



Vicerrectorado de Modalidad Abierta y a Distancia

Ética Periodística

Guía didáctica



Modalidad de estudio: a distancia

Facultad de Ciencias Sociales, Educación y Humanidades

Ética Periodística

Guía didáctica

Carrera	PAO Nivel
▪ Comunicación	III

Autora:

Mónica Elizabeth Abendaño Ramírez



P E R I _ 4 0 4 8

Asesoría virtual
www.utpl.edu.ec



Universidad Técnica Particular de Loja

Ética Periodística

Guía didáctica

Mónica Elizabeth Abendaño Ramírez

Diagramación y diseño digital:

Ediloja Cía. Ltda.

Telefax: 593-7-2611418.

San Cayetano Alto s/n.

www.ediloja.com.ec

edilojacialtda@ediloja.com.ec

Loja-Ecuador

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



Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)

Usted acepta y acuerda estar obligado por los términos y condiciones de esta Licencia, por lo que, si existe el incumplimiento de algunas de estas condiciones, no se autoriza el uso de ningún contenido.

Los contenidos de este trabajo están sujetos a una licencia internacional Creative Commons **Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 (CC BY-NC-SA 4.0)**. Usted es libre de **Compartir – copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. Adaptar – remezclar, transformar y construir a partir del material citando la fuente, bajo los siguientes términos: Reconocimiento- debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios.** Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante. **No Comercial-no puede hacer uso del material con propósitos comerciales. Compartir igual-Si remezcla, transforma o crea a partir del material, debe distribuir su contribución bajo la misma licencia del original.** No puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Índice

1. Datos de información.....	9
1.1. Presentación de la asignatura	9
1.2. Competencias genéricas de la UTPL.....	9
1.3. Competencias específicas de la carrera	9
2. Metodología de aprendizaje.....	10
3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje.....	11
 Primer bimestre.....	 11
 Resultado de aprendizaje 1 y 2	 11
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	11
 Semana 1	 11
 Unidad 1. Historia de la ética	 11
1.1. Conceptos de ética	12
1.2. Conceptos de valores éticos	13
Actividades de aprendizaje recomendadas	15
Autoevaluación 1	16
 Resultado de aprendizaje 3.....	 17
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	17
 Semana 2	 17
 Unidad 2. Principios generales de las profesiones, aplicados a la comunicación	 17
2.1. Ética profesional	17
2.2. Los principios y el profesional de la comunicación.....	18
2.3. Ejemplos de ética profesional.....	19
Actividades de aprendizaje recomendadas	19
Autoevaluación 2.....	21
 Semana 3	 23
 Unidad 3. Derechos y deberes del profesional de la comunicación	 23
3.1. Derechos del profesional de la comunicación	23

3.2. Deberes del profesional de la comunicación	23
3.3. El secreto profesional.....	24
Actividades de aprendizaje recomendadas	27
Autoevaluación 3	28
Resultado de aprendizaje 4.....	30
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	30
Semana 4	30
Unidad 4. Vida privada.....	30
4.1. Concepto de vida privada.....	30
4.2. El respeto a la intimidad y a la vida privada.....	31
4.3. La vida en el mundo digital	33
Actividades de aprendizaje recomendadas	34
Autoevaluación 4	35
Resultado de aprendizaje 5.....	37
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	37
Semana 5	37
Unidad 5. La ética de la comunicación y las nuevas tecnologías	37
5.1. Los delitos en la red.....	37
5.2. Deshumanización de las tecnologías.....	38
Actividades de aprendizaje recomendadas	40
Autoevaluación 5	41
Resultado de aprendizaje 6.....	43
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	43
Semana 6	43
Unidad 6. La influencia del poder y la manipulación, el caso de la publicidad	43
6.1. La publicidad sin ética.....	43
Actividades de aprendizaje recomendadas	46
Autoevaluación 6.....	47



Resultado de aprendizaje 7.....	48
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	48
Semana 7	48
Unidad 7. Libertad de expresión y derecho a la información	48
7.1. La información, un derecho humano.....	49
Actividades de aprendizaje recomendadas	50
Autoevaluación 7	52
Resultado de aprendizaje 8 y 9	53
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	53
Semana 8	53
Unidad 8. Prueba presencial del primer bimestre	53
Actividades finales del bimestre	54
Actividades de aprendizaje recomendadas	54
Autoevaluación 8.....	55
Segundo bimestre	56
Resultado de aprendizaje 10.....	56
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	56
Semana 9	56
Unidad 9. Actitudes éticas	56
9.1. Actitudes éticas de la actitud informativa	57
Actividades de aprendizaje recomendadas	60
Autoevaluación 9.....	61
Resultado de aprendizaje 11.....	63
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	63
Semana 10	63
Unidad 10. Creatividad y ética profesional	63
10.1. Actos creativos	63

Índice



10.2.Pensamiento creativo-ético del comunicador	65
Actividades de aprendizaje recomendadas	65
Autoevaluación 10.....	66
Resultado de aprendizaje 12.....	67
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	67
Semana 11	67
Unidad 11. Ética y responsabilidad social de los medios de comunicación....	67
11.1.Responsabilidad social	67
11.2.Responsabilidad social y medios de comunicación	69
Actividades de aprendizaje recomendadas	70
Autoevaluación 11.....	71
Resultado de aprendizaje 13.....	72
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	72
Semana 12	72
Unidad 12. Ética y comunicación política.....	72
12.1.Comunicación política.....	72
12.2.La propaganda política.....	73
Actividades de aprendizaje recomendadas	74
Autoevaluación 12.....	75
Resultado de aprendizaje 14.....	76
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	76
Semana 13	76
Unidad 13. Verdad, objetividad y ética	76
13.1.¿Qué es verdad en el periodismo?	76
13.2.Objetividad, verdad y exactitud	79
Actividades de aprendizaje recomendadas	80
Autoevaluación 13.....	81



Resultado de aprendizaje 15.....	82
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	82
Semana 14	82
Unidad 14. Ética y medios de comunicación	82
14.1.Ética en tiempos de infoxicación.....	83
14.2.Fake news, disfrazar la mentira de realidad.....	84
14.3.Teoría de la aguja hipodérmica o “Bala mágica”	86
Actividades de aprendizaje recomendadas	87
Autoevaluación 14.....	88
Resultado de aprendizaje 16.....	89
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	89
Semana 15	89
Unidad 15. Ética y periodismo	89
15.1.Memes en la comunicación política.....	91
Actividades de aprendizaje recomendadas	92
Autoevaluación 15.....	93
Resultado de aprendizaje 8 y 9	94
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	94
Semana 16	94
Unidad 16. Prueba presencial del segundo bimestre	94
Actividades finales del bimestre	95
Actividades de aprendizaje recomendadas	95
Autoevaluación 16.....	96
4. Solucionario	98
5. Referencias bibliográficas	114
6. Anexos	117

Índice





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.

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

La metodología pedagógica involucra a los estudiantes de manera directa en el proceso de adquisición de conocimientos, habilidades, competencias y requiere de la participación activa en diversas actividades y tareas que fomentan la reflexión, la interacción y la aplicación práctica de lo aprendido.

Los estudiantes no solo escuchan o leen información, sino que también participan en los procesos, a través de: discusiones, foros, preguntas y respuestas, resolución de casos, entre otras actividades.

El componente tiene una aplicación práctica, en donde los estudiantes tienen la oportunidad de aplicar lo que han aprendido a situaciones del mundo real, lo que refuerza la comprensión y la transferencia de habilidades.

La resolución de casos, en donde los estudiantes enfrentan desafíos y utilizan su conocimiento para encontrar soluciones, lo que desarrolla habilidades críticas y analíticas.

Y reciben retroalimentación, lo que les permite corregir errores, mejorar su comprensión y ajustar su enfoque de aprendizaje.





3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje



Primer bimestre

Resultado de aprendizaje 1 y 2

- Discierne la mejor elección en cada situación profesional.
- Entiende la relación entre libertad y responsabilidad.

Para alcanzar los resultados de aprendizaje, se proporcionará una visión general de la estructura de la materia, resaltando los temas clave y su relevancia, iniciando con una definición clara de ética y su importancia histórica, así como los valores éticos fundamentales y cómo han influido en las decisiones éticas a lo largo de la historia. De esta manera, se busca no solo que los alumnos adquieran conocimientos sobre la historia de la ética, sino que también desarrollen habilidades analíticas, reflexivas y prácticas que les permitan aplicar estos conceptos en su vida académica y personal.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 1

Unidad 1. Historia de la ética

Probablemente, la historia de la ética comenzó junto con la aparición del hombre, y con la necesidad imperiosa de diferenciar lo bueno de lo malo, lo que es correcto de lo incorrecto, lo que está bien y lo que está mal. Por tanto, la historia de la ética hace un recorrido a lo largo del tiempo y abarca la evolución de las ideas y teorías sobre lo que es moralmente correcto e incorrecto en la conducta humana.



1 Bimestre



A continuación, en la siguiente infografía se explican los hitos importantes que marcaron la [historia de la ética](#).



1.1. Conceptos de ética

1 Bimestre

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.



A lo largo de la historia, muchos filósofos y pensadores han contribuido a la conceptualización de la ética desde diversas perspectivas. Uno de los autores más destacados que ha desarrollado conceptos y teorías éticas es Sócrates (469-399 a.C.), que, aunque no dejó obras escritas, es conocido por su enfoque en el autoexamen, el diálogo y la búsqueda de la verdad moral a través de la razón.



Según Adela Cortina (1994), 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:



- Dormir para descansar.
- Trabajar para ganar dinero.
- Comer para alimentarme.
- Estudiar para aprender.
- Hablar para expresar mis ideas.
- Escuchar para entender.



De acuerdo con las palabras de Fernando Savater (@Savateracci), reconocido filósofo e intelectual español con destacada labor como novelista y autor dramático, en el ámbito del ensayo y el artículo



periodístico, la ética representa la meditación profunda sobre las razones que respaldan nuestra aceptación de determinadas conductas.

"A diferencia de otros seres, vivos o inanimados, los hombres podemos inventar y elegir en parte nuestra forma de vida. Podemos optar por lo que nos parece bueno, es decir, conveniente para nosotros, frente a lo que nos parece malo e inconveniente. Y como podemos inventar y elegir, podemos equivocarnos, que es algo que, a los castores, las abejas y las termitas, no suele pasarles. De modo que parece prudente fijarnos bien en lo que hacemos y procurar adquirir un cierto saber vivir que nos permita acertar. A ese saber vivir, o arte de vivir si prefieres, es a lo que llaman ética"(Ariel, 2000).

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 estos, 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.

De acuerdo con los expertos en el campo, se argumenta que existen cuatro valores éticos fundamentales que han sido y continúan siendo los pilares de la educación del ser humano. Estos valores son la responsabilidad, la verdad, la justicia y la libertad (ver figura 1).



1 Bimestre



Figura 1
Valores éticos



Nota. Abendaño, M., (2023)

Por ejemplo, un periodista que informa con responsabilidad y honestidad, 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 realizar su trabajo con sentido ético.

Cada individuo posee el inherentemente valioso derecho de explorar, adquirir y compartir información y perspectivas de manera libre, tal como lo establece de manera explícita el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos. Es fundamental que todas las personas gocen de igualdad de oportunidades para acceder a, buscar y transmitir información a través de cualquier medio de comunicación, sin que ningún tipo de discriminación, ya sea basada en raza, color, religión, género, idioma,

inclinaciones políticas u otras características, como origen nacional o social, posición económica, nacimiento u otras condiciones sociales, pueda intervenir en este proceso.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Continuemos con el aprendizaje mediante su participación en las actividades que se describen a continuación:

1. 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.

