Internet, así como la desinformación que a través del mismo llega.

Dentro de mis encuestados, ninguno trabaja o ha trabajado en un medio de comunicación, consideran que los editores y directores de los medios no se preocupan lo suficiente del nivel ético periodístico, sino mas bien que enfocan su negocio en base a la rentabilidad, que los gremios no asesoran ni juzgan la conducta de los malos periodistas.

Consideran que un periodista, si tiene la capacidad de trabajar en un medio de comunicación y ser relacionador público al mismo tiempo; sin embargo, creen que podría ser relacionador público en empresas privadas no relacionadas con sus fuentes; y , jamás no en instituciones gubernamentales.

Además fueron muy enfáticos en decir que los periodistas no deben recibir obsequios y dádivas de las fuentes para no entorpecer su trabajo; que podrían militar en un partido político sin llegar a ser candidato; que puede introducir su opinión, siempre y cuando aclare que así lo es; que están convencidos que no existe ningún código de ética periodístico que respeten; y, que no es legítimo que el periodista exagere u olvide detalles de algún hecho para obtener impacto.

Recojo lo que me parece más importante, sobre lo que piensan mis encuestados con relación a la ética en el periodismo:

- La ética debe estar presente en todas las actividades humanas
- Evita la corrupción y coopera con el desarrollo de nuestro país
- Crear confianza y seguridad a los lectores sobre los artículos que escriben
- Para que los periodistas tengan claro como deben manejarse en su labor diaria (bajo un código de ética)
- La ética en el periodismo está ligada a la objetividad y veracidad
- Para que los periodistas sean imparciales, fidedignos, certeros, reales y objetivos.
- A más de ser beneficioso para el periodista, es beneficioso para la sociedad.

## 2.2. Análisis de datos de las entrevistas

Preocupa en alto grado la forma como se contrata al personal que se encargará de la comunicación social (periodistas) en los medios de comunicación, como ejemplo cito lo siguiente:

El señor Xavier Pérez, Director de Canal 1, dijo que su medio no entregaba ningún código, norma o reglamento de ética a sus periodistas; tomó como parámetro o patrón de comportamiento a Andrés Carrión como la panacea de la ética y profesionalismo y que en él tenían el resto de periodistas el ejemplo.

Sin embargo, Rommel López, expresó que si bien no entregaban ningún reglamento de ética periodística, cada uno de los periodistas que trabajaban ahí eran personas con principios y valores y que se manejaban dentro de la ética.

El señor Alex Mora también expresa que no entregan código de ética, que el reglamento es de orden administrativo, pero que su trabajo lo ejecutaba con ética.

El director de Metro Stereo no nos pudo recibir, tampoco el dueño ya que vive en Guayaquil, sin embargo los periodistas indicaron que ellos no reciben ningún código o reglamento de ética que deben seguir; sin embargo, que ellos dentro de su programación, a pesar de que no existe espacios muy extensos, de canción en canción, procuran emitir mensajes cargados de ética. (esta es una radio de onda punk, rock pesado etc.)

Ahora bien, los periodistas que nos atendieron supieron decirnos que ellos tenían una formación con valores y principios heredados en casa.

El Director Licenciado Ramiro Vinuesa y el Editor General Licenciado Franklin Falconí, nos indicaron que los periodistas del Periódico Opción si bien se conducen con los lineamientos que les entregan a sus colaboradores el primer día de trabajo,

también es cierto que se manejan bajo sus propios valores morales y principios éticos. Que la información que se publica en ese medio cuida de que en todas sus secciones se aplique la ética, para ellos que se plasme la verdad de los hechos.

Los periodistas del periódico Opción se conducen con los lineamientos que les son entregados a su inicio como colaboradores, para satisfacer los requerimientos del mismo, pero también se manejan bajo sus principios y valores éticos y morales.

## **CAPITULO III**

### **ANÁLISIS DE LOS SUPUESTOS**

#### **3.1. Antecedentes:**

Durante mi vida, he luchado por ejecutar mis actividades, tanto personales como privadas basada en principios éticos y morales, todo esto apoyada en la enseñanza de mi casa bajo los principios universales de Dios, que es quien ha fijado en 10 mandamientos lo ético que puede ser el ser humano, lo que está bien y lo que está mal, ante los ojos de Dios y ante nuestro prójimo y aplicando estos principios en el desarrollo de la profesión. Esto para los que somos católicos y creemos que en un momento dado debemos dar cuenta a Dios de nuestros actos y procuramos ganar el Cielo en la Tierra.

