



UTPL
La Universidad Católica de Loja

Modalidad Abierta y a Distancia

Ética Periodística

Guía didáctica



Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas



Departamento de Ciencias de la Comunicación

Sección departamental de Comunicación
Organizacional

Ética Periodística

Guía didáctica

Autora:

Mónica Elizabeth Abendaño Ramírez.



P E R I _ 4 0 4 8

Asesoría virtual
www.utpl.edu.ec

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

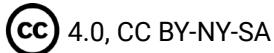
Referencias bibliográficas

Ética Periodística

Guía didáctica

Mónica Elizabeth Abendaño Ramírez

Universidad Técnica Particular de Loja



Diagramación y diseño digital:

Ediloja Cía. Ltda.

Telefax: 593-7-2611418.

San Cayetano Alto s/n.

www.ediloja.com.ec

edilojainfo@ediloja.com.ec

Loja-Ecuador

ISBN digital - 978-9942-25-659-1



La versión digital ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite: copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

22 de abril, 2020

Índice

1. Datos de información.....	8
1.1. Presentación de la asignatura	8
1.2. Competencias genéricas de la UTPL.....	8
1.3. Competencias específicas de la carrera.....	9
2. Metodología de aprendizaje.....	9
3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje	10
Primer bimestre.....	10
Resultado de aprendizaje 1 a 6	10
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje	11
Semana 1	11
 Unidad 1. Historia de la Ética	12
1.1. Conceptos de Ética.....	13
1.2. Conceptos de valores éticos	14
Actividades de aprendizaje recomendadas	15
 Semana 2	17
 Unidad 2. Principios generales de las profesiones, aplicados a la comunicación	18
2.1. Ética profesional.....	18
2.2. Los principios y el profesional de la comunicación	18
Actividades de aprendizaje recomendadas	21
 Semana 3	21
 Unidad 3. Derechos y deberes del profesional de la comunicación	22
3.1. Derechos del profesional de la comunicación	22
3.2. Deberes del profesional de la comunicación.....	22
3.3. El secreto profesional.....	23

Actividades de aprendizaje recomendadas	23
Semana 4	24
Unidad 4. Vida privada.....	24
4.1. Concepto de vida privada.....	24
4.2. El respeto a la intimidad y a la vida privada.....	25
4.3. La vida en el mundo digital	25
Actividades de aprendizaje recomendadas	26
Semana 5	26
Unidad 5. La ética de la comunicación y las nuevas tecnologías ..	27
5.1. Los delitos en la red	27
5.2. Deshumanización de las tecnologías	27
Actividades de aprendizaje recomendadas	29
Semana 6	29
Unidad 6. La influencia del poder y la manipulación, el caso de la publicidad	30
6.1. La publicidad sin ética.....	30
Actividades de aprendizaje recomendadas	32
Semana 7	32
Unidad 7. Libertad de expresión y derecho a la información	33
7.1. La información, un derecho humano	33
Actividades de aprendizaje recomendadas	35
Actividades finales del bimestre.....	36
Semana 8	37
Unidad 8. Prueba presencial del primer bimestre	37

Índice

Primer
bimestreSegundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Índice

Actividades de aprendizaje recomendadas	37
Autoevaluación 1	38
Segundo bimestre	40
Resultado de aprendizaje 1 a 6	40
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje	40
Semana 9	40
1.1. Actitudes éticas de la actitud informativa	41
Actividades de aprendizaje recomendadas	43
Semana 10	44
Unidad 2. Creatividad y ética profesional	44
2.1. Actos creativos	44
Actividades de aprendizaje recomendadas	45
Semana 11	46
Unidad 3. Ética y Responsabilidad Social de los medios de comunicación	46
3.1. Responsabilidad Social.....	46
3.2. Responsabilidad social y medios de comunicación	47
Actividades de aprendizaje recomendadas	48
Semana 12	48
Unidad 4. Ética financiera	49
4.1. Ética financiera y su comunicación.....	49
Actividades de aprendizaje recomendadas	50
Semana 13	51

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Índice

Unidad 5. Verdad, objetividad y ética	51
5.1. ¿Qué es verdad en el periodismo?.....	51
5.2. Objetividad, verdad y exactitud.....	54
Actividades de aprendizaje recomendadas	55
Semana 14	55
Unidad 6. Ética y medios de comunicación	55
6.1. Ética en tiempos de infoxicación	56
6.2. Fake news, disfrazar la mentira de realidad	57
6.3. Teoría de la Aguja Hipodérmica o “Bala Mágica”	59
Actividad de aprendizaje recomendada	61
Semana 15	62
Unidad 7. Ética y periodismo	63
Actividades de aprendizaje recomendadas	65
Actividades finales del bimestre.....	65
Semana 16	65
Unidad 8. Prueba presencial del segundo bimestre.....	66
Actividades de aprendizaje recomendadas	66
Autoevaluación 2	67
4. Solucionario	69
5. Referencias bibliográficas	71

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



1. Datos de información

1.1. Presentación de la asignatura



1.2. Competencias genéricas de la UTPL

- Vivencia de los valores universales del humanismo de Cristo
- Comunicación oral y escrita
- Orientación a la innovación y a la investigación
- Pensamiento crítico y reflexivo
- Compromiso e implicación Social
- Comportamiento ético
- Organización y planificación del tiempo

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

1.3. Competencias específicas de la carrera

- Analiza e interpreta el entorno económico social.
- Aplica la teoría económica en el medio.
- Desarrolla el pensamiento matemático y estadístico para la aplicación y análisis de aspectos económicos.
- Ejerce el liderazgo para el logro y consecución de objetivos y metas.
- Aplica tecnologías de información y comunicación para la gestión.



2. Metodología de aprendizaje



3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje



Primer bimestre

Resultado de aprendizaje 1 a 6

- Discierne la mejor elección en cada situación profesional.
- Entiende la relación entre libertad y responsabilidad.
- Distingue las teorías éticas.
- Conoce y entiende el origen de la libertad de expresión y el derecho a la información.
- Identifica y distingue las informaciones que respetan la verdad y la objetividad.
- Comprende y asume la ética en los procedimientos y obtención de información.

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semana 1

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Unidad 1. Historia de la Ética

Historia de la ética	
<p>La historia de la ética es tan antigua como la historia del hombre; el más primitivo de los Homos tenía idea de lo bueno, lo justo, el deber y la virtud, buscando posibilidades de determinar y justificar sus acciones.</p>	
<p>El renacimiento de la reflexión ética (384 A.C.)</p> <p>Nace con Aristóteles e identificó el bien con el conocimiento, caracterizándose por un vasto intelectualismo.</p>	<p>Aristóteles y las escuelas helenísticas (384 - 322 A.C.)</p> <p>La filosofía se centra en el qué debo hacer para ser feliz. Por eso las escuelas helenísticas también eran conocidas como escuelas de la felicidad.</p>
<p>Edad Media y Renacimiento (476 D.C)</p> <p>Fue un periodo de transición entre la Edad Media y los inicios de la Edad Moderna. La ética se caracteriza por reflejar a un hombre razonable y libre, que tiene control sobre lo que le rodea.</p>	<p>Del absolutismo a la revolución francesa (principios del siglo XV hasta la primera mitad del siglo XVI)</p> <p>Caracterizada por la tendencia a la concentración progresiva del poder en manos del monarca, de manera especial el poder religioso. La Iglesia era la rectora de la vida intelectual y moral.</p>
<p>Desde la ilustración al marxismo (siglo XX)</p> <p>Esos dos elementos están significativamente ligados en la creencia ilustrada de que la existencia y contenido de los derechos humanos, y la conducta moral, deben ser determinados por el uso de la razón.</p>	<p>Utilitarismo e irracionalismo (siglo XVIII)</p> <p>Una teoría ética, cuya doctrina afirma que "lo que es útil es bueno". Y el irracionalismo como una corriente idealista anticientífica que declara que el mundo es caótico, irracional e irreconocible.</p>
Evolución de la ética	
<p>La evolución de la ética se remonta a los orígenes de la filosofía en la antigua Grecia. y su desarrollo histórico ha sido amplio y variado.</p>	

Imagen 1. Historia de la ética

Fuente: Elaboración propia

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

1.1. Conceptos de Ética

La palabra ética proviene del griego éthike, un adjetivo que deriva del nombre êthos y que originalmente significa “lugar acostumbrado”, la morada donde se vive. Sin embargo, en el contexto de la moral, puede ser entendido como “lugar interior”, ese espacio que el ser humano lleva consigo y del cual se apropiá a través de la educación y de su experiencia de vida.