2. Observe y escuche el vídeo de [TED](#) que analiza cómo la ética puede ayudar a tomar mejores decisiones, frente a dilemas éticos en la vida.
3. Le invito a reforzar sus conocimientos, participando en la siguiente autoevaluación.



1 Bimestre





Autoevaluación 1



1 Bimestre



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

1. () La palabra “ética” proviene del latín “*ethicus*”.
2. () Sócrates es conocido por su enfoque en el autoexamen, el diálogo y la búsqueda de la verdad moral a través de la razón.
3. () La ética es esencialmente un saber para actuar de un modo irracional.
4. () Según Adela Cortina, la ética individual es la base sobre la que construimos la ética social.
5. () Fernando Savater, define la ética como la meditación profunda sobre las razones que respaldan nuestra aceptación de determinadas conductas.
6. () Los valores éticos fundamentales son la ambición, la competencia, la astucia y la dominación.
7. () La ética individual no tiene impacto en la ética social.
8. () La Convención Americana sobre Derechos Humanos establece que todas las personas deben gozar de igualdad de oportunidades para acceder a la información, sin importar su origen nacional o social.
9. () La responsabilidad, la verdad, la justicia y la libertad son valores éticos fundamentales.
10. () La ética no tiene relevancia en el ámbito profesional.

[Ir al solucionario](#)

Resultado de aprendizaje 1

- Discierne la mejor elección en cada situación profesional.

Para alcanzar el resultado de aprendizaje, se iniciará con una revisión de los principios éticos fundamentales que guían la práctica profesional en el campo de la comunicación, luego, se desglosará y discutirá los derechos específicos que poseen los profesionales de la comunicación en el ejercicio de sus funciones, así como sus deberes éticos. De esta manera, los estudiantes serán capaces de analizar críticamente estas cuestiones en contextos prácticos y éticos.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



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 o deontología profesionales 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.

Por ejemplo, la ética profesional dentro de una organización destaca en los colaboradores la puntualidad, la honestidad, la responsabilidad en el uso de los recursos, y el trabajo en equipo. Y la organización regula: condiciones de empleo justas, un modelo de negocio honesto, un salario justo,



1 Bimestre



económico y emocional, un pago de impuestos a tiempo, y la participación y competitividad en el mercado. Todo esto, bajo 3 principios:

1. Del bien común.
2. De transparencia.
3. De responsabilidad y justicia social.

2.2. Los principios y el profesional de la comunicación

Los profesionales de la comunicación juegan un papel crucial en la sociedad, ya que son responsables de transmitir información de manera efectiva y facilitar la comprensión entre las personas, organizaciones y audiencias en general y para ello, son precisamente los principios los que definen a un profesional de la comunicación.

Por ejemplo, a modo de **metáfora**, la brújula es símbolo de un viaje seguro y sin contratiempos y se emplea especialmente para señalar la dirección correcta. En ese sentido, la brújula puede simbolizar que, a pesar de las posibles demoras en el camino, se llegará al destino. Para el viajero, aunque el trayecto pueda ser complicado, constituye una experiencia gratificante. Por tanto, la brújula representa la orientación, la seguridad y la protección.



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.

Este tipo de códigos son el conjunto de principios éticos y normas de conducta que establecen pautas para la actuación ética y profesional en determinadas disciplinas, profesiones o contextos. Estos códigos son diseñados para guiar el comportamiento de los individuos que pertenecen a una determinada profesión o grupo, asegurando que actúen de manera ética, responsable y respetuosa.

“Como comunicadores y profesionales de relaciones públicas, tenemos el potencial de influir en las economías y las personas. Esto conlleva obligaciones y responsabilidades para con la sociedad y las organizaciones. La ética debe ser el núcleo de nuestra actividad. En un mundo de noticias falsas y preocupaciones sobre la privacidad a medida



1 Bimestre



que la inteligencia artificial nos supera, estamos en una encrucijada ética. No hay profesión de comunicación sin ética", explica Jean Valin, expresidente de la [Global Alliance](#).

A continuación, se presentan los 16 principios propuestos por *Global Alliance Public Relations and Communication Management*, los cuales se han dividido en dos grupos, nueve principios rectores y otros siete orientados a la práctica profesional:

1. Trabajar por el público de interés.
2. Cumplir con las leyes y respetar la diversidad y costumbres locales.
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 intereses.
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.

2.3. Ejemplos de ética profesional

Le invito a revisar la siguiente infografía, en la cual se exponen varios [ejemplos de ética profesional](#).



Actividades de aprendizaje recomendadas

Reforcemos el aprendizaje resolviendo las siguientes actividades.

1. Mire el video, un fragmento de la serie Merli, para entender mejor la ética profesional docente. El propósito que respalda esta serie es la transmisión de temas profundamente arraigados en las obras de



1 Bimestre



filósofos y autores de renombre a lo largo de la historia, tales como Sócrates, Platón, entre otros.

2. Mire el [video](#) de **Albertina Navas**, consultora de comunicación y refuerce el tema de principios y el profesional de la comunicación.
3. Mire el [video](#) de **Cristina Solórzano**, periodista y ganadora, junto a **Christian Zurita y Fernando Villavicencio**, con la publicación “*Todos los nombres de arroz verde*”, del [gran premio Jorge Mantilla Ortega](#), que entrega anualmente la UDLA y reconoce la excelencia periodística en el Ecuador.
4. Práctica: identifique una empresa privada del Ecuador: pequeña (menos de 50 colaboradores), mediana (menos de 250 colaboradores) o grande (más de 250 colaboradores), de cualquier sector empresarial, y aplique una encuesta al gerente o director de recursos humanos, para que con la información que obtengan, construyan un caso de buena práctica ética. Esta es la primera parte del trabajo final.

Un ejemplo de cuestionario puede encontrarlo en el [anexo 1. Ejemplo de cuestionario de encuesta](#).

- Realice la autoevaluación para comprobar sus conocimientos.



1 Bimestre





Autoevaluación 2



1 Bimestre



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

1. () Según Adela Cortina, la profesión se limita a proporcionar ingresos y estatus social.
2. () Los códigos deontológicos son diseñados para guiar el comportamiento ético y profesional en determinadas disciplinas, profesiones o contextos.
3. () La ética profesional regula las actividades que se realizan en el contexto de una profesión, cualquiera que sea esta.
4. () La puntualidad, la honestidad y la responsabilidad en el uso de los recursos son ejemplos de ética profesional dentro de una organización.
5. () Los principios éticos en la comunicación están divididos en 9 rectores y 7 orientados a la práctica profesional.
6. () Jean Valin, expresidente de la Global Alliance, considera que la ética no es un aspecto fundamental en la profesión de comunicación.
7. () Los profesionales de la comunicación no tienen responsabilidades éticas hacia la sociedad y las organizaciones.
8. () Los códigos deontológicos son como una brújula que guía el comportamiento ético y profesional de los individuos en determinadas profesiones.
9. () La ética profesional no tiene impacto en la relación entre los colaboradores y la organización en el contexto de la comunicación.

10. () Los principios de transparencia y responsabilidad social no son relevantes para los profesionales de la comunicación.

[Ir al solucionario](#)



1 Bimestre





Unidad 3. Derechos y deberes del profesional de la comunicación

1 Bimestre



3.1. Derechos del profesional de la comunicación



En los últimos años, el tema de la comunicación en Ecuador ha sido objeto de profundo debate y ha suscitado un gran interés entre los profesionales del periodismo. A pesar de que la Constitución de la República garantiza el derecho a la “Libertad de opinión y de expresión del pensamiento en todas sus formas, a través de cualquier medio de comunicación”, así como la “libertad de conciencia; la libertad de religión, expresada tanto de manera individual como colectiva, en ámbitos públicos o privados”, y también establece la inviolabilidad y el secreto de la correspondencia, así como de “cualquier otro tipo de forma de comunicación” (Constitución Política del Ecuador, 1998), la discusión sobre este tema sigue siendo relevante y vigente en el país.



Y para entender su accionar, el de los derechos del comunicador, es importante revisar algunos artículos de la Ley Reformatoria de la Ley Orgánica de Comunicación 2019, 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.



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.



1 Bimestre



Caso

El programa “Café la Posta” plantea un escenario conflictivo entre la libertad de expresión y las posibles presiones gubernamentales en Ecuador. La emisión desde el exilio sugiere que los comunicadores podrían estar enfrentando amenazas o limitaciones en el ejercicio de su labor. Este contexto genera incertidumbre sobre la adecuada protección de aspectos fundamentales como la reserva de fuentes, el mantenimiento del secreto profesional y la libertad plena de comunicación.

Adicionalmente, surge la interrogante acerca de si se está respetando una composición laboral equitativa en el medio, y si los derechos laborales de los comunicadores están siendo vulnerados. En resumen, la libertad de expresión no solo es un derecho, sino un deber esencial en una sociedad democrática, y su eventual restricción plantea preocupaciones significativas.

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.



Entonces, ¿hasta dónde llega el secreto profesional del comunicador? Los respectivos códigos deontológicos contemplan la posibilidad de eludir este secreto en casos muy concretos y especiales, y uno de ellos, cuando está en peligro la vida.

Por tanto, ese es el límite, hasta ahí llega cuando de por medio hay vidas amenazadas y está la vida en peligro. La vida, uno de los valores más importantes que debemos cuidar.

Caso: derechos del comunicador, relacionado con el secreto profesional

GK es un medio de comunicación digital, que tiene como objetivo “Cambiar la sociedad, trazar la agenda mediática y hacer del mundo un lugar mejor”. Este medio relata las noticias con detalle, a profundidad y análisis, siendo uno de los 10 medios más leídos de Ecuador.

El pasado 3 de abril, el medio publicó en su [portal](#) de noticias: “El viernes 24 de marzo de 2023, GK tuvo que activar un protocolo de seguridad y poner en marcha un operativo de emergencia para sacar del país a nuestra reportera [Karol Noroña...](#)”: GK saca del país a una de sus reporteras por riesgo inminente a su vida.

Noroña es una periodista y cronista, de 27 años, especializada en temas de derechos humanos, pasión que la llevó a realizar una serie de investigaciones periodísticas sistemáticas en las cuales da cuenta de cómo opera el crimen organizado en Ecuador, trabajos que se publicaron en GK.

El 23 de marzo del 2023, usando su cuenta de twitter (@KarolNorona), anunció su retiro temporal de las redes, paralelamente usuarios digitales, colegas periodistas y otros anunciaron su salida del país, por una serie de amenazas a su integridad.

El artículo 40 de la Ley Orgánica de Comunicación - LOC, garantiza la reserva de la fuente, permite desarrollar contenidos guiados por los principios éticos de la comunicación y eso es lo que efectuó la periodista, Karol Noroña; cumplir con su rol periodístico, relatar los hechos sin omitir



1 Bimestre



ningún detalle y brindar una información clara y certera que sirva a la ciudadanía.

Noroña en sus últimas investigaciones periodísticas se dedicó a relatar crónicas de realidades urbanas, respecto a la inseguridad que actualmente vive el país, al parecer por cumplir con el ejercicio de su profesión recibió amenazas que pusieron en riesgo su vida. Hasta la fecha no se conoce el origen de las amenazas, ni sus potenciales autores.

Los comunicadores para ejercer su profesión no están obligados a revelar sus fuentes de información, eso lo estipula claramente el Art. 40 de la LOC, que señala: “Ninguna persona que difunda información de interés general, podrá ser obligada a revelar la fuente de la información”.



La reserva de fuente es parte de los principios universales del periodismo.

Dentro de un marco legal y por supuesto, personal, son inaceptables las amenazas que reciben los comunicadores, cuestionando al

Estado y a las instituciones que brindan seguridad, ¿cuál es su gestión para proteger a los periodistas?