Tomando como parámetro mi formación, mi percepción de los medios de comunicación y que los confirmo ahora con la investigación realizada, ningún principio ético es más importante que el éxito que buscan todos los medios de comunicación, se hablaría de una utopía, si creemos que algún medio aplica la ética, porque uno se es honesto o no se es, no se puede ser ético a medias, uno es ético o no es ético, y si esto tiene una afectación económica para las empresas de comunicación, pues se prefiere renunciar a ser ético, a renunciar a la utilidad económica. Esto quiere decir que no existe aplicabilidad de la ética en los medios. Se trabaja por conveniencias e intereses.

#### **Supuesto uno**

#### **3.2. Los medios de comunicación colaboran de forma positiva a la investigación?**

El “Nivel Ético de los Medios de Comunicación en el Ecuador” y su aplicabilidad, no

fue un tema del cual quisieran hablar y enfrentarse los medios que nos tocó investigar y entrevistar, peor aún, cuando uno no trabaja para ningún medio de comunicación.

Su rechazo fue evidente al no poder conseguir las citas y entrevistas, adujeron que desconocían de ningún convenio con la Universidad para esta investigación y que definitivamente su Código de Ética era un instrumento de uso interno.

Hubo apertura de los periodistas, pero necesitaban autorización de los respectivos directivos para las entrevistas y éstas se dieron gracias a nuestra insistencia por la investigación.

El supuesto uno se cumplió en un 40%, porque no todos los periodistas fueron autorizados para contestar nuestras preguntas, a pesar de que le les dio la opción de que sus respuestas las hicieran vía e- mail.

### **Supuesto dos**

#### **3.3. Los principios de ética y deontología periodística son conocidos por los comunicadores ecuatorianos y muestran una alta predisposición a aplicarlos a futuro?**

En ninguno de los medios de comunicación que nos tocó investigar, aparentemente, tenían conocimiento de los principios éticos que un periodista debe tener, es decir desconocían el Código de Ética Profesional del Periodista, y por ende de su aplicación.

Consideran los directivos, que cada periodista que trabaja en el medio tiene implícita la ética, pero no analizan cuáles son las exigencias de los medios hacia los periodistas cuando trazan un cronograma de actividades que deben ejecutar los profesionales en cierto tiempo y bajo que costo ellos deben cumplir, la noticia debe estar al aire a tal hora y no importa como lo consiga, es importante que tal o cual programa alcance el raiting fijado y no importa bajo qué condiciones se cumpla.

Si son conocidos o no, los principios de ética y deontología periodística, en los medios que nos tocó investigar, quedó claro que no son conocidos, pero en todo caso se les recordó que existen parámetros éticos de comportamiento dentro del periodismo; y, que paralelo a los intereses económicos que tienen los dueños de las empresas de comunicación, el periodista debe aplicar el código de ética a cualquier costo, con el fin de reivindicar a esta clase profesional que está venida a menos, por su falta de credibilidad y comportamiento ético.

En un 90% no se conoce ni se aplica dicho código, sobre la aplicabilidad en el futuro queda en la conciencia de cada uno de los periodistas, así el medio al cual pertenecen no les exijan.

### **Supuesto tres**

#### **3.4. Un porcentaje significativo de medios de comunicación trabajan de alguna manera en base a los lineamientos de la ética?**

De hecho los medios investigados no trabajan en base a ningún código de ética, sin embargo, los periodistas entrevistados consideran que cada uno de ellos son individuos que se comportan éticamente, lo que hay que analizar es qué entienden sobre ética; si como ejemplo cito lo que uno de nuestros entrevistados, dijo: “nuestro medio es ético porque no toca temas políticos y religiosos.

Entonces vemos que existe un verdadero conflicto en el tema, si es que los comunicadores no están concientes de lo que es realmente la ética, qué podemos esperar del resto de profesiones.