Según Adela Cortina (catedrática de Ética y Filosofía Jurídica, Moral y Política de la Universidad de Valencia desde 1986, además de directora de la Fundación ÉTNOR, para la ética de los negocios y las organizaciones): La ética es un tipo de saber de los que pretende orientar la acción humana en un sentido racional. A diferencia de los saberes preferentemente teóricos, contemplativos, a los que no importa en principio orientar la acción, la ética es esencialmente un saber para actuar de un **modo racional**.

Y hablando de esa racionalidad y para entender mejor, se mencionan algunas acciones racionales:

- Voy a dormir para descansar
- Voy a trabajar para ganar dinero
- Voy a comer para alimentarme
- Voy a estudiar para aprender
- Voy a hablar para expresar mis ideas
- Voy a escuchar para entender

Según Fernando Savater (filósofo e intelectual español. Novelista y autor dramático, destaca en el campo del ensayo y el artículo periodístico): La ética es la reflexión sobre por qué consideramos válidos algunos comportamientos. Entre todos los saberes posibles existe al menos uno imprescindible: el de que ciertas cosas nos convienen y otras no.

La ética es la que permite discernir entre lo bueno y lo malo, distinguir entre lo correcto y lo incorrecto. Fernando Savater la resume como “a ese saber vivir o arte de vivir si prefieres, es a lo que llaman ética”.

La ética individual es la base sobre la que construimos la ética social.

1.2. Conceptos de valores éticos

Conceptualizar los valores éticos, es volver los ojos al ser humano en su esencia, puesto que éstos, los valores, estructuran su comportamiento y afirman la importancia de actuar de manera consciente, respetuosa y sin afectar de manera negativa a las personas de nuestro círculo familiar y social.



Imagen 2. Valores éticos

Fuente: Elaboración propia

Ejemplo:

Un abogado que lucha por la justicia y la libertad, valores considerados como positivos, son el reflejo de una persona justa. Y más allá de eso, ya en el plano profesional, su actuación se centra en conciliar para evitarles los tribunales a sus clientes.

El Consejo de la Judicatura (CJ), en el 2018, aprobó el Código de Conducta para los Abogados y Abogadas en el Patrocinio de las Causas. Este está orientado a fortalecer la ética judicial y a proteger a los usuarios del sistema de justicia que contratan a profesionales del Derecho para que les representen en un proceso.

**Actividades de aprendizaje recomendadas**

- Juegue en la [sopa de letras](#) y encuentre las palabras relacionadas con los valores éticos:
- Lea el siguiente [artículo](#) y construya su propio concepto de Ética.

Artículo: la ética y la moral, paradojas del ser humano.

- Lea el [libro](#): Ética para Amador de Fernando Savater.

A través de un lenguaje accesible y sencillo, el autor del libro logra que el lector haga conciencia de la importancia que tienen en la vida, las consecuencias de las decisiones diarias que el ser humano toma.

- Práctica: Identifique una empresa de su ciudad y aplique una entrevista al Gerente o Director de Recursos Humanos, para construir un caso de buena práctica ética. Esta es la primera parte del trabajo final.

Ejemplo de cuestionario de entrevista:

ENTREVISTA

BUENAS PRÁCTICAS ÉTICAS EN EMPRESAS E INSTITUCIONES DEL ECUADOR

Señor Gerente o Director de Recursos Humanos, sírvase responder las siguientes preguntas. Sus respuestas nos ayudarán a conocer y documentar casos que serán parte del Manual de Buenas Prácticas Éticas que, desde la materia de Ética de la Comunicación, lo diseñaremos.

1. ¿Existe un código de ética dentro de su empresa?

Si ()

No ()

Si no lo tiene, explique el motivo.

2. ¿Ha existido algún caso de buena práctica ética dentro de su empresa? En caso de que su respuesta sea positiva, coméntela.

3. ¿Cree usted que la ética ha limitado las oportunidades de negocio?

4. ¿Cree usted que la ética es importante para un buen ambiente laboral?

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

5. ¿Han existido situaciones en la empresa en donde han estado en riesgo las normas éticas?
6. ¿Bajo qué normas morales se rige su empresa?
7. ¿Cómo cree que sería el rumbo de su empresa si no se practicaran normas éticas?
8. ¿Ha conseguido resultados positivos en su empresa gracias a prácticas éticas?

Si ()

No ()

¿Cuáles?

Gracias por responder



Semana 2



Unidad 2. Principios generales de las profesiones, aplicados a la comunicación

2.1. Ética profesional

Para Adela Cortina (2000), la profesión va más allá de una ocupación que permite obtener ingresos y estatus social, puesto que en realidad es una práctica que adquiere su verdadero sentido y significado en el bien o servicio que proporciona a la sociedad.

Jeremy Bentham en su *Deontology or the Science of Morality* se refirió a la ética profesional o deontología profesional como la rama de la ética aplicada, cuyo propósito es establecer los deberes de quienes ejercen una profesión. Lo que significa que la ética profesional regula las actividades que se realizan en el contexto de una profesión, cualquiera que sea esta.

2.2. Los principios y el profesional de la comunicación

Los códigos deontológicos son como la brújula al caminante, una guía, pero quien marca el horizonte que ofrece la ética profesional, son los principios que salen a la luz en cada profesión y que no necesariamente se limitan a los suscritos por estos códigos. Los principios van más allá, definen la actuación por el bien común y no del individualismo.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

16 PRINCIPIOS ÉTICOS GLOBALES DE LA COMUNICACIÓN

LOS 16 PRINCIPIOS ÉTICOS SE HAN DIVIDIDO EN DOS GRUPOS, NUEVE PRINCIPIOS RECTORES Y OTROS SIETE PRINCIPIOS ORIENTADOS A LA PRÁCTICA PROFESIONAL

- 1 TRABAJAR POR EL PÚBLICO DE INTERÉS**
- 2 CUMPLIR CON LAS LEYES Y RESPETAR LA DIVERSIDAD Y COSTUMBRES**
- 3 LIBERTAD DE EXPRESIÓN**
- 4 LIBERTAD DE REUNIÓN**
- 5 LIBERTAD DE MEDIOS**
- 6 HONESTIDAD, VERDAD Y COMUNICACIÓN BASADA EN HECHOS**
- 7 INTEGRIDAD**
- 8 TRANSPARENCIA Y REVELACIÓN**
- 9 PRIVACIDAD**
- 10 COMPROMISO CON EL APRENDIZAJE Y LA CAPACITACIÓN**
- 11 EVITAR CONFLICTOS DE INTERÉS**
- 12 ABOGAR POR LA PROFESIÓN**
- 13 RESPETO Y EQUIDAD POR LOS PÚBLICOS**
- 14 EXPERIENCIA SIN GARANTÍA DE RESULTADOS MÁS ALLÁ DE LA CAPACIDAD**
- 15 COMPORTAMIENTOS QUE MEJORAN LA PROFESIÓN**
- 16 CONDUCTA PROFESIONAL**

Imagen 3. Principios éticos globales de la comunicación. Infografía realizada con datos de Global Alliance for Public Relations and Communication Management

Fuente: Elaboración propia

2.2.1. Ejemplos de ética profesional

Ejemplos de ética profesional	
Competencia profesional	
Éticamente hablando, es importante en un profesional, contar con las competencias necesarias para el cargo o función que desempeña. Un profesional no debe postularse ni asumir encargos o tareas para las cuales no tenga ni el conocimiento, ni la experiencia o la preparación.	
Manejo responsable de la Información	
La información debe ser manejada con suma responsabilidad y discreción por el profesional, sobre todo con datos confidenciales, puesto que su fuga puede afectar o dañar los intereses de la propia empresa.	
Secreto profesional	
La información que llega a manos de un profesional, debe ser guardada con celo y cautela, pues está amparada y protegida por la ley dentro de la que se conoce como secreto profesional.	
Respeto entre colegas	
Un buen profesional no debe desacreditar, insultar, molestar o engañar a sus propios colegas o a otros profesionales, debe demostrar siempre respeto y consideración.	
La inclusión como práctica cotidiana	
En el ejercicio profesional, el trato con toda clase de personas (colaboradores, jefes, proveedores, clientes, etc.), de diferente origen étnico o social, de distintas edades, creencias religiosas, discriminación segregación o exclusión, que pueda denigrar la dignidad humana de una persona.	
Ética financiera	
El mal uso de datos financieros, así como el uso de información confidencial para obtener beneficios personales, son conductas penadas que deben evitarse.	
Comportamiento honesto	
El comportamiento corrupto o deshonesto, el manejo de dinero ajeno, la manipulación de personas, el robo y el fraude, son comportamientos graves con consecuencias legales.	
Cuidado con el medio ambiente	
Cuidar el medio ambiente, proponiendo y siendo parte de programas o acciones, es una opción ética en toda actividad profesional.	