El artículo 42.1 de la LOC señala claramente: “Protección a los trabajadores de la comunicación. El Estado y los medios de comunicación, protegerán a los trabajadores de la comunicación que por sus actividades profesionales corra riesgo su vida...”

La ética periodística es fundamental en el ejercicio de la profesión, si bien existen derechos que permiten realizar un buen trabajo, también se debe respetar el derecho de los demás, como respetar la privacidad e integridad moral, como lo requiere el caso en mención.

Si los deberes y derechos de los comunicadores se aplicarán eficazmente, permitiría que el trabajo periodístico se pueda realizar de manera segura y comprometida, con la confianza de investigar a fondo la noticia y exponerla para el conocimiento de toda la sociedad.



1 Bimestre





Actividades de aprendizaje recomendadas

Es hora de reforzar los conocimientos adquiridos resolviendo las siguientes actividades:

1. Revise la siguiente lectura y analice: [los deberes y derechos de un periodista de guerra](#).
2. Para fortalecer la comprensión del tema, revise el [Código de ética periodística en el Ecuador](#), capítulo IV: el periodista y el ejercicio profesional.
3. Foro: ¿Hasta dónde llega el secreto profesional del periodista? Analice un caso en el Ecuador de buena práctica periodística y mencionelo en el foro programado en esta unidad.
4. Estimado estudiante, para evaluar los aprendizajes adquiridos sobre esta temática, le invito a desarrollar la autoevaluación que a continuación se presenta.



1 Bimestre





Autoevaluación 3



1 Bimestre



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

1. () La Constitución de la República del Ecuador garantiza el derecho a la libertad de opinión y expresión a través de cualquier medio de comunicación.
2. () La Ley Reformatoria de la Ley Orgánica de Comunicación 2019 contempla la cláusula de conciencia del comunicador.
3. () El respeto por los derechos de los demás y la integridad moral de las personas son deberes del profesional de la comunicación.
4. () La reserva de fuente es un derecho garantizado por el artículo 40 de la Ley Orgánica de Comunicación 2019.
5. () La reserva de fuente no es parte de los principios universales del periodismo.
6. () La información obtenida forzadamente en el marco de actividades de comunicación posee de todo valor jurídico.
7. () El secreto profesional del comunicador tiene límites y puede eludirse en casos muy concretos y especiales.
8. () GK, un medio de comunicación digital, activó un protocolo de seguridad para sacar del país a su reportera Karol Noroña debido a amenazas a su integridad.
9. () El Estado y los medios de comunicación están obligados a proteger a los trabajadores de la comunicación que corran riesgo de muerte por sus actividades profesionales, según la Constitución de la República de Ecuador.

10. () La ética periodística es fundamental para el ejercicio seguro y comprometido del trabajo periodístico.

[Ir al solucionario](#)



1 Bimestre



Resultado de aprendizaje 3

- Comprende y asume la ética en los procedimientos y obtención de información.

Para alcanzar el resultado de aprendizaje, se adentrará en aspectos fundamentales que abarcan desde los conceptos básicos de vida privada hasta la adaptación de estos principios en el entorno digital. De esta manera, se espera que los alumnos no solo hayan adquirido conocimientos teóricos sobre la vida privada, sino que también hayan reflexionado sobre su propia relación con este concepto, especialmente en el contexto de los medios sociales y digitales. Este entendimiento profundo les proporcionará herramientas prácticas para navegar de manera segura y ética en el mundo digital, manteniendo un equilibrio saludable entre la conectividad en línea y la protección de su privacidad.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



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., e incluso situaciones financieras, personales y familiares. En la figura 2 puede observar, a manera de meme, el alcance que tienen las redes sociales para no respetar esta vida privada.



1 Bimestre



Figura 2

Meme sobre privacidad



1 Bimestre



Google y todas las redes sociales escuchando tus secretos ultra confidenciales.



Nota. Tomado de Meme de privacidad [ilustración], por Samaniego, 2022, tarea de la materia de Ética Periodística carrera de Comunicación, CC BY 2.0

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

El respeto a la intimidad y a la vida privada es un principio fundamental en el ejercicio de la comunicación y está respaldado por normativas legales y éticas en la mayoría de las sociedades democráticas. Este principio implica que las personas tienen el derecho de mantener ciertos aspectos de su vida fuera del ojo público y que los comunicadores, ya sean periodistas, empresas de medios de comunicación o individuos, deben respetar esos límites.

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.

Los profesionales de la comunicación tienen la responsabilidad de investigar y reportar de manera ética y esto implica verificar la precisión de la información, proteger las fuentes confidenciales y respetar la privacidad de las personas involucradas en una historia, a menos que exista una razón legítima para divulgar información privada. A continuación, algunos aspectos relacionados con el respeto a la intimidad y a la vida privada en el ejercicio de la comunicación:

- **Derecho a la intimidad:** la decisión sobre qué aspectos mantener en privado y cuáles hacerlos públicos.
- **Límites legales y éticos:** las leyes que protegen la privacidad varían según el país, siendo el común denominador la penalización por la intrusión no autorizada en la vida privada de las personas.
- **Consentimiento:** antes de divulgar información de una persona, se necesita su consentimiento, por ejemplo, para la publicación de fotografías, la grabación de conversaciones privadas, etc.
- **Protección de datos personales:** las empresas o instituciones que recopilan datos de las personas deben cumplir con la [Ley de protección de datos](#) y garantizar la seguridad de esa información:

Art. 1.-Objeto y finalidad.-El objeto y finalidad de la presente Ley es garantizar el ejercicio del derecho a la protección de datos personales, que incluye el acceso y decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. Para dicho efecto regula, prevé y desarrolla principios, derechos, obligaciones y mecanismos de tutela.

Por ejemplo, pregúntese: ¿es ético tomar fotografías en la casa del alcalde de Riobamba, durante un evento público realizado en ese lugar?

No es usual esa práctica, sin embargo, si la convocatoria se da de esa manera, y si se trata de una firma de convenio, de una exposición pictórica, de rendición de cuentas, etc., en un sitio determinado por el mismo alcalde, con su autorización, los comunicadores, periodistas o medios de comunicación, deberán respetar y hacer su tarea sobre lo indicado. De lo contrario, se evidencia la delgada línea entre lo público y lo privado en el ejercicio de la comunicación.



1 Bimestre



Por tanto, respondiendo la pregunta, si es ético, “en cuanto manejan asuntos relacionados con el interés público, los funcionarios deben rendir cuentas y estar dispuestos a aceptar en su práctica el aforismo latino. Es decir, que los asuntos públicos se tramitan públicamente”. Fundación Gabo.



El código internacional de ética periodística de la Unesco, en el artículo 6 dice: Solo en los casos de interés público, pueden ser violados los derechos y los sentimientos privados.

En Ecuador, sobre el derecho a la privacidad y a la intimidad, se debe considerar como uno de los primeros antecedentes a la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidos: “Nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques a su honra o su reputación”. Del mismo modo, los Estados han reconocido estos derechos en la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre y, casi en los mismos términos, en la Convención Americana sobre Derechos Humanos.

Caso en el contexto internacional:

En mayo de 1972, la vida privada de Richard Nixon y de sus colaboradores más cercanos se convirtió en tema de interés público. Esto sucedió poco después de su reelección como presidente de Estados Unidos, cuando el periódico “[The Washington Post](#)” inició una investigación que desveló una extensa trama política que ponía en peligro la integridad del proceso electoral en el país.

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 y otras plataformas de redes sociales recopilan información sobre los usuarios, principalmente a través de la interacción de estos con la plataforma. Así es como Facebook sabe de tu orientación sexual, gustos, deportes, cuánto ganas y dónde sueñas con irte de vacaciones. De



1 Bimestre



esa manera sorprenden con los anuncios en nuestro perfil y consiguen el objetivo, persuadirnos en la era del consumismo.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Es momento de aplicar sus conocimientos a través de las actividades que se han planteado a continuación:

1. Revise los siguientes videos:
 - [La vida privada en el mundo digital.](#)
 - [¿Qué es la ética de la tecnología y por qué debería importarte?](#)
 - [Tecnología vs. Privacidad.](#)
2. Revise y analice la siguiente información sobre las 5 claves para entender el escándalo de Cambridge Analytica que hizo que Facebook perdiera US \$37.000 millones en un día.
3. Le invito a reforzar sus conocimientos, participando en la siguiente autoevaluación:



1 Bimestre





Autoevaluación 4



1 Bimestre

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

1. () El concepto de vida privada, según el diccionario del español jurídico, se refiere al ámbito reservado de la vida de las personas.
2. () El respeto a la intimidad y a la vida privada está respaldado por normativas legales y éticas en sociedades democráticas.
3. () El artículo 23 de la Constitución del Estado reconoce el derecho a la honra, la buena reputación y la intimidad personal y familiar.
4. () Los profesionales de la comunicación no necesariamente deben investigar y reportar de manera ética, respetando la privacidad de las personas.
5. () ¿Es ético tomar fotografías en algún lugar durante un evento público?
6. () El Código Internacional de ética periodística de la Unesco indica que solo en casos de interés público pueden violarse los derechos privados.
7. () La Ley de Protección de Datos en Ecuador protege el derecho a la protección de datos personales según el Art. 2.
8. () La Declaración Universal de Derechos Humanos garantiza que nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada.
9. () Gustos, orientación sexual, intereses y más, son la información recopilada por plataformas como Facebook sobre los usuarios.



10. () El caso Watergate evidenció la exposición de la vida privada del presidente Nixon en 1972.

[Ir al solucionario](#)



1 Bimestre





1 Bimestre



Resultado de aprendizaje 3

- Comprende y asume la ética en los procedimientos y obtención de información.

Para alcanzar el resultado de aprendizaje, se abordará la intersección entre la ética de la comunicación y las nuevas tecnologías, explorando específicamente los desafíos éticos asociados con los delitos en la red y la deshumanización resultante del uso de tecnologías avanzadas. De esta manera, este enfoque integral permitirá que los alumnos adquieran una comprensión profunda de los aspectos negativos de las TICs desde una perspectiva ética, capacitándolos para abordar los desafíos éticos que surgen en el uso de la tecnología de manera informada y ética.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



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

Cuando se utiliza la metáfora de “Matrix” en el contexto de la comunicación, generalmente se hace referencia a la idea de que vivimos en un mundo cada vez más conectado a través de la tecnología y las redes sociales, donde la información fluye constantemente y las personas están constantemente expuestas a opiniones, noticias y contenido digital. Al igual que en la película, esta “Matrix” digital puede ser abrumadora, y las personas a menudo se preguntan cuánto de lo que ven y experimentan en línea es verdadero o está influenciado por la percepción y la manipulación digital.

En resumen, la referencia a “Matrix” en el contexto de la comunicación sugiere que vivimos en un mundo digitalmente interconectado donde la información y la comunicación son omnipresentes, y es importante ser consciente de cómo esta realidad virtual puede influir en nuestras percepciones y caer en la deshumanización tecnológica.

Nos encontramos en una época en donde los seres humanos buscamos alternativas que permitan 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 *chatbots*, usados por muchas empresas, permiten conversaciones, acceso a información, etc., y evitan el contacto físico.

En un mundo cada vez más influenciado por la tecnología, la Inteligencia Artificial (IA) se vuelve imprescindible para el ser humano, lo que plantea interrogantes de su uso responsable y ético. En medio de este panorama, surge un nuevo paradigma de tecnología inteligente. Sobre esta realidad, la creación de marcos éticos para la IA se convierte en una prioridad y así asegurar los principios y valores que orienten su diseño e implementación. En respuesta a ello, la Comisión Europea ya incluye principios fundamentales como: la transparencia, la responsabilidad y la equidad.

Un ejemplo es el caso de robot de IA, el cual se puede observar en la figura 3.