## **CAPITULO IV**

### **Análisis de Conceptos y Código Ético del Periodista Ecuatoriano**

#### **4.1. Defina los resultados de la investigación**

De los resultados finales de las encuestas realizadas sobre la aplicabilidad de la ética en los medios de comunicación; es preocupante la falta de credibilidad y aceptación, que la gente tiene para los mismos, por el mercantilismo (propaganda), el escaso contenido en los programas, la falta de periodismo comprometido.

Los medios de comunicación no entregan a sus empleados ningún Código de Ética, existen reglamentos, lineamientos, pero no exigencias éticas para el desarrollo de la profesión y la emisión de programas. La gente involucrada con los medios de comunicación, no están concientes de lo que en realidad significa trabajar bajo lineamientos éticos.

Por otro lado, para la población ya no son un referente adecuado los medios, han perdido credibilidad; sin embargo, siguen siendo, especialmente la televisión un medio de distracción.

#### **4.2. Relacione los resultados con los puntos más relevantes del código ético del periodista.**

En el Código de Ética Profesional del Periodista, en el Capítulo 1, artículo 1, “El periodista tiene la obligación de proporcionar a la comunidad una información objetiva, veraz y oportuna”

Como podemos ver en la investigación los encuestados no creen en la veracidad y objetividad de los periodistas.

Se considera que los periodistas deben tener deberes éticos puntuales, puesto que son la voz de lo que acontece día a día , por lo que exigen objetividad, veracidad y un apego a la realidad absoluta.

A los periodistas se les cree prepotentes, dueños de la verdad, intratables y artistas de cine inaccesibles, no hay sencillez en sus actitudes.

A los reporteros no se los conoce como periodistas, sino un nivel inferior que un presentador de noticias. Y esto es porque las empresas de medios de comunicación hacen una gran diferencia entre el reportero y el presentador de noticias, faltando a los Artículos 40 y 41, del Capítulo V, del Código de Ética Profesional del Periodista.

“Artículo 40.- El periodista debe propender a que se le reconozca el derecho a intervenir en la elaboración y ejecución de la política editorial e informativa del medio en que trabaja.

Artículo 41.- El periodista debe exigir en sus relaciones con la empresa un tratamiento ajustado a su dignidad y al valor e importancia que tiene su profesión en la sociedad.”

Por otro lado, en el Capítulo III, artículo 21, del Código de Ética dice: “El periodista está obligado a fomentar la fraternidad y el respeto mutuo entre colegas”.

Como se pudo observar, en el canal 1, lamentablemente existió inobservancia o desconocimiento del citado artículo 21, por el Periodista Andrés Carrión, cuando no respetó el criterio de su colega Jorge Ortiz, con temas relacionados con la política, específicamente, salió a la defensa del Presidente de la República, su gestión y actuación.

Ahora sabemos, que eso tenía un tinte mercantilista, cuando se conoce que ese canal pasará a formar parte del Estado ecuatoriano.

**4.3. Tomando como ejemplo fotografías, recortes de periódicos, programas televisivos o radiales, que vayan contra los lineamientos de la ética periodística: escoja uno de ellos y luego analice, explique y argumente que el código dice y que no se cumple en el mismo.**

En “El Código de Ética Profesional del Periodista” párrafo 5to., dice: “Personalmente el periodista profesional, así como tiene derechos a garantías y facilidades para el mejor cumplimiento de su función, está obligado a respetar los derechos de los demás y la integridad moral de las personas, especialmente su vida privada, y a guardar una conducta ejemplar que avalice precisamente su autoridad para informar, orientar, denunciar o exigir a través de los medios de comunicación social”

“Respetar los derechos a los demás y la integridad moral de las personas, especialmente de su vida privada”

Capítulo I, El Periodista y la Comunidad, Artículo 9, que dice: “ El periodista debe oponerse y denunciar las campañas promocionales y publicitarias que atenten contra los valores humanos y sociales de la comunidad”

## **Canal 1**

### **Copa América, Deportes**

Si el canal 1 dice ser el número 1 en el deporte, y que ese programa es una de las fortalezas del canal, según su director, “El Deporte es sinónimo de “En Mente Sana Cuerpo Sano”; sin embargo, en los partidos de la Copa América, el canal en sus

transmisiones no cumplió con el Código de Ética, maltrató y ofendió a la imagen femenina, por la cantidad de publicidad pornográfica que presentó, como banner inferior, cuando todos sabemos, no necesitamos ser periodistas ni expertos en la materia, que los partidos de fútbol van dirigidos a toda clase de público, niños, niñas, jóvenes, adultos, y viejos.