Imagen 4. Ejemplos de ética profesional

Fuente: Elaboración propia



Actividades de aprendizaje recomendadas

- Lea y analice los puntos negativos del caso y sus consecuencias del siguiente [caso de estudio](#):

Evasión de impuestos: el comportamiento ético del contribuyente frente a la evasión de impuestos, este hecho perjudica a la cultura tributaria de las sociedades.
- Mire el [vídeo](#) de [Albertina Navas](#), Consultora de Comunicación y refuerce el tema de principios y el profesional de la comunicación.
- Mire el [vídeo](#) de [Cristina Solórzano](#), periodista y ganadora, junto a Christian Zurita y Fernando Villavicencio, con la publicación “Todos los nombres de arroz verde”, del , que entrega anualmente la UDLA y reconoce la excelencia periodística en el Ecuador.



Semana 3



Unidad 3. Derechos y deberes del profesional de la comunicación

3.1. Derechos del profesional de la comunicación

Respecto de los derechos de los comunicadores, para entender su accionar, es importante revisar algunos artículos de la Ley Orgánica de Comunicación:

Cláusula de conciencia (Art. 39, LOC), a la reserva de fuente (Art. 40, LOC), a mantener el secreto profesional (Art. 41, LOC), al libre ejercicio de la comunicación (Art. 42, LOC), la composición laboral equitativa y paritaria en medios de carácter nacional (Art. 43, LOC), y a los derechos laborales y los trabajadores de la comunicación (Art. 44, LOC).

3.2. Deberes del profesional de la comunicación

En general los deberes del comunicador se enmarcan, en el respeto por los derechos de los demás y la integridad moral de las personas, especialmente su vida privada y a ser ejemplo de conducta intachable, que garantice su autoridad para informar, orientar, denunciar o exigir a través de los medios y canales de comunicación.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Para ello es importante revisar el Código de ética periodística en el Ecuador, capítulo I: El periodista y la comunidad; y el capítulo II: el periodista y el estado.

3.3. El secreto profesional

El secreto profesional del abogado a su cliente, el médico a su paciente, la secretaria a su jefe, el comunicador a su audiencia, es la premisa para cumplir con el compromiso que adquirieron en las aulas durante el tiempo de formación. Sumado todo ello a sus principios y vida en familia, que es lo que en verdad marca el accionar de los seres humanos. Sin dejar de lado, la experiencia que acumula situaciones reales sobre las cuales se debe tomar decisiones.

Se debe poner a consideración el Art. 41 de la Ley Orgánica de Comunicación.- Derecho a mantener el secreto profesional.- Ninguna persona que realice actividades de comunicación social podrá ser obligada a revelar los secretos confiados a ella en el marco del ejercicio de estas actividades. La información obtenida forzadamente carecerá de todo valor jurídico; y, los riesgos, daños y perjuicios que genere a las personas involucradas serán imputables a quien forzó la revelación de los secretos profesionales, quedando obligada a efectuar la reparación integral de los daños.

Para fortalecer la comprensión del tema, se sugiere revisar el Código de ética periodística en el Ecuador, capítulo IV: el periodista y el ejercicio profesional.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Foro: ¿Hasta dónde llega el secreto profesional del periodista?

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Semana 4



Unidad 4. Vida privada

4.1. Concepto de vida privada

Según el diccionario del Español Jurídico, conceptualiza a la vida privada como “el ámbito reservado de la vida de las personas”.

Sin embargo, tiene connotaciones diversas que se adaptan a las circunstancias y a escenarios, considerando las relaciones personales y familiares, filosofía y creencias religiosas, salud, identidad, etc., incluso situaciones financieras, personal y familiar.

Dice Novoa Monreal (1981, p. 42.), refiriéndose a los diferentes significados sobre la privacidad, que «la verdadera razón de tanta variedad de criterios y de tantas contradicciones, vacíos, subjetivismos y confusiones, hemos de encontrarla en una proposición muy simple, que será difícil comprobar: no Vida privada e intimidad: implicaciones y perversiones 723 existe un concepto único de vida privada, se trata de algo relativo y, por consiguiente,

variable conforme a ciertas condiciones. La idea que se tiene de la vida privada varía de una persona a otra, de un grupo a otro, de una sociedad a otra; varía también igualmente, en función de edades, tradiciones y culturas diferentes».

4.2. El respeto a la intimidad y a la vida privada

El artículo 23 de la Constitución de Estado, en sus numerales 8 y 10 dicen lo siguiente: sin perjuicio de los derechos establecidos en esta Constitución y en los instrumentos internacionales vigentes, el Estado reconocerá y garantizará a las personas los siguientes: 8.- El derecho a la honra, a la buena reputación y a la intimidad personal y familiar. La ley protegerá el nombre, la imagen y la voz de la persona.

En conclusión: El estado, a través de la Ley, protege la vida privada del individuo y de su familia.

4.3. La vida en el mundo digital

Solo con revisar un perfil o de algún familiar en la red social Facebook y analizar sus contenidos, podemos tener una idea clara de cuan estamos expuestos como figuras públicas y nuestra vida "privada", que dejó de serla, desde que aceptamos las condiciones del medio social.

Facebook sabe de tu orientación sexual, gustos, deportes, cuánto ganas y dónde sueñas con irte de vacaciones. Es así como nos sorprende con los anuncios en nuestro perfil y consiguen el objetivo, persuadirnos en la era del consumismo.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Actividades de aprendizaje recomendadas

Luego de revisar el contenido de esta unidad, usted podrá participar de una actividad en **Kahoot** (Es una herramienta por la que el profesor crea concursos en el aula para aprender o reforzar el aprendizaje y donde los estudiantes participan con sus respuestas), para lo cual recibirá indicaciones previas: **Piensa y responde**.

Busque en Internet y analice el caso: transmisión del ID de los usuarios de Facebook a compañías de publicidad, para ello revise el siguiente material:

La importancia de la privacidad [Vídeo](#)

¿Qué es la ética de la tecnología y por qué debería importarte? TED Tecnología vs. Privacidad [TED](#)



Semana 5



Unidad 5. La ética de la comunicación y las nuevas tecnologías

5.1. Los delitos en la red

En Ecuador, desde que entró en vigencia el Código Orgánico Integral Penal (COIP), el 10 de agosto del 2014, contempla y sanciona los delitos informáticos, como: la revelación ilegal de datos y su mal uso, el ataque a la integridad de redes y sistemas informáticos, la transferencia electrónica de dinero obtenido ilegalmente y los accesos no autorizados a un sistema de telecomunicaciones, la pornografía infantil, el acoso sexual.

En la norma penal ecuatoriana está el derecho a la intimidad personal y familiar. Quien lo viole puede ser sancionado con prisión de uno a tres años, refiere el art. 178 del Código Orgánico Integral Penal (COIP).

5.2. Deshumanización de las tecnologías

Nos encontramos en una época en donde los seres humanos buscamos alternativas que permiten reemplazar lo que se hace tradicionalmente y lo hacemos de una manera tecnológica, es decir, utilizamos herramientas que realizan el mismo trabajo, en menos tiempo o inclusive sin necesidad de hacer un esfuerzo físico. Por ejemplo, los chatbot usados por muchas empresas, es un programa

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

informático con el que es posible mantener una conversación, tanto si se quiere pedir algún tipo de información o que lleve a cabo una acción, lo que evita que el cliente no tenga que ir físicamente.

Otro ejemplo es El e-commerce o las compras online, se han convertido rápidamente en parte de nuestro diario vivir. El consumidor y especialmente las nuevas generaciones, se descontrolan en ocasiones por el comercio en línea, por su facilidad y comodidad.

Es claro que el desarrollo tecnológico permite un avance en todos los aspectos, pero también un retroceso de la comunicación que se hace frente a frente. La generalización de los mensajes instantáneos a través de dispositivos móviles y de las redes sociales, han cambiado radicalmente la forma de comunicarse y las relaciones interpersonales, y existe cierta preocupación sobre cómo esos nuevos hábitos afectan el encuentro cara a cara, que es uno de los actos más humanos, que escasamente se mantienen.