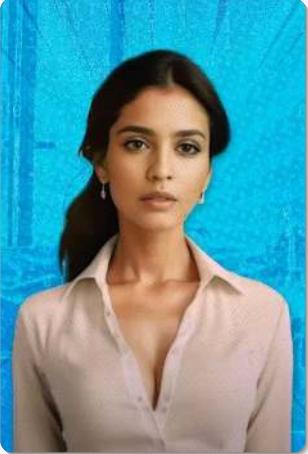


1 Bimestre



Figura 3

Presentadora TV creada con IA



Ella es Nat
Es la primera presentadora de noticias desarrollada en América Latina con IA.

"Mi programación está diseñada para proporcionar noticias precisas y relevantes en tiempo real a los espectadores. Además, me permite aprender y adaptarme continuamente a medida que adquiero nuevos datos y conocimientos. En resumen, estoy aquí para brindar una experiencia informativa y de calidad a los televidentes".

Nota. Adaptado de México: Grupo Fórmula tiene una presentadora de noticias creada con IA por [PR Noticias](#), 2023.

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 Apps 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.



1 Bimestre



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 contribuyendo al planeta, pero jamás el ser humano debe olvidar el valor, la virtud y la esencia de lo que es, frente a ella, a la tecnología.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Continuemos con el aprendizaje mediante su participación en las actividades que se describen a continuación:

1. Revise la [entrevista](#) de inteligencia artificial y comunicación, con [Christian Espinosa](#), comunicador ecuatoriano.
2. Revisen el video, [serie Black Mirror](#), que 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.
3. Analice el artículo [Inteligencia artificial y ética: hacia una aplicación de los principios éticos en el ámbito de la Unión Europea](#).
4. Estimado estudiante, para evaluar los aprendizajes adquiridos sobre esta temática, le invito a desarrollar la autoevaluación que a continuación se presenta.



1 Bimestre





Autoevaluación 5



1 Bimestre



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

1. () El Código Orgánico Integral Penal (COIP) de Ecuador, desde 2018, contempla y sanciona delitos informáticos, incluyendo la violación del derecho a la intimidad.
2. () La metáfora de "Matrix" en el contexto de la comunicación se refiere a la interconexión digital constante, donde la información fluye y las personas están expuestas a opiniones y contenido digital.
3. () En el contexto de la comunicación, la deshumanización tecnológica se refiere a las actividades tradicionales que reemplazan al uso de herramientas tecnológicas que evitan el contacto físico.
4. () La Comisión Europea incluye principios éticos como transparencia, responsabilidad y equidad en el desarrollo de tecnologías de inteligencia artificial.
5. () Las compras *online* y el comercio electrónico han cambiado los hábitos de consumo, especialmente entre las nuevas generaciones.
6. () La tecnología ha impactado la comunicación cara a cara, generando preocupaciones sobre cómo afectan las relaciones interpersonales.
7. () Las aplicaciones móviles (Apps) han reemplazado diversas actividades en la vida cotidiana, desde pedir comida hasta solicitar un taxi.
8. () El Internet de las cosas (IoT) implica la conexión de personas más que de objetos, introduciendo inteligencia artificial en diversas áreas de la vida.



9. () La responsabilidad del uso de la tecnología recae en el ser humano, quien debe recordar el valor, la virtud y la esencia de su existencia frente a la tecnología.

10. () La tecnología seguirá contribuyendo al planeta, pero es crucial que el ser humano valore su esencia frente a ella.

[Ir al solucionario](#)



1 Bimestre



Resultado de aprendizaje 3

- Comprende y asume la ética en los procedimientos y obtención de información.

Para alcanzar el resultado de aprendizaje, se tiene como objetivo principal explorar y comprender la dimensión ética en el ámbito publicitario, para lo cual se analizará cómo el poder y la influencia se manifiestan en el campo publicitario, considerando la capacidad de moldear percepciones, influir en decisiones de compra y generar impacto en la sociedad. De esta manera, se espera que los alumnos desarrollen una comprensión profunda de la ética en la publicidad, puedan identificar prácticas engañosas, y estén capacitados para formar opiniones informadas sobre la responsabilidad ética de los profesionales del marketing y la publicidad.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



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



1 Bimestre



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.

David Ogilvy es considerado uno de los padres de la publicidad moderna, y promovió la importancia de la honestidad y la investigación en la publicidad, además de la creación de anuncios efectivos y éticos. El concepto de publicidad, según sus propias palabras:

“La publicidad es solo una parte de un gran proceso de comunicación que incluye muchas formas de promoción de productos, servicios, ideas e incluso personas. La publicidad, en su sentido más amplio, es cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado”.

Le invito a observar la figura 4, donde se expone un **ejemplo** de publicidad.

Figura 4
Publicidad de Netflix en lugar público



Nota. Adaptado de Colombia pide retirar la “blanca Navidad” de Pablo Escobar en Madrid por [El Confidencial](#) [Ilustración], 2016.

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



1 Bimestre



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 (figura 5).

Figura 5
Publicidad de Netflix en el metro



Nota. Adaptado de Colombia pide retirar la “blanca Navidad” de Pablo Escobar en Madrid por [El Confidencial](#) [Ilustración], 2016.

Otro ejemplo es Levi's, el cual, lanzó una campaña publicitaria a través de un anuncio en el que el mensaje y la imagen eran completamente contradictorios. El mensaje escrito era “La belleza viene en todas las formas y tamaños” y la imagen eran mujeres jóvenes y delgadas. Tome en cuenta que, si hay este tipo de contradicción, se pierde credibilidad como marca.



1 Bimestre





Actividades de aprendizaje recomendadas

Reforcemos el aprendizaje resolviendo las siguientes actividades.

1. Revise [10 empresas que se equivocaron en sus campañas publicitarias](#) y que, a pesar de su esfuerzo, no cumplieron con sus propósitos.
2. Complemente su comprensión con la lectura del artículo de investigación [“Análisis Científico de la Ética desde la Perspectiva Multidisciplinaria”](#), desde la página 98 hasta la 109, sobre la ética en la publicidad de las empresas multinacionales.
3. Le invito a reforzar sus conocimientos, participando en la siguiente autoevaluación.



1 Bimestre





Autoevaluación 6



1 Bimestre



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

1. () La publicidad, desde un punto de vista ético, se considera inmoral en todos los casos.
2. () La ética no es aplicable a la publicidad.
3. () La publicidad es solo una forma personal de presentar ideas y no tiene relación con la promoción de bienes y servicios.
4. () La campaña publicitaria de Netflix con carteles de Pablo Escobar fue bien recibida sin controversias.
5. () En el ejemplo de Levi's, el mensaje escrito y la imagen eran coherentes y no contradecían el mensaje de la marca.
6. () La publicidad ética no debe coartar la libertad y el desarrollo de las personas.
7. () No se pueden aplicar los mismos principios éticos a publicistas de diferentes culturas.
8. () David Ogilvy, promovió la importancia de la deshonestidad en la publicidad.
9. () La campaña de Netflix con carteles de Pablo Escobar fue un ejemplo de publicidad ética según las redes sociales.
10. () La contradicción entre el mensaje escrito y la imagen en la campaña de Levi's no afecta la credibilidad de la marca.

[Ir al solucionario](#)

Resultado de aprendizaje 4

- Conoce y entiende el origen de la libertad de expresión y el derecho a la información.

Para alcanzar el resultado de aprendizaje, abordaremos el tema crucial de la libertad de expresión y el derecho a la información, centrándonos especialmente en la información como un derecho humano fundamental. Nuestro objetivo es que los alumnos no solo adquieran conocimientos sobre estos principios, sino que también desarrollen la capacidad de analizar y apreciar la importancia de los derechos humanos universales en el contexto de la información y la libertad de expresión. De esta manera, se espera que los alumnos no solo hayan adquirido conocimientos sólidos sobre estos temas, sino que también hayan desarrollado una apreciación crítica de la importancia de los derechos humanos universales en la configuración de sociedades justas e informadas.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

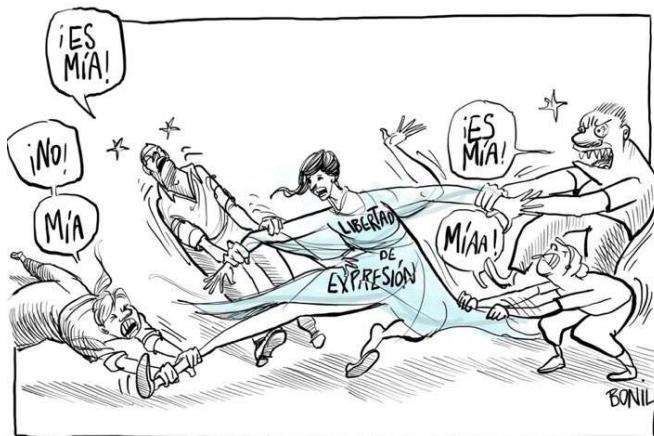


Semana 7

Unidad 7. Libertad de expresión y derecho a la información

Figura 6

Libertad de expresión



Nota. Tomado de Caricaturas [Ilustración], por El Universo, 2023, [El Universo](#), CC BY 2.0.



1 Bimestre



7.1. La información, un derecho humano

Antes de mencionar el tema de libertad de expresión, hablemos de **libertad de pensamiento**, como la opinión libre de desarrollar las propias ideas, sin ser perturbado por ello. Lo que significa que no puede afectar o perjudicar a otras personas con una mera opinión; todo lo contrario, se trata de iniciar esa idea constructiva, para dar paso a la tan ansiada libertad de expresión.

Artículo 18.— Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión; este derecho incluye la libertad de cambiar de religión o de creencia, así como la libertad de manifestar su religión o su creencia, individual y colectivamente, tanto en público como en privado, por la enseñanza, la práctica, el culto y la observancia.



¿Cuál es el límite de la libertad de pensamiento? Están los límites legales, éticos, sociales, la protección de derechos individuales, entre otros.

En resumen, la libertad de pensamiento también es un derecho fundamental, pero tiene sus límites, especialmente cuando su ejercicio causa daño a otros, viola la ley o infringe los derechos y normas éticas. Estos límites pueden variar según el entorno, la sociedad, el contexto legal y ético en el que se encuentre una persona.

Entonces, 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 derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

En agosto de 2023, [Fundamedios](#), una organización sin fines de lucro dedicada a la promoción de la democracia y los derechos humanos, lideró esfuerzos para defender, proteger y fomentar las libertades de expresión y asociación en Ecuador. Durante este mes, se documentaron un total de 22 incidentes de agresiones dirigidas hacia medios de comunicación, periodistas, candidatos políticos, creadores de contenido y otros actores, lo que dio como resultado un lamentable número de 35 víctimas. En lo que



1 Bimestre



respecta a los primeros ocho meses del año, se ha registrado un alarmante total de 175 ataques.

Desde el año 2007 hasta agosto de 2023, Fundamedios ha documentado un preocupante número de 3,558 agresiones contra la libertad de expresión, la prensa y los derechos relacionados. El mes de agosto experimentó un aumento en la violencia en comparación con julio, durante el cual se registraron 21 agresiones y afectaron a 34 personas.

La gravedad de la amenaza a la libertad de expresión alcanzó proporciones sin precedentes con el trágico asesinato de Fernando Villavicencio, un destacado ex periodista de investigación y candidato a la presidencia de la República.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Es hora de reforzar los conocimientos adquiridos resolviendo las siguientes actividades:

1. Escuche el podcast: [Cómo identificar los discursos de odio y diferenciarlos de la libertad de expresión](#) del Consultorio ético de Fundación Gabo.
2. Mire el [video](#) de [Lydia Cacho](#), periodista, escritora, conferencista y activista por los derechos humanos mexicana, quien en el 2005 es secuestrada y torturada por revelar una red de trata y explotación infantil en su país. Un caso de su libertad de expresión.
3. Lea la [Declaración Universal de los Derechos Humanos](#), 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, 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.