Entonces Canal 1, no se maneja bajo ningún parámetro ético. (Hay que tomar en cuenta que todos los canales que transmiten partidos de fútbol o de algún deporte que estén en campeonato, han hecho de este espacio modus operandi para la publicidad de este tipo de pornografía)

Sólo había que entender que los programas dedicados al fútbol ya no son exclusivos de los hombres adultos. Ahora que la televisión es un medio de comunicación que llega a todos los estratos sociales, no se concibe que un medio serio promocióne fotografías de mujeres desnudas en programas que tienen una alta audiencia de niños y niñas.

Estas imágenes les están dando a estos pequeños y audiencia en general la idea errada de que es lícito traficar con el cuerpo humano y que la figura femenina puede ser usada como mercancía.

No existe ni un mínimo de cordura para evitar este atentado contra la dignidad de las personas.

## CAPITULO V

### 5.1. Conclusiones

Claro está que los medios de comunicación deben obtener ganancias de la inversión, pero el costo es muy alarmante, si vemos que uno de las exigencias para los comunicadores es que con sus noticias, programas y comerciales, se atraiga audiencias.

En esta investigación se confirmó que los medios de comunicación no están siendo éticos a pesar de que es un tema que se lo topa todos los días y parecería que es una exigencia para poder trabajar como comunicador dentro de una empresa mediática. Ya que el no tener un reglamento de ética dentro de un medio, significaría que el trabajo no sería de elevada calidad.

La profesión de comunicador social debería ser un bien humano, los comunicadores sociales que se dedican a la comunicación para el desarrollo enfocan sus proyectos a la internación a la sociedad de todos los seres especialmente a aquellos que sufren de disgregación; sin embargo, los comunicadores sociales encargados de la información, su trabajo no está muy bien enfocado, se prioriza el escándalo, sexo libre, la violencia, las malas costumbres, porque a través del sensacionalismo captan audiencias.

Ahora ya no se ve programas que se desarrollen con un lenguaje de amor, de los hogares bien formados, papá mamá hijos, familia, historias reales, no se proyecta el significado tan grande que esto tiene dentro de la sociedad, no se enfoca los verdaderos temas humanos.

No hay función social, ahora existe la función económica y nada más, mientras más réditos mejor es la empresa, no se detienen en el camino a pensar a quien o a qué atropellaron para llegar a la cima. “El fin justifica los medios”, Niccoló Machiavelli

Se dice que los medios de comunicación no están para educar, ni orientar sino sólo para informar y se escudan en algo tan absurdo, para emitir cualquier tipo de programa sin una censura previa. No les interesa que los receptores aumenten sus conocimientos que se ilustren a través de la información.

La pauta está dada, los medios no funcionan para aumentar el conocimiento de su audiencia, por el contrario están para satisfacer a los propietarios de los medios de comunicación; pero no son sólo los medios, los periodistas de mayor rango, son intocables, son los dueños de la verdad, se tergiversan noticias y no se repara en las consecuencias, todo sale a la luz como un Boom, pero qué pasa con la gente afectada, no hay un seguimiento, y cuando pasa, la noticia se diluye, pero no reflexionan que detrás de esa noticia quedan familias destrozadas, hombres destruidos...

El hecho de que los medios de comunicación sean libres e independientes, no les da derecho a faltar con la verdad, la dignidad humana, el irrespeto en sus programaciones, velan por intereses ajenos que nada tienen que ver con la comunicación social.

La libertad de expresión, de prensa o de información, que tanto reclaman los comunicadores, se la está manejando de forma tergiversada, no es libertad, decir o hacer lo que a uno le viene en gana o ser despectivos, o sobrarse del conocimiento haciendo aspavientos de su sabiduría, ante sus entrevistados o ante cualquier circunstancia, toda libertad tiene responsabilidades y no se diga la de expresión, por que lo que sale de la boca del hombre se lo lleva el viento y jamás se puede recuperar.