Las App han reemplazado lo que se hace en la vida cotidiana. Existen aplicaciones para pedir comida, para pedir un taxi, para pedir medicina, entre otras. Además, una nueva era en la que se habla del Internet de las cosas, una conexión con objetos más que con personas. Una inteligencia artificial que, aunque no reemplazará a la inteligencia del ser humano, ya hay resultados positivos sobre conversaciones estructuradas en torno a respuestas programadas.

Y así muchos casos que, desde un simple celular, el usuario se siente dueño del planeta, definiendo un estilo de vida, enfocado únicamente a su bienestar y no al de su comunidad.

Sin lugar a duda, la tecnología nos ha cambiado el diario vivir, pero claro, es el ser humano el responsable de su uso y el valor que les da. Se debe ser consciente que las tecnologías siguen y seguirán

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Actividades de aprendizaje recomendadas

Responda las siguientes preguntas:

- ¿Cómo puede la tecnología deshumanizar? (o sea, privarnos de las cualidades humanas)
- ¿Es la tecnología la que deshumaniza, o las propias personas a través de la tecnología?

Apóyese con el siguiente material:

La [serie Black Mirror](#) se caracteriza por presentar relatos de una sociedad ficticia indeseable en sí misma y analizan cómo la tecnología afecta al ser humano tras una tecno-paranoia.

[Vídeo](#) de Javier Darío Restrepo y la ética periodística y los desafíos de la profesión en la era digital.



Semana 6



Unidad 6. La influencia del poder y la manipulación, el caso de la publicidad

6.1. La publicidad sin ética

Ramón Feenstra (2014), la publicidad parece un terreno poco amable para una aproximación desde la ética, porque se interpreta como una actividad poco deseable cuyos fines no son loables. Sin embargo, desde el punto de vista ético, no todo es malo, ya que siendo la publicidad una forma de comunicación influyente, no significa que sea inmoral, siempre y cuando respete los límites de la persuasión y no coarte la libertad y el desarrollo de las personas.

Yáñez (2008) lo explica así:

La ética no es aplicable a la publicidad, pues lo bueno o lo malo dependen de quién juzga, de la conciencia de cada publicista y esta es inviolable. Por ende, no se les puede obligar a que profesen los mismos principios y actúen de la misma manera, ya que no hay ninguna razón para que unos hombres les impongan sus normas a otros. ¿Por qué tendríamos que exigirle lo mismo a un publicista chino, ruso o chileno, cuando las culturas, las costumbres son tan diferentes? Una buena publicidad no debe soslayar la idiosincrasia de los pueblos.

Ejemplo:



Imagen 5. Publicidad en Netflix

Fuente: Portal El País, España

En el 2016, una publicidad llenó el centro de las capitales de España con carteles con la cara de Pablo Escobar, protagonista de la serie estrella de Netflix «Narcos», cuyo texto juega con el doble sentido de la sustancia que tanto dinero le hizo ganar a Escobar. «**Oh, blanca Navidad**», se puede ver escrito en clara alusión a la cocaína.

La crítica en redes sociales no se hizo esperar y se compartieron fotografías del cartel, asegurando el éxito de la campaña, con comentarios a favor y en contra. Netflix, acusada de mitificar al narcotraficante colombiano y banalizar el tráfico de drogas en sus campañas publicitarias.

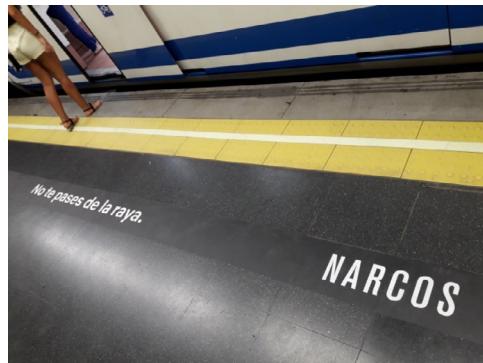


Imagen 6. Publicidad en Netflix

Fuente: Portal El País, España

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Ejemplo:

Snapchat, examina publicidad política en la red para evitar desinformación.

“Estamos examinando todos los anuncios, incluidos los anuncios políticos”, dijo el presidente y CEO de Snapchat, Evan Spiegel: “Lo que estamos tratando de hacer es crear un lugar para anuncios políticos en nuestra plataforma, especialmente en el sentido que llegamos a muchos jóvenes y votantes primerizos, queremos que sean parte de la discusión política, pero no permitiremos cosas como desinformación en estos anuncios”.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Analice el [caso Volkswagen](#), sobre publicidad engañosa, en la página PR noticias (Portal líder de Comunicación, Marketing y Periodismo de habla hispana).

Revise el caso de las modelos de Victoria Beckham. En la campaña [“The Victoria”](#), aparecen “modelos inconscientes” y “desvanecidas” en medio de pulcros ambientes.

Complemente su comprensión con la lectura del siguiente [artículo de investigación](#) de María Bibiana Nieto, sobre publicidad engañosa.



Semana 7



Unidad 7. Libertad de expresión y derecho a la información

7.1. La información, un derecho humano

El derecho a la información es un aspecto importante de la libertad de expresión, consagrado en el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que establece que todo individuo tiene el derecho de “investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas”.

Ante ello y considerando ese derecho al acceso a la información y libertad de expresión, desde el punto de vista de la comunicación, se hace un recuento de la década por la pugna de la verdad en el gobierno de Rafael Correa, según Plan V, Portal Web de periodismo de interés público en el Ecuador.

Recuento de la década por la pugna de la verdad en Ecuador

- 8 de julio de 2008** El Gobierno incauta los medios TC Y Gamavisión de los hermanos Isaías, exbanqueros procesados por peculado bancario.
- 22 de diciembre de 2009** La Superintendencia de Telecomunicaciones cerró por tres días Teleamazonas. Resultado de la entrevista del periodista Jorge Ortiz al opositor Fernando Balda donde se difundió un audio de una reunión en la que supuestamente se hablaba de los cambios de última hora en la Constitución.
- 28 de febrero de 2011** El presidente Rafael Correa demandó a los periodistas Juan Carlos y Christian Zurita por la publicación del libro "El Gran Hermano". El texto trataba sobre contratos del Estado con empresas vinculadas al hermano del presidente, Fabricio Correa.
- 20 de julio de 2011** El juez Juan Paredes condenó a diario El Universo a pagar 40 millones de dólares y dictó prisión de tres años para los tres directivos del medio y el articulista Emilio Palacio. El presidente Rafael Correa demandó al rotativo por publicar el artículo de opinión de Palacio titulado: No a las mentiras (30\$).
- 11 de abril de 2013** El asesinato del periodista Fausto Valdiviezo es hasta el momento uno de los casos más oscuros de los últimos años y que sigue en la impunidad. En el 2010, había dejado TC Televisión - medio incautado por el Gobierno por presiones.
- 25 de junio de 2013** Creó una estructura para el control de contenidos bajo la Superintendencia de Comunicación (Supercom) y el Concejo de Regularización y Desarrollo de la Información (Cordicom). Ambos cuestionados por su falta de Independencia. A casi 4 años de vigencia, la Supercom impuso casi 500 sanciones a medios y periodistas, entre los más polémicos en contra una caricatura de Bonil quien tuvo que rectificarla.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

6 de agosto de 2014	La Superintendencia de compañías decidió cerrar definitivamente al diario Hoy por pérdidas durante dos años consecutivos. Circuló durante 32 años y fue considerado como uno de los medios más críticos contra el Régimen.
24 de enero de 2015	El Presidente amenazó con revelar la identidad del administrador de Crudo Ecuador. Abrió así un nuevo episodio por el control de las redes sociales. Crudo Ecuador es una página de Facebook de corte satírico político. Un meme sobre las compras que había hecho el mandatario en Bélgica causó la ira de Correa.
3 de diciembre de 2015	La Asamblea aprobó un paquete de 15 enmiendas a la Constitución. Entre ellas estuvo que la comunicación pasaba a ser un servicio público que se prestará a través de medios públicos, privados y comunitarios.
12 de abril de 2016	La Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Arcotel) lanzó el concurso de frecuencias más grande en la historia del país. 1.472 frecuencias de radio y TV salieron a licitación.

Imagen 7. Recuento de la década por la pugna de la verdad en Ecuador

Fuente: Elaboración propia



Actividades de aprendizaje recomendadas

Analice la Declaración Universal de los Derechos Humanos e identifique los puntos clave.