1 Bimestre



4. Estimado estudiante, para evaluar los aprendizajes adquiridos sobre esta temática, le invito a desarrollar la autoevaluación que a continuación se presenta.



1 Bimestre





Autoevaluación 7



1 Bimestre



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

1. () La libertad de pensamiento es ilimitada y no tiene restricciones.
2. () El límite de la libertad de pensamiento es el mismo en todos los contextos legales y éticos.
3. () El derecho a la información está consagrado en la Declaración Universal de los Derechos Humanos.
4. () La organización Fundamedios se dedica a la promoción de la democracia y los derechos humanos en Ecuador.
5. () En agosto de 2023, se registraron 175 ataques contra la libertad de expresión en Ecuador.
6. () El aumento en la violencia en agosto de 2023 afectó a 35 personas.
7. () Fernando Villavicencio fue víctima de un ataque violento en agosto de 2023, contra la libertad de expresión.
8. () La Declaración Universal de Derechos Humanos establece que el derecho a la información incluye el de no ser molestado a causa de las opiniones.
9. () La libertad de expresión solo se aplica a medios de comunicación y periodistas, no a otros actores.
10. () La libertad de pensamiento no está protegida por ninguna normativa legal.



[Ir al solucionario](#)



1 Bimestre



Resultado de aprendizaje 1 2, 3 y 4

- Discierne la mejor elección en cada situación profesional.
- Entiende la relación entre libertad y responsabilidad.
- Comprende y asume la ética en los procedimientos y obtención de información.
- Conoce y entiende el origen de la libertad de expresión y el derecho a la información.

Los resultados de aprendizaje 8 y 9 están orientados a desarrollar habilidades específicas en los estudiantes. Estos resultados se evaluarán durante la prueba presencial del primer bimestre, lo que permitirá medir el dominio de los estudiantes en estos aspectos cruciales del curso. Al finalizar esta evaluación, se espera que los estudiantes no solo hayan asimilado la teoría ética, sino que también puedan aplicar estos conocimientos de manera efectiva en su futuro desempeño profesional en el ámbito de la comunicación.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 8

Unidad 8. Prueba presencial del primer bimestre

Estimado estudiante, hemos llegado al final del primer bimestre, en el cual se ha estudiado temas como la historia de la ética, principios generales de las profesiones, derechos y deberes del profesional de la comunicación, vida privada, la ética de la comunicación y las nuevas tecnologías, la influencia del poder y la manipulación, la libertad de expresión y derecho a la información.

Para mejorar su desempeño en la evaluación bimestral, le recomendamos dedicar esta semana a estudiar, reforzar y comprender los temas revisados durante las 7 semanas de clases. Así mismo, refuerce el aprendizaje resolviendo las siguientes actividades.





Actividades finales del bimestre



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Aplique lo revisado, leído en cada uno de los capítulos, referente a lecturas, casos, video y artículos.
2. Le invito a reforzar sus conocimientos, participando en la siguiente autoevaluación.



1 Bimestre





Autoevaluación 8



1 Bimestre



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

[Ir al solucionario](#)





2 Bimestre



Segundo bimestre

Resultado de aprendizaje 5

- Distingue las teorías éticas.

Para alcanzar los resultados de aprendizaje, se capacitará al alumno para analizar críticamente la actividad informativa y evaluarla en función de su jerarquía de valores y principios éticos universales. De esta manera, se espera que los alumnos no solo hayan adquirido un conocimiento sólido de los principios éticos en la actividad informativa, sino que también sean capaces de aplicar estos principios de manera reflexiva y crítica en su propio trabajo y en la evaluación de la información que consumen.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 9

Unidad 9. Actitudes éticas

Figura 7

Actuar con ética



Nota. Tomado de ¿Dónde está la ética en este comic de mafalda? [Ilustración], por Actuar con ética, 2010, [siemprellaetica](#), CC BY 2.0



9.1. 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 condenar la dependencia del informador de los intereses comerciales de las empresas que contratan publicidad en los espacios informativos" (Salvador Alsius y Francesc Salgado, 2010, pp. 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 haya 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.

Algunas sugerencias para desarrollar sentido crítico son:

- No hagas caso a la gente que no prueba sus opiniones.
- No te dejes contagiar por la opinión ajena.
- Escucha incluso a aquellos que te incomodan o que piensan diferente a ti.
- Cuando veas que de una parte combaten muchos y de la otra pocos, quédate a apoyar a la segunda



2 Bimestre



- **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.

En ese sentido, los comunicadores en su accionar desarrollan actitudes cívicas y ciudadanas, frente a algunos desafíos, como los que se muestran en la figura 8.



2 Bimestre



Figura 8

Desafío de la participación ciudadana de los comunicadores



Nota. Abendaño, M., (2023)

- **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, a la que los comunicadores, periodistas, medios de comunicación, etc., están expuestos.

[Valeria Gavilanes](#), comunicadora ecuatoriana y jefa de prensa del Congreso Eucarístico Internacional, manifiesta que: “Las guerras empiezan desde el corazón”, quien, por ello, cree que es importante también el proceso de escucha. “Este paso es necesario para entablar un diálogo con el otro. Porque, caso contrario, la comunicación se convierte en un monólogo donde varias personas desean imponer su verdad”.





Actividades de aprendizaje recomendadas

Continuemos con el aprendizaje mediante su participación en las actividades que se describen a continuación:

1. Deténgase y analice, en esta unidad, el cómic de Mafalda y respóndase, ¿cuál es la actitud de respuesta del vendedor, frente al cuestionamiento de Mafalda?
2. Mire el extracto de la película Patch Adams, [ejemplo de comunicación y diálogo](#).
3. Realice la autoevaluación para comprobar sus conocimientos.



2 Bimestre





Autoevaluación 9



2 Bimestre



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

1. () La independencia de la información en los medios de comunicación es condenada por los códigos deontológicos.
2. () Formar un sentido crítico implica discernir entre lo cierto y lo falso, lo importante y lo superficial, y se logra mejor al ignorar las opiniones ajenas.
3. () La actitud de servicio implica utilizar el poder de manera ética para beneficiarse individualmente.
4. () La actitud cívica y ciudadana en el manejo de la información implica desvincularse de los asuntos públicos y no responder a la ciudadanía.
5. () El diálogo como un derecho y un deber debe tener un espacio privilegiado antes de cualquier confrontación.
6. () Valeria Gavilanes, comunicadora ecuatoriana, sugiere que el diálogo es innecesario en la comunicación, ya que las guerras empiezan desde el corazón.
7. () La ética colectiva implica que la actitud de servicio es un asunto individual y no relacionado con la ética de un grupo o comunidad.
8. () Ignorar a quienes piensan diferente es una recomendación para desarrollar sentido crítico.
9. () La actitud de diálogo implica tener claras las reglas para evitar situaciones complicadas o dañar una buena relación.



10. () La independencia de la información y autonomía en el ejercicio periodístico no son relevantes para garantizar la coherencia en el ejercicio de informar a la ciudadanía.

[Ir al solucionario](#)



2 Bimestre





2 Bimestre



Resultado de aprendizaje 1

- Discierne la mejor elección en cada situación profesional.

Para alcanzar el resultado de aprendizaje, nos sumergimos en la intersección fascinante entre la creatividad y la ética profesional en el ámbito de la comunicación, ya que, la creatividad, aunque es una herramienta valiosa para la innovación y el impacto comunicativo, debe ser gestionada con responsabilidad ética para garantizar resultados positivos y respetuosos. De esta manera, se espera que los alumnos desarrollen una comprensión sólida de cómo la creatividad y la ética se entrelazan en el ámbito profesional de la comunicación.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 10

Unidad 10. Creatividad y ética profesional

10.1. 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 hacer 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.

Un ejemplo de creatividad cuestionada, fue la de la valla publicitaria en Loja (ver figura 9), en el 2017, que desató críticas contra la tienda de carnes Würstchen, tildándola de machista, sexista, cruel, y más calificativos, y en otros casos, como publicidad creativa.

Figura 9

Publicidad de Würstchen



Nota. Tomado de Valla publicitaria en Loja desata críticas contra tienda de carnes por [El Universo](#) [Ilustración], 2017.

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

Otro ejemplo, Tesla Inc., es una empresa estadounidense con sede en Austin, Texas, y liderada por Elon Musk, que diseña, fabrica y vende automóviles eléctricos que se conducen solos, siendo una de sus características y una idea innovadora, además que reducen considerablemente los accidentes de tránsito y utilizan rutas eficientes que contribuyen a una menor contaminación.

Este mismo caso, desde otra perspectiva, se cuestiona el desplazamiento de la fuerza laboral cuyos ingresos dependen de conducir y todo lo que conlleva ese parque automotor: repuestos, combustible, etc.



2 Bimestre



10.2. Pensamiento creativo-ético del comunicador

El pensamiento creativo ético implica la búsqueda, identificación o creación de ideas y oportunidades que aporten valor a otras personas, considerando las implicaciones sociales y ambientales de su puesta en práctica. En el caso de los comunicadores, su participación en actos creativos como los siguientes:

- Un medio de comunicación que promueva valores culturales a través de un espacio de entrevistas o noticias.
- Una campaña de comunicación con mensajes que respeten el entorno y especialmente a las personas.
- Una publicidad que proyecte valores.
- Acciones de comunicación empresarial que beneficien a sus colaboradores de manera directa, o a sus clientes.
- Mensajes que comuniquen e informen.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Continuemos con el aprendizaje mediante su participación en las actividades que se describen a continuación:

1. Realice el siguiente juego de unir con líneas sobre [creatividad y ética profesional](#).
2. 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 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.

3. Realice la autoevaluación para comprobar sus conocimientos.



2 Bimestre





Autoevaluación 10



2 Bimestre



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

1. () Los actos creativos solo se les puede atribuir a diseñadores, artistas o a los llamados creativos.
2. () La creatividad debe estar libre de cánones éticos y morales.
3. () La valla publicitaria en Loja en 2017 fue elogiada como un ejemplo de publicidad creativa.
4. () Tesla Inc., al desarrollar automóviles que se conducen solos, no considera las implicaciones éticas y sociales de su tecnología.
5. () El pensamiento creativo-ético implica la búsqueda de ideas que solo beneficien al comunicador.
6. () Un medio de comunicación que promueva valores culturales no se considera un acto creativo ético.
7. () Una campaña de comunicación con mensajes que irrespeten el entorno no se considera ética.
8. () Las acciones de comunicación empresarial solo benefician a los clientes y no a los colaboradores.
9. () Mensajes que solo buscan vender productos se consideran éticos.
10. () La ética no tiene relevancia en el pensamiento creativo de los comunicadores.



[Ir al solucionario](#)



2 Bimestre



Resultado de aprendizaje 2

- Entiende la relación entre libertad y responsabilidad.

Para alcanzar el resultado de aprendizaje, se abordará la ética y responsabilidad social de los medios de comunicación, centrándose en la identificación de acciones que van más allá de las obligaciones legales, guiadas por un sentido ético de lo correcto e incorrecto. La responsabilidad social implica el compromiso de las empresas, incluyendo los medios de comunicación, con el bienestar social, contribuyendo al desarrollo sostenible y promoviendo valores éticos. De esta manera, se espera que los alumnos adquieran una comprensión profunda de cómo los medios de comunicación pueden desempeñar un papel activo en la construcción de una sociedad ética y responsable, y estén equipados para identificar prácticas que van más allá de las obligaciones legales, demostrando un compromiso genuino con el bienestar social.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 11

Unidad 11. Ética y responsabilidad social de los medios de comunicación

11.1. 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.

2. 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.