Entonces, algo anda mal con esta profesión, hay que dignificarla.

## **5.2. Recomendaciones**

1. La mejor arma que puede tener una empresa informativa es manejarse bajo un estricto código de ética, así se empezaría por rescatar el respeto a la profesión y a la dignificación de su trabajo. Entonces ahí sí podemos exigir de todos los estamentos de la sociedad, la garantía y respeto a la libertad de información y expresión.

2. Los conflictos entre las empresas de información y el resto de actores de una sociedad, (Estado, empresas, centros educativos, etc.) siempre van existir, pero debemos estar concientes que debemos ser responsables de la forma como enfrentamos esta problemática, para eso nos educamos, para eso nos preparamos, no somos igual a igual.

3. Se debe reflexionar sobre si en realidad somos Comunicadores Sociales, o Comunicadores Mercantilistas, debemos apegarnos al Capítulo V, Artículo 41 del Código de Ética del Periodista Profesional, que dice: “El periodista debe exigir en sus relaciones con la empresa un tratamiento ajustado a su dignidad y al valor e importancia que tiene su profesión en la sociedad” , debemos transparentar nuestra actuación.

4. La Universidad de Loja, y me refiero a esta, debido a que aquí recibí los estudios, debe enfocarse más en la formación de los periodistas, esta es una profesión tan delicada como la del médico o como la de un sacerdote, porque:

Cuando acude alguien a un medico con un dolor de corazón, primero analiza, investiga, las causas de esa dolencia, está siendo ético, porque no de golpe le dice que debe hacerse una operación de corazón abierto, o le destripa; el paciente está en sus manos y confía, su vida depende de él y su criterio.

- Cuando acude alguien donde un sacerdote para confesar sus pecados, él lo ayuda espiritualmente, en nombre de Dios perdona los pecados; y luego manda a no pecar más, el pecador está en sus manos y confía que sus pecados más íntimos fueron perdonados y que serán guardados como secreto de confesión, confía en la ética del sacerdote.

- Qué está pasando con nuestro periodismo, la comunidad, el Estado, el Empresariado, etc., no confía a la primera sobre las noticias que emitió tal o cual canal o periodista, el común de la gente dice: “Veamos que dicen en otro canal, veamos que dice la otra radio, veamos que dice el otro periódico...etc.”, no puede ser que el periodista ya no sea un referente positivo dentro de la sociedad, ya no se le cree.

Entonces los medios no están cumpliendo con su cometido, no hay coherencia con lo que se pregona (veraces, objetivos, imparciales...)

Que no se diga: que los medios de comunicación son el Cuarto PODER del Estado; que se diga: que los medios de comunicación honran a Dios, porque siempre informan con la VERDAD.

Debemos trabajar por: el respeto a la verdad,

Por la libertad con responsabilidad

Por el respeto a la dignidad humana

Por la verdadera orientación a la comunidad

Por los principios éticos y valores morales

Al ser la UTPL una Universidad Católica, se debe hablar sin tapujos, sobre lo que Dios desea de los hombres, sobre lo que está mal y lo que está bien, no sólo en esta profesión, sino en todas, porque sería la única forma de que nuestra sociedad cambie, la falta de Dios en los hombres, ha hecho que se descalabre el mundo. Entonces, ¿qué hacemos? Seguimos las reglas fijadas por Dios, o seguimos las reglas fijadas por los hombres.



## BIBLIOGRAFÍA

- Biblia de Jerusalén, Proverbios 12: 17,18, página 846
- Lexis , volumen 8 , página página 2232, 1975
- Juan Pablo II "Ética” en Internet",2002: [www.zenit.org.com/](http://www.zenit.org.com/)
- Internet. [www.google.com.ec](http://www.google.com.ec) buscador/historiamediosecuador.
- Prologo del libro Derechos fundamentales de la Comunicación de Marcos Navas Alvear, (por Ernesto Albán Gómez, pág. 9).
- Manual Cuestión de Ética, Taller con Dario Restrepo, pág. 14
- Código de Ética profesional del Periodista, Anexo XII de la Guía Didáctica del Programa de Investigación para Egresados UTPL