“[La Declaración Universal de los Derechos Humanos](#) es un documento que marca un hito en la historia de los derechos humanos. Elaborada por representantes de todas las regiones del mundo con diferentes antecedentes jurídicos y culturales,

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

la Declaración fue proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en París, el 10 de diciembre de 1948 en su [Resolución 217 A \(III\)](#), como un ideal común para todos los pueblos y naciones. La Declaración establece, por primera vez, los derechos humanos fundamentales que deben protegerse en el mundo entero y ha sido [traducida a más de 500 idiomas](#)".



Actividades finales del bimestre

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Semana 8



Unidad 8. Prueba presencial del primer bimestre



Actividades de aprendizaje recomendadas

Aplique lo revisado, leído en cada uno de los capítulos.

- Lecturas
- Casos
- Videos
- Artículos



Autoevaluación 1

Coloque una V si es verdadero o una F si es falso lo que se dice:

1. () La ética es el arte del saber vivir.
2. () Sobre la ética social se construye la ética individual.
3. () Ante una situación de crisis, el profesional ético puede brindar toda la información de la empresa.
4. () El ejercicio profesional ético refuerza la dignidad humana de una persona.
5. () El periodista debe ser neutral ante las situaciones diarias que se dan en la sociedad.
6. () En el ámbito digital, es imposible proteger la vida privada.
7. () En la actuación de un personaje público, si el hecho privado tiene conexión con la vida pública, debe procederse a su publicación.
8. () El sentido común y la prudencia siguen siendo los mejores consejeros en lo que respecta a la difusión de información personal en una red pública, como es Internet.
9. () En la norma penal ecuatoriana está el derecho a la intimidad personal y familiar. Quien lo viole puede ser sancionado con prisión de uno a tres años.

Índice

10. () El derecho a la información es un aspecto importante de la libertad de expresión.

[Ir al solucionario](#)

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Segundo bimestre

Resultado de aprendizaje 1 a 6

- Discierne la mejor elección en cada situación profesional.
- Entiende la relación entre libertad y responsabilidad.
- Distingue las teorías éticas.
- Conoce y entiende el origen de la libertad de expresión y el derecho a la información.
- Identifica y distingue las informaciones que respetan la verdad y la objetividad.
- Comprende y asume la ética en los procedimientos y obtención de información.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semana 9



Unidad 1. Actitudes éticas



Imagen 8. Actuar con ética

Fuente: [Blog Actuar con ética](#)

1.1. Actitudes éticas de la actitud informativa

En el libro La ética informativa vista por los ciudadanos dice que: “a pesar de ser una realidad establecida en la actividad periodística, los distintos códigos deontológicos existentes en la profesión son tajantes a la hora de manifestarse sobre las servidumbres comerciales impuestas en los medios de comunicación. En este sentido, independientemente del ámbito en el cual se desarrolle la actividad informativa (prensa, radio, televisión, Internet, gabinetes de comunicación), de las funciones desempeñadas por los profesionales o de la localización geográfica, todos coinciden en condensar la dependencia del informador de los intereses comerciales de las empresas que contratan publicidad en los espacios informativos” (Salvador Alsius y Francesc Salgado, 2010, p. 149-150).

Se puede entonces concluir que es necesaria una independencia y autonomía de la información y tras ello, actitudes responsables de los profesionales de la comunicación, para que hay una coherencia en el ejercicio de informar a la ciudadanía.

Se mencionan algunas actitudes importantes:

- **Formar sentido crítico**

La prensa juega un papel importante en la construcción de la opinión pública, por tanto, formar un sentido crítico ayuda a que la actividad informativa, esté garantizada primero que nada por el discernimiento entre lo cierto y lo falso, lo importante y lo superficial, las evidencias y las opiniones, lo que se necesita para informar con transparencia y responsabilidad.

- **De actitud de poder a actitud de servicio**

El poder se lo puede describir como la facultad, habilidad, capacidad o autorización para llevar a cabo una determinada acción, por ello, el poder lleva una carga ética importante, que, si se utiliza mal, esa carga es negativa. Lo que ha pasado en muchos países, muchos gobiernos, muchas empresas, medios de comunicación y en el periodismo, en América Latina, en Ecuador, etc., apoderándose de un micrófono, para manipular y acomodar a su conveniencia. Pasar del poder al concepto de servicio, no es complicado, pero frente a intereses y objetivos particulares, podría serlo.

La actitud de servicio es el resultado de experiencias, sentimientos, pensamientos y conductas, por tanto, es un estado mental que responde a una ética colectiva y no individual.

- **Actitud cívica y ciudadana**

El manejo de la información, compromete a ser ciudadanos responsables y comprometidos con la defensa de la identidad, de la cultura, de la protección del bien público, de la participación y opinión ciudadana, etc.

Un ejemplo de ello, en el año 2012 nació un movimiento social en Loja, sin pretender ser un partido político, sino conformar un

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

colectivo que a través de un amplio foro esté monitoreando activa y permanentemente las propuestas de los candidatos, y la gobernanza de éstos cuando sean elegidos. Los medios de comunicación estuvieron pendientes de sus actividades e hicieron eco de las mismas.



Imagen 9. Identidad visual de Loxa es más

Fuente: loxaesmas.org

Así fue como Diario [El Universo](#) hizo una mención para informar sobre grupos ciudadanos en el sur del país.

- **Actitud de diálogo**

El diálogo como un derecho y un deber, debe tener su espacio antes de la confrontación. Tener muy claras las reglas que se han de seguir para evitar que se llegue a alguna situación complicada o a dañar una buena relación, que los comunicadores, periodistas, medios de comunicación, etc., están expuestos.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Elija un caso del [Libro Ochenta casos para el estudio de la ética](#) y resuélvalo.

Deténgase y analice en esta unidad, el comic de Mafalda y respóndase ¿Cuál es la actitud de respuesta del vendedor, frente al cuestionamiento de Mafalda?

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Semana 10



Unidad 2. Creatividad y ética profesional

2.1. Actos creativos

Los actos creativos no solo se les puede atribuir a los diseñadores, artistas o a los mismos llamados creativos. También cuentan los medios de comunicación con sus procesos o protocolos, las empresas con sus objetivos de gestión y económicos, las personas con sus proyectos de vida, entre otros. Todos pueden cambiar la sociedad, desde su lugar, desde su espacio, desde sus proyecciones, todos aportando para un cambio de la humanidad.

Romano Guardini, sacerdote, pensador, escritor y académico católico alemán, en su libro *Las etapas de la vida* dice: "Oye, tú. Mira, Comprende. Actúa. Haz lo que debe hacerse ahora... (algo que) si se omite, quedará sin hacerse para siempre". Lo que significa que todos estamos llamados a hacer algo desde la creatividad de nuestras ideas, respetando los cánones de la ética, en donde esas acciones tienen que estar pensadas en la construcción del ser humano.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Un ejemplo de creatividad cuestionada, fue la de la valla publicitaria en Loja, en el 2017, que desató críticas contra la tienda de carnes Würstchen, tildándola como machista, sexista, cruel, y más calificativos, y en otros casos, como publicidad creativa.



Imagen 10. Publicidad de Würstchen

Fuente: Foto tomada de la página web de Diario El Universo

Todo en la vida tiene un límite, y es responsabilidad de cada persona saberlo medir, bajo sus principios éticos y morales.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Revise el [TED](#) “Entre memes y manipulación”. Entre creatividad y ética, de Andrés Plascencia.

En este video, el expositor explica cómo el lenguaje visual puede ser manipulado para mostrar mensajes diferentes. El creativo recibe el mensaje, sin embargo, está expuesto a recibir propuestas externas

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

o manipulaciones para adaptarlo a intereses particulares, lo que no está bien visto desde el punto de vista de la ética, porque así solo se trasmisitirá un mensaje sesgado.



Semana 11



Unidad 3. Ética y Responsabilidad Social de los medios de comunicación

3.1. Responsabilidad Social

Chile es uno de los países de América Latina que trabaja para alcanzar estándares mundiales tras una organizada gestión de prácticas de RS. En este sentido, existen dos organizaciones en ese país en materia de responsabilidad social:

La Fundación Prohumana de Chile, que define la RS como la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de estos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Acción RSE: Su misión es “Movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas a administrar sus negocios de forma socialmente responsable, generando así un desarrollo sustentable”.

En Ecuador desde el 2005, CERES, es la entidad líder en gestión del conocimiento, capacitación e investigación sobre Responsabilidad Social en Ecuador, además funciona como aliado estratégico de las principales organizaciones promotoras de responsabilidad social en la región.