Un ejemplo de responsabilidad social es [Pacari](#), la cual impulsa en Ecuador la “conciencia cacaotera”, un movimiento que incluye sostenibilidad de procesos, igualdad y justicia con agricultores y respeto a la tradición ancestral del cacao. Pacari busca reconocer el valor del cacao nacional con prácticas justas.

La tendencia eco-friendly

Es una tendencia que exige a las marcas la puesta en práctica de valores y acciones que protejan el medio ambiente y aporten para reorientar el presente y el futuro hacia modelos más verdes. Además, invita a ser amigable con el medioambiente y el cambio de costumbres de consumo: usar la bicicleta como medio de transporte, nuevos hábitos alimenticios, etc. En la figura 10 puede observar una exigencia de la sociedad hacia la protección medioambiental.

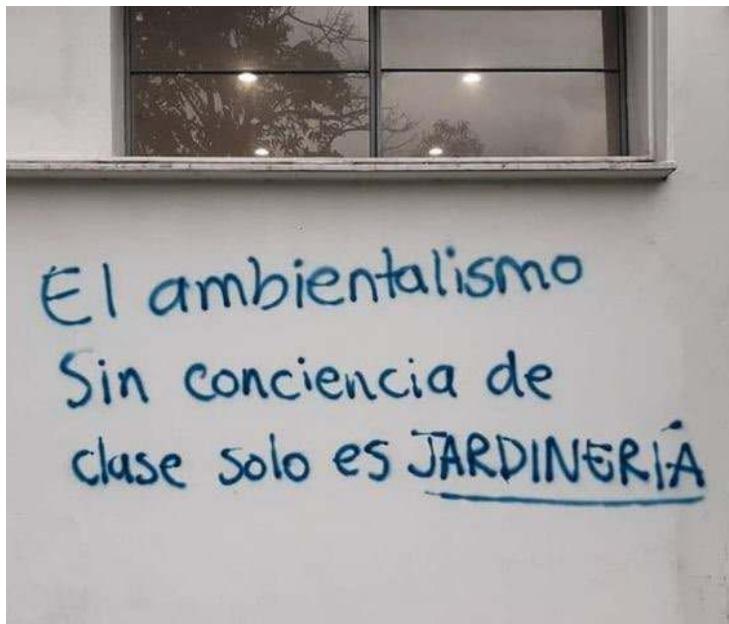


2 Bimestre



Figura 10

Responsabilidad social



Nota. Tomado de El ambientalismo sin conciencia de clase por barrio y rock 83
[Pinterest](#) [Ilustración].

11.2. 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 claro ejemplo pensado en dar una información responsable como medio de comunicación son los *chatbots* de los artículos de la BBC: *BBC News Lab* y *BBC Visual Journalism* han desarrollado una aplicación para que los redactores de la cadena puedan [crear 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

Es hora de reforzar los conocimientos adquiridos resolviendo las siguientes actividades:

1. 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.
2. Escuche el [podcast DIRCOM](#): comunicación organizacional sustentable de Juan José Larrea, director del Grupo Dircom.
3. Lea el artículo "[La RSE en los medios de comunicación: ¿realidad o ficción?](#)".
4. Le invito a reforzar sus conocimientos, participando en la siguiente autoevaluación.



2 Bimestre





Autoevaluación 11



2 Bimestre



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

1. () Chile es uno de los países de América Latina que trabaja para alcanzar estándares mundiales en responsabilidad social.
2. () CERES es la entidad líder en gestión del conocimiento, capacitación e investigación sobre Responsabilidad Social en Chile.
3. () Pacari impulsa en Ecuador la “conciencia cacaotera”, un movimiento que incluye sostenibilidad de procesos, igualdad y justicia con agricultores.
4. () La tendencia eco-friendly exige a las marcas acciones que no protejan el medio ambiente.
5. () La función primordial de los medios de comunicación es entretenir.
6. () Los *chatbots* de los artículos de la BBC son un ejemplo de comunicación responsable y sostenible.
7. () La responsabilidad social implica solo cumplir con las obligaciones legales.
8. () La Fundación Prohumana de Chile define la RS como la contribución al desarrollo humano sostenible solo a través del compromiso hacia los empleados.
9. () Los medios de comunicación no tienen responsabilidad en responder a las necesidades de la comunidad.
10. () La BBC desarrolló *chatbots* para evitar que los periodistas expliquen temas complejos.

[Ir al solucionario](#)



2 Bimestre



Resultado de aprendizaje 3

- Comprende y asume la ética en los procedimientos y obtención de información.

Para alcanzar el resultado de aprendizaje, se abordarán temas cruciales relacionados con los valores éticos en el ámbito económico y cómo la falta de estos valores puede dar lugar a prácticas corruptas con repercusiones significativas, incluso a nivel global. De esta manera, se busca proporcionar a los estudiantes una comprensión profunda de cómo los valores éticos, o la falta de ellos, afectan la economía y la comunicación política. Al reconocer estos vínculos, se pretende equipar a los alumnos con las herramientas necesarias para abordar los desafíos éticos en estos campos y fomentar prácticas más responsables y transparentes.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 12

Unidad 12. Ética y comunicación política

12.1. Comunicación política

En el ámbito político, una de las principales preocupaciones éticas está relacionada con la concepción clásica de la racionalidad humana, que conduce a las personas a pensar y obrar acorde a una lógica o elementos propios, y del ideal del proceso democrático. Por tanto, el objetivo principal de la comunicación política es educar a los votantes y ciudadanos, permitiéndoles tomar decisiones informadas sobre quiénes serán sus líderes políticos. Y para lograrlo, es esencial que la información proporcionada sea veraz y precisa, libre de manipulaciones, persuasiones o influencias emocionales que puedan obstaculizar el proceso de toma de decisiones en los lectores.



Es ahí en donde la ética se convierte en esencial para mantener la confianza del público en el proceso democrático y en los líderes políticos. Cuando los políticos y sus equipos de comunicación se adhieren a principios éticos sólidos, se promueve un debate político saludable y se fortalece la democracia en general, caracterizada por valores como: igualdad, libertad, representatividad, constitucionalidad, derechos humanos, diversidad, entre otros.

12.2. La propaganda política

En el caso de la propaganda política, muchos expertos en el tema aseguran que esta no se alinea a valores fundamentales, argumentando que, entre todas las formas de publicidad, la política es la más propensa a ser engañosa, errónea, injusta y sospechosa. Algunos ejemplos se presentan en las figuras 11 y 12.

Figura 11

Propaganda política de León Febres Cordero (1984)



Nota. Tomado de *Campañas electorales de Ecuador, su paso hacia la televisión [Fotografía]*, por El Universo, 2017, [eluniverso](#), CC BY 2.0



2 Bimestre



Figura 12

Campaña de candidato a elecciones seccionales 2023



Nota. Tomado de *¿Esto es legal? Las Campañas de los candidatos de las elecciones seccionales 2023 [Fotografía]*, por LaData, 2022, [facebook](#), CC BY 2.0.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Es momento de aplicar sus conocimientos a través de las actividades que se han planteado a continuación:

1. Lea el siguiente [artículo](#) sobre el uso de TikTok de manera transparente, en campañas políticas.
2. Revise el artículo [Política 2.0 en Ecuador: Análisis del discurso y la comunicación política en Facebook](#).
3. Le invito a reforzar sus conocimientos, participando en la siguiente autoevaluación.



2 Bimestre





Autoevaluación 12



2 Bimestre



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

1. () La comunicación política busca manipular emocionalmente a los votantes para influir en sus decisiones.
2. () La concepción clásica de la racionalidad humana es irrelevante en el ámbito político.
3. () La propaganda política es generalmente justa y transparente.
4. () El principal objetivo de la comunicación política es influenciar a los ciudadanos sin importar la veracidad de la información.
5. () La ética en la comunicación política es innecesaria para fortalecer la democracia.
6. () La propaganda política es menos propensa a ser engañosa que otras formas de publicidad.
7. () La igualdad y la diversidad no son valores asociados a la ética en la comunicación política.
8. () Los principios éticos en la comunicación política no afectan la confianza del público.
9. () La propaganda política puede ser justa si ayuda a alcanzar los objetivos políticos deseados.
10. () La democracia se fortalece cuando los políticos y sus equipos de comunicación se adhieren a principios éticos sólidos.

[Ir al solucionario](#)

Resultado de aprendizaje 6

- Identifica y distingue las informaciones que respetan la verdad y la objetividad.

Para alcanzar el resultado de aprendizaje, exploramos dimensiones fundamentales de la práctica periodística, centrándonos en la relación entre verdad, objetividad y ética en el ejercicio del periodismo. El objetivo principal es que los estudiantes no sólo comprendan estos conceptos, sino que también aprendan a aplicarlos de manera efectiva en su trabajo y razonamiento. De esta manera, se espera que los estudiantes internalicen los principios de objetividad y exactitud, comprendan su importancia ética en el periodismo y puedan aplicarlos de manera reflexiva en su práctica profesional futura.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 13

Unidad 13. Verdad, objetividad y ética

13.1. ¿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 (ver figura 13), 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 la tribu se



2 Bimestre



encontraba a unos 20 metros de él esperando su ración de comida. El niño murió por fiebre en 2007, según su padre.



Figura 13

Fotografía de niño sudanés famélico



2 Bimestre



Nota. Tomado de *Vuelve la polémica a los premios Pulitzer [Fotografía]*, por *La Vanguardia*, 2017, [lavanguardia](#), CC BY 2.0

Por otro lado, 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 (ver figura 14).



Figura 14

Petra Laszlo impidiendo a refugiados huir



Nota. Tomado de Despues de la indignación en las redes, despiden a periodista que pateó a migrantes por [Agencia BBC](#), redacción [Ilustración], 2015

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

El código de Unesco es claro y responde a esta interrogante: la tarea primordial del periodista es la de servir el derecho a una información verídica y auténtica por la adhesión honesta a la realidad objetiva, situando consciente los hechos en su contexto adecuado, manifestando sus relaciones esenciales sin que ello entrañe distorsiones, empleando toda la capacidad creativa del profesional, a fin de que el público reciba un material apropiado que le permita formarse una imagen precisa y coherente del mundo, donde el origen, naturaleza y esencia de los acontecimientos sean comprendidos de la manera más objetiva posible.

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.



2 Bimestre



"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).

Por 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?

La respuesta es que, "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".

13.2. 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 antisistema 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](#).

Un ejemplo de esto se puede observar en la figura 15, donde con una frase define la verdad y la post-verdad.



2 Bimestre



Figura 15

La verdad y la post-verdad



2 Bimestre



Nota. Adaptado de *El mundo de la posverdad* [Ilustración], por Comité de Lectura, s.f., [pinterest](#), CC BY 2.0



Actividades de aprendizaje recomendadas

Continuemos con el aprendizaje mediante su participación en las actividades que se describen a continuación:

1. Revise [Ética Periodística en la Era Digital](#) de Javier Darío Restrepo y Luis Manuel Botello. Lea el capítulo 1 y refuerce el tema.
2. Lea el [artículo](#) de investigación de José Carlos Losada sobre Comunicación vs. Postverdad.
3. Escuche la [entrevista](#) de Javier Moreno Barber sobre El periodismo ético de calidad en la era de la Posverdad.
4. Realice la autoevaluación para comprobar sus conocimientos.