Ejemplo de Responsabilidad Social

Programa de Voluntariado Únete de Holcim Ecuador

A inicios del 2012, Holcim Ecuador presentó a sus colaboradores, el programa de voluntariado, una iniciativa para comprometerlos a que dediquen un día laboral y participar con sus vecinos de las comunidades aledañas en programas de educación, liderazgo, ambiente y seguridad que desarrolla la Fundación Holcim Ecuador desde el 2005.

3.2. Responsabilidad social y medios de comunicación

La función primordial de los medios de comunicación es informar, lo que compromete una conciencia con respecto a las necesidades de la comunidad, para responder a ellas a través de productos diseñados a la medida, como un noticiero, un boletín, etc., todo ello dirigido a un colectivo.

Un ejemplo pensado en dar una información responsable como medio de comunicación son los chatbots de los artículos de la BBC:

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

BBC News Lab y BBC Visual Journalism han desarrollado una aplicación para que los redactores de la cadena puedan [crear](#) (Enlaces a un sitio externo.) chatbots e integrarlos en el cuerpo de sus artículos online. En algunos casos, los periodistas se olvidan de que sus lectores no conocen el contexto de los temas sobre los que escriben, para evitar eso los profesionales seleccionarán las preguntas sobre las que los usuarios podrán hacer clic e insertarán un bot fácilmente reutilizable en otros artículos. De esta forma, la BBC logrará explicar temas complejos a un público poco familiarizado con ellos. Esta estrategia cuenta como buena práctica de gestión y comunicación responsable y sostenible.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Identifique casos de empresas de Ecuador que hagan RS. Ingrese a la página Web de [CERES](#) (Consorcio ecuatoriano para la RS y Sostenibilidad) como fuente de información.

Escuche el [podcast](#): Comunicación organizacional sustentable de Juan José Larrea, Director del Grupo Dircom.

Lea el [artículo](#) “La RSE en los medios de comunicación: ¿realidad o ficción?”.

Identifique casos de medios de comunicación del Ecuador con acciones o programas de RS.



Semana 12



Unidad 4. Ética financiera

4.1. Ética financiera y su comunicación

La información financiera de una empresa y su manejo responsable, son primordiales en un profesional. El falseo de datos financieros, así como el uso de información confidencial para obtener beneficios en el mercado, son todas conductas penadas que deben evitarse.

Comunicar esos procesos, resultados, rendición de cuentas, etc., es un tema sensible, por tanto, desde la comunicación se trabaja para posicionar las marcas con valores diferenciados respecto a sus competidores, en este caso la transparencia como resultado de su gestión administrativa. Además, involucra medios de comunicación, redes sociales, consumidores, instituciones y empresas, a quienes debe llegar esa información. Otro valor agregado es la reputación de las compañías, puesto que no solo deberían abrir sus libros contables en momento difíciles, sino también en los buenos. Sin duda la comunicación financiera es una herramienta de apoyo al negocio de las empresas del mundo de las finanzas: bancos, aseguradoras, gestoras de fondos, etc.

En la página web de Nueva Tribuna de España, Ernesto Ruiz Ureta, dice: "El comportamiento de la gran mayoría de los bancos es todo menos ético. Cuanto más se conoce sobre su actuación y contribución al desmoronamiento de la economía y los valores sociales, más debemos darnos cuenta de que el problema que ellos

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

han creado, además, no se está resolviendo y la impunidad de estas empresas (el lucro y solo el lucro es su objetivo) y de sus dirigentes está haciendo crecer el cáncer social que nos llevará al final de este modo de vivir. Los bancos han fortalecido su impunidad siendo cada vez más grandes (*too big to fail*), así han llegado de esta forma a ser una bomba de fuerza irresistible y de consecuencias mortales que les ha hecho impunes ante la justicia (*too big to jail*”).



Actividades de aprendizaje recomendadas

Lea sobre el caso [Odebrecht](#), y analice las situaciones negativas. El escándalo protagonizado por la constructora Odebrecht, se esparció desde Brasil al continente y más allá, tras admitir coimas por 788 millones de dólares en 12 países, incluyendo dos africanos. En algunos, salpicó a figuras políticas y se efectuaron detenciones y condenas.



Imagen 11. Caso Odebrecht

Fuente: [CNN en Español](#)

Revise este [vídeo](#) y conocer el caso de Telefónica S.A, su Presidente Ejecutivo España, rescata el concepto de negocio responsable, con principios que guían la labor diaria y que cuidan la reputación de su marca.



Semana 13



Unidad 5. Verdad, objetividad y ética

5.1. ¿Qué es verdad en el periodismo?

El padre de la prensa amarillista, Joseph Pulitzer, es parte de la historia del buen periodismo, aquella que se alaba por exagerar la realidad mediante titulares llamativos o escandalosos. Pulitzer además es el impulsor de los premios que llevan su apellido, y es la máxima distinción que puede recibir un periodista desde el siglo XX. Es una serie de 21 galardones correspondientes a temáticas: periodismo, literatura, composición musical y teatro, entregados por la Universidad de Columbia, Estados Unidos.

Respecto de los premios Pulitzer, en 1993, Kevin Carter, fotoperiodista sudafricano, fotografió a un niño sudanés, Kong Nyong, famélico y muriendo de hambre a las afueras de su comuna, mientras un buitre estaba al acecho. The New York Times publicó la foto el 26 de marzo de 1993, y Carter ganó el Pulitzer. La crítica se cernió contra él e intentó justificarse, alegando que el niño estaba muriendo y que

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Imagen 12. Fotografía de niño sudanés famélico

Fuente: Fotografía tomada de [Hemeroteca La Vanguardia](#)



Imagen 13. Petra Laszlo puso la zancadilla a varios refugiados que huían de la policía.

Fuente: [RT en Español](#)

En septiembre de 2015, la periodista húngara Petra Laszlo, fue despedida del medio de comunicación donde trabajaba por patear a varios refugiados mientras huían de la policía, en la frontera entre Hungría y Serbia.

Entonces, ¿Qué es verdad en el periodismo? ¿Es verdad lo que está, lo que es, lo que crees, lo que piensas, lo que lees?

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Javier Darío Restrepo, periodista colombiano, el máximo referente en asuntos de ética periodística en América Latina, cuya labor fue fortalecer la ética en el oficio periodístico, menciona una sus cualidades: “El buen periodista es un apasionado por la verdad”. Lo que demuestra una vez más que el compromiso con la verdad, es lo esencial para un periodista, y apoyando ese compromiso con la verdad, la responsabilidad para con la sociedad es sobre todo la independencia. El profesional debe trabajar para la comunidad más que para sí mismo.

“El profesional debe vivir su actividad como vocación, en el sentido de que deben contar con las aptitudes requeridas para proporcionar ese bien y ser consciente de la valía del servicio que presta, anteponiéndolo a su interés egoísta” Cortina, 2000, p.8).

Ejemplo:

En el Manual sobre Ética periodística de Javier Darío Restrepo y Luis Manuel Botello, presenta un caso para discutir y analizar: Un periodista colombiano grababa a un policía que desactivaba un carro bomba que la guerrilla había dejado en una transitada carretera, cuando ocurrió la explosión. Intentó correr para ayudar al policía que se arrastraba con sus piernas destrozadas. ¿Qué hubiera sido lo correcto: informar o ayudar?

Respuesta:

“Si uno puede salvar una vida, eso es antes que todo. Uno se vuelve responsable de una vida cuando es testigo de su agonía; por eso el primer deber es ayudar, después vendrán las tareas informativas”.

5.2. Objetividad, verdad y exactitud

“Una de las manifestaciones en que consiste ser periodista, tal vez la más representativa, es contar a los demás lo que está pasando (...) El periodista es por definición el buscador y difusor de verdades, el que investiga, conoce y transmite a los demás la realidad, una parte de la realidad, del mundo” (Soria, 1997, p.135).

Por ello, la objetividad y verdad aparecen a los ojos de los periodistas como resultado de su accionar, es aquí cuando la verdad informativa se reviste de objetividad al informador, como un derecho ético.

Y lo opuesto a eso, las mentiras que se muestran como verdad, porque así se sienten o se asumen. Un ejemplo, la sensación anti-sistema catapultó a Donald Trump a la presidencia de EE.UU. El 70% de las declaraciones que hizo durante su campaña electoral, según análisis de [Politifact](#), fueron falsas, “que a pesar de sentirlo como verdad, no se apoyaron en la realidad”, escribió la revista [The Economist](#).



Imagen 14. La verdad y la posverdad

Fuente: [El mundo de la posverdad](#)



Actividades de aprendizaje recomendadas

Identifique 5 periodistas locales, nacionales o internacionales que antepongan la ética en su profesión.