Autoevaluación 13



2 Bimestre



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

1. () Joseph Pulitzer, el padre de la prensa amarillista, es recordado por fomentar el buen periodismo.
2. () Kevin Carter, fotoperiodista, recibió críticas después de ganar un Pulitzer por fotografiar a un niño sudanés famélico.
3. () La periodista Petra Laszlo, fue despedida por patear a refugiados en la frontera entre Hungría y Serbia.
4. () El código de Unesco establece que el periodista debe adherirse honestamente a la realidad objetiva.
5. () El compromiso con la verdad es esencial para un periodista.
6. () El profesional debe anteponer su interés egoísta al servicio que presta.
7. () El periodista debería priorizar la tarea informativa sobre la ayuda en una situación de emergencia.
8. () La objetividad y la verdad en el periodismo son el resultado inevitable de la acción del periodista.
9. () Según el análisis de Politifact, el 70 % de las declaraciones de Donald Trump durante su campaña electoral fueron veraces.
10. () La sensación antisistema catapultó a Donald Trump a la presidencia de EE. UU.

[Ir al solucionario](#)

Resultado de aprendizaje 6

- Identifica y distingue las informaciones que respetan la verdad y la objetividad.

Para alcanzar el resultado de aprendizaje, exploramos las complejas implicaciones éticas asociadas con los medios de comunicación en la actualidad, abordando fenómenos específicos como la infoxicación, las *fake news* (disfrazar la mentira de realidad) y la teoría de la aguja hipodérmica o “bala mágica”. De esta manera, se proporcionará a los alumnos las herramientas necesarias para analizar de manera crítica las cuestiones éticas en los medios de comunicación contemporáneos. Al comprender las complejidades éticas, se espera que los estudiantes estén mejor preparados para enfrentar los desafíos éticos en su futura práctica profesional.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 14

Unidad 14. 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 sociocultural.

Hay muchas acciones antiéticas a las que los medios de comunicación se han visto involucrados, y que simplemente 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 clics, usuarios, sesiones, seguidores o posicionamiento en buscadores).

Caso: juzgada por los medios de comunicación

El caso de homicidio en el que se vio implicada Amanda Knox, una estadounidense de 31 años, captó la atención de los medios de



2 Bimestre



comunicación a nivel mundial durante un extenso período de tiempo. Knox fue sentenciada por el asesinato de su compañera de estudios, Meredith Kercher, en la ciudad italiana de Perugia en 2007, y experimentó cuatro años de prisión antes de finalmente ser exonerada y puesta en libertad en 2011. Se pone a la luz el papel que los medios de comunicación jugaron en su caso. Guido Sola, uno de los organizadores del Festival della Giustizia Penale, dijo a CNN que: el caso de Amanda Knox “es el ícono de los juicios que los medios realizan antes del juicio en la corte”.



2 Bimestre



14.1. Ética en tiempos de infoxicación

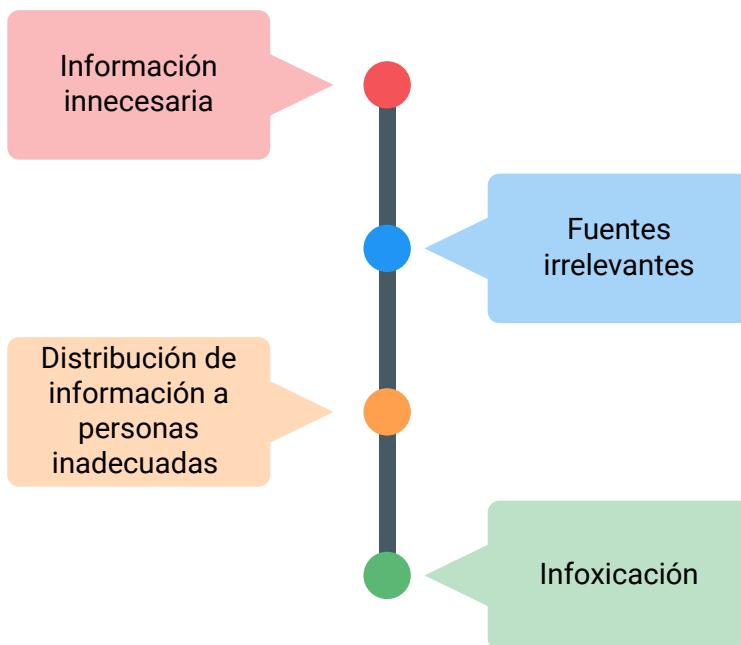
La infoxicación es la sobrecarga informacional. [Alfons Cornellá](#) (2003), padre del término “infoxicación”, explica que “Hay que diseñar instrumentos para reducir el ruido informativo y aumentar la productividad del tiempo de atención del que disponemos”.

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. En la figura 16 puede observar el proceso a seguir para esta infoxicación.



Figura 16
Proceso de infoxicación



14.2. 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.

Caso

[Ecuador chequea](#), un medio de comunicación especializado en uno de los principios del ejercicio periodístico: la verificación.

Selecciona declaraciones de diversas fuentes, incluyendo autoridades gubernamentales, políticos, líderes de opinión y actores relevantes en la actualidad, sin importar su afiliación política o ideológica. Las declaraciones analizadas son las expresadas públicamente o están documentadas. Además, priorizan declaraciones de alto impacto emitidas por funcionarios del Gobierno Central, gobiernos autónomos, descentralizados, legisladores y exfuncionarios que tienen influencia en la agenda pública.

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.

Figura 17

Cultura light y posverdad



Nota. Tomado de La era de la posverdad por SoyCienH [reddit](#) [Ilustración] 2021



2 Bimestre



14.3. 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.

Existen otros ejemplos mundiales en donde se evidencia claramente lo influenciable de las masas y cómo los medios de comunicación dan a conocer sencillamente lo que las partes políticamente interesadas, están de acuerdo. En América Latina, varios conglomerados económicos han establecido corporaciones y consolidado empresas mediáticas, dando forma a lo que los investigadores mexicanos Guerrero y Márquez (2014), han identificado como el “Modelo liberal capturado de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina”. Es el caso del contexto peruano, el grupo El Comercio lidera el 80 % de los medios de comunicación, incluyendo aquellos de mayor circulación y popularidad en el país.

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”.



2 Bimestre





Actividades de aprendizaje recomendadas

Reforcemos el aprendizaje resolviendo las siguientes actividades.

1. Lea el artículo de investigación: [La ética aplicada a los medios de comunicación](#).
2. Descargue el artículo de investigación: [La innovación en el periodismo como antídoto antes las Fake News](#).
3. Revise el video: [Infoxicación en la campaña electoral de Ecuador Chequea](#).
4. Lea y, analice los siguientes artículos divulgativos:
 - [La desinformación aviva la violencia en medio de crisis de países sudamericanos](#).
 - [Hay que fomentar el criterio para difundir contenidos en redes sociales](#).
5. Estimado estudiante, para evaluar los aprendizajes adquiridos sobre esta temática, le invito a desarrollar la autoevaluación que a continuación se presenta.



2 Bimestre





Autoevaluación 14



2 Bimestre



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

1. () Los medios de comunicación juegan un papel transformador sociocultural.
2. () El caso de Amanda Knox ilustra cómo los medios de comunicación pueden influir en la percepción antes del juicio en la corte.
3. () La infoxicación se refiere a la sobrecarga informativa y se puede curar con gestión y organización.
4. () La definición de *fake news* está ligada a la manipulación y desinformación.
5. () Ecuador Chequea, es un medio que se especializa en verificar declaraciones de diversas fuentes, independientemente de su afiliación política.
6. () La Teoría de la Aguja Hipodérmica busca inyectar una idea concreta en la población a través de los medios para dirigir la opinión pública.
7. () *True news* se refiere a información falsa o engañosa que se presenta como noticias reales y verídicas.
8. () En Perú, el grupo El Comercio lidera el 80 % de los medios de comunicación.
9. () La Teoría de la “Bala Mágica” busca la adhesión de los individuos a un ideario político sin recurrir a la violencia.
10. () Los medios de comunicación contribuyen a la “posverdad”, donde la realidad se ve afectada por noticias falsas y desinformación.

[Ir al solucionario](#)



2 Bimestre



Resultado de aprendizaje 1

- Discierne la mejor elección en cada situación profesional.

Para alcanzar el resultado de aprendizaje, se proporcionará a los estudiantes una comprensión profunda de la importancia de la ética en la actividad profesional del periodismo y resaltar la necesidad de una prensa responsable. A través de esta unidad, se busca que los alumnos no solo adquieran conocimientos teóricos, sino que también desarrollen habilidades reflexivas que les permitan analizar y evaluar la dimensión ética de su futura práctica periodística. De esta manera, los estudiantes tendrán una apreciación más profunda de la ética en el periodismo y saldrán con las habilidades necesarias para abordar los desafíos éticos que enfrentarán en su carrera.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 15

Unidad 15. Ética y periodismo

¿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 en 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.



2 Bimestre



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 (ver figura 19), día del [paro nacional en Ecuador](#) en contra de las medidas de austeridad del presidente Lenin Moreno.

Figura 18

Indígena en paro nacional en Ecuador 2019



Nota. Tomado de Indígena en el paro nacional [Fotografía], por Díaz, D., 2019, Bloomberg, CC BY 2.0

“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 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 periodista te permite cuestionarte cómo y para qué decides fotografiar a una persona o suceso" (D. Díaz Arcos, comunicación personal, 12 de febrero de 2020).

15.1. Memes en la comunicación política

Richard Dawkins (1978), define el término meme como "una unidad de información cultural que se disemina en la sociedad de igual forma que los microbios se expanden y evolucionan en la naturaleza".

Y en el ámbito de la participación política, Limor Shifman (2014), explica cómo los memes facilitan esta participación: "crear memes es una forma accesible, barata y divertida de hacer públicas las opiniones políticas de cada cual". Así, la masificación de los memes facilita los debates en relación con la política, ya que el humor abre la puerta a discusiones con criterio, y relevancia en las opiniones. Un ejemplo se puede observar en la figura 20.

Figura 19
Meme de comunicación política



Nota. Tomado de Meme de comunicación política [Ilustración], por Castro, 2022, tarea de la materia de Ética Periodística carrera de Comunicación, CC BY 2.0



2 Bimestre





Actividades de aprendizaje recomendadas

Es momento de aplicar sus conocimientos a través de las actividades que se han planteado a continuación:

1. Lea este artículo de investigación [Periodismo, ética y posverdad](#), y refuerce la unidad de ética y periodismo.
2. Mire el video [II Cátedra de Ética Periodística Javier Darío Restrepo](#).
3. Le invito a reforzar sus conocimientos, participando en la siguiente autoevaluación.



2 Bimestre





Autoevaluación 15



2 Bimestre



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

1. () Es posible pensar en el periodismo sin ética.
2. () Una recomendación para evitar faltas éticas es saber cuándo hay algo que contar.
3. () La ética es esencial al momento de cubrir un hecho noticioso.
4. () Es esencial tener el permiso de la persona que estás fotografiando.
5. () Se define el meme como una unidad de información cultural.
6. () Los memes en la comunicación política facilitan la participación política.
7. () Los memes permiten debates políticos gracias al humor.
8. () La ética en el periodismo depende únicamente de la ética del medio para el que se trabaje.
9. () La empatía y la reflexión son aspectos importantes en la ética periodística.
10. () La ética en el periodismo se relaciona únicamente con la transmisión de información verídica y auténtica.

[Ir al solucionario](#)



Resultado de aprendizaje 1 2, 3, 4, 5, y 6

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

Los resultados de aprendizaje se enfocan en desarrollar habilidades específicas que serán evaluadas durante la prueba presencial del segundo bimestre. Esta evaluación permite medir el dominio de los estudiantes en aspectos cruciales del curso, incluyendo la aplicación de conceptos éticos en comunicación y medios, así como la expresión ética y fundamentada de opiniones.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 16

Unidad 16. Prueba presencial del segundo bimestre

Estimado estudiante, hemos llegado al final del segundo bimestre, en el cual se ha estudiado temas como actitudes éticas, creatividad y ética profesional, ética y responsabilidad social de los medios de comunicación, ética y comunicación política, verdad, objetividad y ética, ética y medios de comunicación, ética y periodismo.