Elija un artículo del [Manual sobre Ética Periodística en la Era Digital](#), lea y refuerce este capítulo.

Lea este [artículo](#) de investigación de José Carlos Losada sobre Comunicación vs. Postverdad.



Semana 14



Unidad 6. Ética y medios de comunicación

Los medios de comunicación llegan a las personas desde distintos lugares, culturas, ideologías, etc., por tanto, son capaces de llegar a cambiar o transformar criterios, además de influir con información en la sociedad, jugando un papel de transformador socio cultural.

Hay muchas acciones antiéticas a las que los medios de comunicación se han visto involucrados, y que simplemente

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

avanzan en direcciones controvertidas, donde ocasionalmente entran en conflicto la deontología periodística y mediática y la lucha por el aumento de la audiencia (o su equivalente digital en click, usuarios, sesiones, seguidores o posicionamiento en buscadores).

6.1. Ética en tiempos de infoxicación

La infoxicación es la sobrecarga informativa. [Alfons Cornellá](#) (2003), padre del término “infoxicación”, explica que “Hay que diseñar instrumentos para reducir el ruido informativo y aumentar la productividad del tiempo de atención del que disponemos”.

La infoxicación es la enfermedad digital del siglo XXI y que, al estar enganchados a las nuevas tecnologías, nos impide elegir la información precisa y correcta, ante la cantidad de contenidos expuestos en Internet, el consumo por inmediatez, la inseguridad en las fuentes de información, el miedo a perder titulares importantes, solo nos limita a centrarnos en lo trascendente y útil.

La infoxicación digital se cura con gestión y organización, y para ello cuenta la habilidad de filtrar la información.



Imagen 15. Proceso de infoxicación

Fuente: Elaboración propia

Ejemplo que empuja la infoxicación en el mundo:

La hiperconexión de los usuarios a Internet a través de la telefonía móvil. Según el GSMA (Global System for Mobile Communications), el número de abonados únicos ha alcanzado los 5000 millones, que corresponde a las dos terceras partes de la humanidad que tienen al menos un móvil.

6.2. Fake news, disfrazar la mentira de realidad

En ese contexto, Allcott y Gentzkow (2017, p.212) conceptualizan a las fake news como “señales distorsionadas que no están correlacionadas con la verdad”, por ello es que su definición está ligada a la manipulación y desinformación. Para Oates (2016), usualmente las fake news se muestran como “entretenimiento propagandístico”, lo cual disfrazado de noticia, facilita su consumo y aceptación en la audiencia, acompañados de contenido escandaloso, ataques e imágenes sacadas de contexto, con las cuales se crea una diversidad de historias que, sumado a un conjunto de sistemas algorítmicos, producen un interés refrenado por dar un “Me gusta” o un “compartir” y que el resultado final es una noticia falsa con afectaciones a personas.

Hay millones de casos diarios, que en redes sociales se publican, comparten, etc., y uno de los más recientes es en torno al Coronavirus, la epidemia que asusta a la humanidad en el 2020.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Imagen 16. Noticia falsa del Coronavirus

Fuente: Fotografía tomada de Internet

La fotografía en realidad se tomó en la ciudad alemana de Fráncfort en 2014, en el marco de un proyecto artístico para recordar a las víctimas del campo de concentración nazi de Katzbach.



Imagen 17. Cultura ligth y posverdad

Fuente: Fotografía tomada de [Gazeta](#)

Los medios tradicionales de comunicación y los nuevos medios, como las redes sociales, son muchas veces repositorios de mentiras organizadas, conocidas como fake news (noticias falsas), quienes mantienen el mundo de la llamada «posverdad». Ya no hay verdades, solo el efecto del mensaje, cargado de mentiras, burlas, etc., que hacen que los pueblos involucionen, cada día más lejos del desarrollo cultural, económico y social.

6.3. Teoría de la Aguja Hipodérmica o “Bala Mágica”

A lo largo de los años, se ha evidenciado una evolución en los procesos comunicativos, logrando que la parte informativa, emocional, entre otros aspectos de la comunicación, se vayan adaptando a los diferentes contextos.

Estudiando un poco más estos procesos de la comunicación, la Teoría de la Aguja Hipodérmica es la más cercana en cuanto a situaciones vividas diariamente; resaltando esta idea ya que es la más cercana y adaptada al entorno de la sociedad ecuatoriana.

En relación con muchas problemáticas dadas a lo largo del tiempo, se ha recopilado algunos claros ejemplos de cómo la información siempre es influenciada por claras ideologías políticas, que a su vez reciben muchos beneficios y sobre todos beneficios a particulares, ya que termina siendo una guerra mediática en la cual se quiere impregnar en el pueblo, ciertas “emociones” de ciertos políticos y sus partidos.

Existen otros ejemplos mundiales en donde se evidencia claramente lo influenciable de las masas y de qué cómo los medios de comunicación dan a conocer sencillamente lo que las partes políticamente interesadas, están de acuerdo.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

A pesar de que la Teoría expuesta ha perdido peso en muchos casos, ya que con el tiempo es más difícil “manipular” a los medios y, por consiguiente, a las personas que consumen sus contenidos, se ha visto que cumple así en ciertos casos, el de persuasión de una parte del público (y una parte muy representativa) y por lo cual, tiene sus consecuencias.

Harold Lasswell (1927) identificó, en su libro “Técnicas de propaganda en la guerra mundial”, la teoría de la aguja hipodérmica o bala mágica, basada en “inyectar en la población una idea concreta con ayuda de los medios de comunicación de masas para dirigir la opinión pública en beneficio propio y que permite conseguir la adhesión de los individuos a su ideario político sin tener que recurrir a la violencia”.

Ejemplos nacionales

La crisis reciente del Paro Nacional, se vivió de cerca cómo el gobierno daba la pauta para que se mostraran sencillamente ciertas noticias, así como se le negaba al pueblo su libertad de expresión en los medios y muchas personas desaparecieron por estos hechos. En elecciones presidenciales año tras año, hay claros ejemplos en cómo los medios de comunicación son manipulados casi en su totalidad por el partido político que tenga más influencia en el pueblo, ya sea por dinero, poder o bien o por miedo

Ejemplos mundiales

La situación de los refugiados, un hecho lamentable que ha hecho que el mundo se encuentre con un sin fin de sentimientos encontrados, dado que sus gobiernos presionan a

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

los medios de comunicación para que no muestren la cruda realidad detrás de todo el sufrimiento.

El terrible ataque a París el 15 de noviembre de 2019, que conmocionó al mundo, dando a conocer los diferentes ataques terroristas, dejando a más de 100 personas fallecidas que los medios de comunicación nos dieron a conocer de forma instantánea. Lo que no se supo de forma inmediata fue el ataque a Siria, donde además de los terroristas, murieron muchos inocentes por temas políticos. Esta noticia a algunos les indignó, a otros les sorprendió y a muchos otros les pasó por desapercibido. Es muy curioso ver que en el poder mediático se realce con más pena lo sucedido en Francia, que en Siria.

The Coca Cola Company es un claro ejemplo en cómo su propaganda y manera de gestionar su marca, logra un claro impacto en las masas, haciendo que éstas, consuman su producto.



Actividad de aprendizaje recomendada

Elija un caso del Libro [Ochenta casos para el estudio de la ética](#) y refuerce la unidad.

Identifique 5 casos de medios de comunicación éticos y revise el [Código de ética periodística en el Ecuador](#)

Lea el artículo de investigación: [La ética aplicada a los medios de comunicación](#)

Índice

Primer
bimestre

Segundo
bimestre

Solucionario

Referencias
bibliográficas

Descargue el artículo de investigación: [La innovación en el periodismo como antídoto antes las Fake News](#)

Lea y analice los siguientes artículos divulgativos:

[Bolivia: elections, fake news and citizen responsibility](#)

[Desinformación aviva la violencia en medio de crisis de países sudamericanos](#)

[Hay que fomentar el criterio para difundir contenidos en redes sociales](#)



Semana 15



Unidad 7. Ética y periodismo

- No es un buen reportaje
- ¿Acaso no te advertí que verifiques las fuentes?



Imagen 18. Meme

Fuente: Elaboración propia

¿Es posible pensar en el periodismo sin ética? Podría sobreentenderse que el quehacer o trabajo periodístico tiene una carga considerable de ética, porque la base de todo es la trasmisión de información certera y verificada, además pensando en el respeto a la ciudadanía. Sin embargo, hay casos que esa relación se ha perdido u olvidado a propósito, respondiendo solamente a ciertos intereses individuales. El periodismo sin ética es un periodismo irresponsable, que rompe con su función social para con la comunidad.

Lisette Poole, fotoperiodista independiente, cubana-americana, durante una charla en el 2017, en el marco del Festival Gabo (Institución internacional creada en Cartagena por el periodista y nobel de literatura colombiano Gabriel García Márquez), compartió

con periodistas sus experiencias y dio varias recomendaciones que evitan incurrir en faltas éticas:

- Saber cuándo hay algo que contar.
- Ser sinceros con él o los personajes.
- Mantener la distancia con los personajes.
- No distorsionar la historia.

Un ejemplo de ello, el trabajo realizado por David Díaz Arcos, fotógrafo documental desde hace ocho años y realizador audiovisual de profesión, autor de la fotografía más emblemática de las protestas indígenas del 9 de octubre de 2019, día del paro nacional en Ecuador en contra de las medidas de austeridad del presidente Lenín Moreno.



Imagen 19. Indígena de la provincia de Cotopaxi, en medio de una nube de gas lacrimógeno, con una mascarilla cubriendole su rostro.

Fuente: Fotografía de David Díaz Arcos / Bloomberg

“La ética es uno de los aspectos que tienes presente al momento de cubrir un hecho noticioso, que depende primero de la ética del medio para el que estés trabajando. Si la ética del medio y la del periodista coinciden, es una buena relación profesional, porque los dos saben que es lo que quieren mostrar y como quieren contar la historia.

El respeto y sensibilidad para el fotografiado es parte del trabajo, reconocerse en la persona que fotografías es esencial. No se puede retratar a alguien sin que tengas empatía o te reconozcas de una u otra forma con la persona que retratas. Por eso es importante tener el permiso de la persona que estás fotografiando, sea un permiso

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

verbal o simple gesto de aprobación. Esta relación debe darse antes o después de la fotografía. Lo importante es relacionarse con la persona y a través de esa empatía y reflexión, tu ética como periodística te permite cuestionarte cómo y para qué decides fotografiar a una persona o suceso" (D. Díaz Arcos, comunicación personal, 12 de febrero de 2020).



Actividades de aprendizaje recomendadas

Lea este [artículo](#) de investigación y refuerce la unidad de ética y periodismo.

Mire el [vídeo](#) II Cátedra de Ética Periodística Javier Darío Restrepo.



Actividades finales del bimestre



Semana 16

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



Unidad 8. Prueba presencial del segundo bimestre.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Aplique lo revisado, leído en cada uno de los capítulos.

- Lecturas
- Casos
- Videos
- Artículos



Autoevaluación 2

Coloque una V si es verdadero o una F si es falso lo que se dice:

1. () Los códigos deontológicos condenan la dependencia del informador de los intereses comerciales de las empresas que contratan publicidad en los espacios informativos.
2. () El sentido crítico permite el discernimiento entre lo cierto y lo falso, lo importante y lo superficial, las evidencias y las opiniones, lo que se necesita para informar con transparencia y responsabilidad.
3. () La creatividad no está regida por la ética.
4. () El creativo recibe el mensaje, sin embargo, está expuesto a recibir propuestas externas o manipulaciones para adaptarlo a intereses particulares, lo que no está bien visto desde el punto de vista de la ética.
5. () Chile es uno de los países de América Latina que trabaja para alcanzar estándares mundiales tras una organizada gestión de prácticas de Responsabilidad Social.
6. () El falseo de datos financieros, así como el uso de información confidencial para obtener beneficios en el mercado no son conductas penadas.
7. () El compromiso con la verdad, es lo esencial para un periodista, y apoyando ese compromiso con la verdad, la responsabilidad para con la sociedad es sobre todo la independencia.

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

8. () La objetividad y la verdad aparecen a los ojos de los periodistas como resultado de su accionar, es aquí cuando la verdad informativa se reviste de objetividad al informador, como un derecho ético.
9. () La infoxicación digital se cura con gestión y organización, y para ello cuenta la habilidad de filtrar la información.
10. () El quehacer o trabajo periodístico tiene una carga considerable de ética, porque la base de todo es la trasmisión de información certera y verificada, además pensando en el respeto a la ciudadanía.

[Ir al solucionario](#)

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas



4. Solucionario

Sopa de letras

Autoevaluación 1	
Pregunta	Respuesta
1	V
2	F
3	F
4	V
5	F
6	F
7	V
8	V
9	V
10	V

Ir a la
autoevaluación

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Autoevaluación 2	
Pregunta	Respuesta
1	V
2	V
3	F
4	V
5	V
6	F
7	V
8	V
9	V
10	V

Ir a la
autoevaluación



5. Referencias bibliográficas

Benavides, J. (2004). La ética y los medios de comunicación en el ámbito de la cultura publicitaria. Una aproximación conceptual. En Zamora, J. A. *Medios de comunicación, información, espectáculo y manipulación*. Navarra: Verbo Divino.

Bentham, J. (1834). *Deontology or the Science of Morality*. Valencia: Librería de Hallen y sobrinos.

CERES. Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Recuperado: 15/11/2012. <http://www.redceres.org/>

Código de ética periodística en Ecuador. Recuperado de: file:///C:/Users/mabendano/Downloads/108888394-CODIGO-DE-ETICA-PERIODISTICA-EN-EL-ECUADOR.pdf

Código Orgánico Integral Penal (25 de marzo del 2013). Recuperado de: file:///C:/Users/mabendano/Desktop/C%C3%B3digo%20Org%C3%A1nico%20Integral%20Penal.pdf

Cortina, A. y Martínez, E. (1996). Ética. Madrid: Akal.

Constitución del Estado (20 de Octubre 2008). Recuperado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/LOTAIP/2017/DIJU/octubre/LA2_OCT_DIJU_Constitucion.pdf

Índice

Primer bimestre

Segundo bimestre

Solucionario

Referencias bibliográficas

Declaración Universal de los derechos humanos (10 de diciembre de 1948.) Recuperado de: <https://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>

Echaniz, A. y Pagola, J. (2004). Ética del profesional de la comunicación. España: RGM, S.A.

Feeenstra, R. (2015). Ética de la publicidad. Retos en la era digital. Madrid: Editorial Dykinson.

Herran, María Teresa y Javier Darío, R. (2015). Ética para periodistas. Editorial: Tercer Mundo.

LLera, M. (29 de octubre de 2014). Teoría de la aguja hipodérmica (Mensaje en un blog). Recuperado de <https://prezi.com/nizw4nlpuoeo/teoria-de-la-aguja-hipodermica/>

Monreal, N. (1981). Derecho a la vida privada y libertad de información. México: Siglo XXI.

Nieto, M. B. (s.f.). Publicidad engañosa [en línea] (Documento no publicado. Facultad de Derecho. Universidad Católica Argentina). Disponible en: <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/investigacion/publicidad-enganosa-mariabibiana-nieto.pdf>

Objetivos de Desarrollo Sostenible (25 de septiembre de 2015). Recuperado de: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Ley Orgánica de Comunicación (20 de febrero de 2019). Recuperado de: http://www.consejodecomunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/02/Ley_Organica_Comunicacion_reformada.pdf

Losada, J. (2020). Comunicación vs posverdad. Revista Imagen y Comunicación. Recuperado de: https://issuu.com/revistaimagenycomunicacion/docs/revista_imagen_y_comunicaci_n_85/35

Romero, L. y Rivera, D. (2019). La comunicación en el escenario digital: actualidad, retos y prospectivas. México: Pearson.

Parra Pujante, A. (2003). Periodismo y Verdad. Madrid: Biblioteca Nueva.

Pellicer, M. (2011). Ética y publicidad: un binomio polémico. Question, 1(31). Recuperado a partir de <https://www.perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1180>

Restrepo, J. y Botello, L. (2018). Manual sobre Ética Periodística en la Era Digital. International Center for Journalists.

Salvador A., y Francesc S., (2010). La ética informativa vista por los ciudadanos. Contraste de opiniones entre los periodistas y el público. España: Editorial UOC.

Savater, F. (1998). Ética para Amador. Barcelona: Ariel. Pág. 33.

Soria, C. (1997). El laberinto informativo. Una salida ética. Pamplona: Eunsa.

Torres, Z. (2014). Introducción a la ética. México: EBOOK.

Yañez, E. Manual de publicidad. (8 de octubre de 2008). Disponible en: [file:///C:/Users/mabendano/Downloads/1180-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4729-1-10-20110921%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/mabendano/Downloads/1180-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4729-1-10-20110921%20(3).pdf)