Para que tenga mejores resultados en la evaluación bimestral, esta semana dedíquese a estudiar, reforzar y comprender los temas revisados durante las 7 semanas de clases. Así mismo, refuerce el aprendizaje resolviendo las siguientes actividades.



2 Bimestre





Actividades finales del bimestre



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Aplique lo revisado, leído en cada uno de los capítulos, referente a lecturas, casos, video y artículos.
2. Le invito a reforzar sus conocimientos, participando en la siguiente autoevaluación.



2 Bimestre





Autoevaluación 16



2 Bimestre



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.
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](#)



2 Bimestre





Solucionario



4. Solucionario

Autoevaluación 1		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	F	La palabra “ética” proviene del griego “éthike”, que deriva del nombre “êthos”.
2	V	Sócrates es uno de los autores más destacados que ha desarrollado conceptos y teorías éticas, centrándose en el autoexamen y el diálogo.
3	F	La ética es un tipo de saber que pretende orientar la acción humana en un sentido racional.
4	V	La ética individual actúa como la piedra angular sobre la cual se edifica la ética social, destacando la responsabilidad y el papel activo de cada individuo en la formación de una sociedad ética y justa.
5	V	La ética no es simplemente un conjunto de normas externas, sino una práctica reflexiva que implica una profunda meditación sobre las razones que respaldan nuestras elecciones éticas.
6	F	Los valores éticos fundamentales son la responsabilidad, la verdad, la justicia y la libertad.
7	F	La ética individual es la base sobre la que construimos la ética social.
8	V	El artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos, establece la igualdad de oportunidades para acceder a la información.
9	V	Estos valores han sido y continúan siendo los pilares de la educación del ser humano.
10	F	La ética tiene un papel fundamental en el ámbito profesional, influyendo en la conducta y las decisiones de las personas.

Ir a la
autoevaluación

Autoevaluación 2		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	F	Según Adela Cortina, 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.
2	V	Los códigos deontológicos son conjuntos de principios éticos y reglas de conducta diseñados para guiar el comportamiento de los profesionales en un campo específico.
3	V	La ética profesional sirve como un marco normativo esencial que garantiza la integridad y la responsabilidad en las actividades profesionales, independientemente de la profesión específica en la que se encuentre un individuo.
4	V	Estos comportamientos éticos contribuyen no solo a la integridad individual, sino también al funcionamiento eficiente y exitoso de la organización en su conjunto.
5	V	Los 9 principios rectores sirven como directrices generales y éticas para la práctica en el campo de la comunicación, y los 7 orientados a la práctica se centran en la aplicación específica de la ética en situaciones prácticas relacionadas con la comunicación.
6	F	Jean Valin, expresidente de la Global Alliance, considera que la ética debe ser el núcleo de la actividad de los profesionales de la comunicación y que no hay profesión de comunicación sin ética.
7	F	Los profesionales de la comunicación tienen responsabilidades éticas hacia la sociedad y las organizaciones, ya que su labor puede influir en las economías y las personas.
8	V	Estos códigos proporcionan una orientación ética confiable y constante para los profesionales en el ejercicio de sus responsabilidades.
9	F	La ética profesional tiene un impacto significativo en la relación entre los colaboradores y la organización en el contexto de la comunicación, ya que establece pautas para el comportamiento ético y responsable en el trabajo.
10	F	Los principios de transparencia y responsabilidad social son muy relevantes para los profesionales de la comunicación, ya que son fundamentales para la participación y competitividad en el mercado.

[Ir a la autoevaluación](#)



Solucionario



Autoevaluación 3

Pregunta Respuesta Retroalimentación

1	V	La libertad de opinión y expresión es un derecho fundamental reconocido en la constitución del Ecuador, el cual implica la capacidad de las personas para expresar sus ideas, opiniones y pensamientos libremente, así como acceder a diversas fuentes de información.
2	V	La Ley Reformatoria de la Ley Orgánica de Comunicación 2019 incluye la cláusula de conciencia del comunicador, que es un derecho importante en el ejercicio de la comunicación.
3	V	Los comunicadores no solo tienen la tarea de informar, sino también de hacerlo de manera ética y respetuosa, considerando el impacto de su trabajo en la sociedad y en los individuos.
4	V	El artículo 40 de la Ley Orgánica de Comunicación 2019 garantiza el derecho a la reserva de fuente para las personas que difunden información de interés general.
5	F	La reserva de fuente es un principio fundamental del periodismo que implica la protección de la identidad de las fuentes de información.
6	F	El Artículo 41 de la Ley Orgánica de Comunicación 2019 establece que la información obtenida forzadamente carece de todo valor jurídico.
7	V	Los códigos deontológicos contemplan la posibilidad de eludir el secreto profesional en casos muy concretos y especiales, como cuando está en peligro la vida.
8	V	La activación del protocolo de seguridad resalta que, en situaciones extremas, la protección de la vida del periodista puede ser prioritaria sobre otras consideraciones.
9	F	El artículo 42.1 de la Ley Orgánica de Comunicación 2019 establece la obligación de proteger a los trabajadores de la comunicación que corran riesgo de muerte por sus actividades profesionales.
10	V	Los periodistas éticos son percibidos como más confiables por el público, lo que es esencial para el éxito y la influencia positiva de los medios de comunicación.

Ir a la
autoevaluación



Solucionario



Autoevaluación 4		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	V	El concepto abarca diversas dimensiones, desde relaciones personales hasta creencias religiosas y situaciones financieras.
2	V	El respeto a la privacidad es un principio respaldado por leyes y ética, como se refleja en el artículo 23 de la Constitución.
3	V	El artículo 23 de la Constitución garantiza derechos relacionados con la privacidad y la intimidad.
4	F	La ética en la comunicación implica proteger la privacidad de las personas, verificando información y respetando límites.
5	V	En eventos públicos convocados de esa manera, con autorización, los comunicadores pueden cubrirlos, respetando la línea entre lo público y privado.
6	V	La ética periodística permite violar derechos privados solo en casos de interés público.
7	F	Según el artículo 1 de la Ley de Protección de Datos en Ecuador, el objeto y finalidad de la ley son garantizar el ejercicio del derecho a la protección de datos personales.
8	V	La garantía establecida en la DUDH implica que las intromisiones en la vida privada deben basarse en justificaciones legítimas y no deben ser arbitrarias ni desproporcionadas. Este principio busca proteger la esfera íntima de las personas de interferencias innecesarias o injustas.
9	V	Las plataformas recopilan datos para personalizar anuncios y persuadir en la era del consumismo.
10	V	El caso Watergate, es emblemático no solo por exponer la vida privada del presidente Nixon, sino por demostrar la importancia de la transparencia, la rendición de cuentas y la integridad en el liderazgo político.

[Ir a la autoevaluación](#)



Solucionario



Autoevaluación 5		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	F	El COIP efectivamente incorpora disposiciones que abordan delitos informáticos, pero, desde 2014. El artículo 178 establece sanciones para la violación del derecho a la intimidad personal y familiar.
2	V	La metáfora de "Matrix" se utiliza para describir un mundo digitalmente interconectado donde la información y la comunicación son omnipresentes, influenciando nuestras percepciones.
3	F	La deshumanización tecnológica implica el reemplazo de actividades tradicionales por herramientas tecnológicas, como el uso de chatbots y el comercio en línea.
4	V	Estos principios buscan abordar las preocupaciones éticas y sociales asociadas con el impacto creciente de la IA en diversas áreas de la vida, desde la toma de decisiones automatizada hasta la privacidad y la seguridad.
5	V	Las compras en línea han transformado los hábitos de consumo, siendo especialmente relevantes para las nuevas generaciones debido a su facilidad y comodidad.
6	V	Es importante reconocer que, si bien la tecnología ha proporcionado beneficios significativos en términos de acceso a la información y la conectividad global, también ha planteado desafíos en la forma en que nos comunicamos y nos relacionamos en un entorno cara a cara.
7	V	Las aplicaciones móviles han reemplazado múltiples actividades cotidianas, ofreciendo conveniencia a los usuarios.
8	F	El IoT se refiere a la conexión de objetos a través de la red, introduciendo inteligencia artificial en diversas aplicaciones.
9	V	Aunque la tecnología ha cambiado nuestras vidas, es responsabilidad del ser humano recordar su esencia y valores en relación con la tecnología.
10	V	Aunque la tecnología contribuye al progreso, es esencial que el ser humano valore su esencia y no pierda de vista sus principios y virtudes.

Ir a la
autoevaluación



Solucionario



Autoevaluación 6

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	F	La publicidad no es inherentemente inmoral; su ética depende de cómo se lleva a cabo. Puede ser ética si respeta los límites de la persuasión y no coarta la libertad y el desarrollo de las personas.
2	F	Aunque Yáñez argumenta que la ética puede ser subjetiva y dependiente de la cultura, aún hay principios éticos universales que pueden aplicarse a la publicidad, como la honestidad y la transparencia.
3	F	David Ogilvy definió la publicidad como una forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios.
4	F	La campaña generó controversia y críticas en las redes sociales, destacando la importancia de considerar las posibles interpretaciones y reacciones del público.
5	F	En el ejemplo de Levi's, se presenta una contradicción entre el mensaje escrito sobre la diversidad de formas y tamaños y la imagen que mostraba mujeres jóvenes y delgadas.
6	V	Ramón Feenstra argumenta que la publicidad ética debe respetar los límites de la persuasión y no limitar la libertad y el desarrollo personal.
7	V	Yáñez argumenta que la ética puede ser subjetiva y dependiente de la cultura, pero aún existen principios éticos universales que pueden aplicarse.
8	F	David Ogilvy promovió la importancia de la honestidad y la investigación en la publicidad.
9	F	La campaña generó críticas y controversia, lo que destaca la importancia de considerar las posibles interpretaciones y reacciones del público.
10	F	La contradicción en la campaña de Levi's se señala como un factor que puede afectar la credibilidad de la marca.

Ir a la
autoevaluación



Solucionario



Autoevaluación 7

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	F	La libertad de pensamiento tiene límites legales, éticos y sociales. Su ejercicio debe respetar los derechos individuales y las normas éticas.
2	F	Los límites de la libertad de pensamiento pueden variar según el entorno, la sociedad y el contexto legal y ético en el que se encuentre una persona.
3	V	El artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos establece el derecho a la libertad de opinión, expresión e información.
4	V	Fundamedios es una organización sin fines de lucro dedicada a la promoción de la democracia y los derechos humanos, especialmente en el ámbito de la libertad de expresión.
5	F	En agosto de 2023, se registraron 22 incidentes, no 175 ataques. Desde 2007 hasta agosto de 2023, el total de agresiones documentadas fue de 3,558.
6	F	El aumento en la violencia afectó a 35 víctimas, no necesariamente a 35 personas diferentes.
7	V	Fernando Villavicencio, un ex periodista de investigación y candidato a la presidencia, fue asesinado en agosto de 2023 como amenaza a la libertad de expresión.
8	V	El artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos aborda la protección contra molestias debido a las opiniones.
9	F	La libertad de expresión se aplica a individuos en general, no solo a medios y periodistas.
10	F	La libertad de pensamiento está respaldada por normativas legales, éticas y derechos fundamentales, como se menciona en el artículo 18 de la Declaración Universal de Derechos Humanos.

Ir a la
autoevaluación



Solucionario



Autoevaluación 8

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	V	La ética se ocupa de las acciones humanas y su moralidad, guiando el comportamiento para vivir de manera justa y responsable.
2	F	La ética individual sirve de base para la ética social. La conducta ética de las personas contribuye a la construcción de una sociedad ética.
3	F	En situaciones de crisis, es necesario manejar la información con responsabilidad y considerar posibles impactos. No siempre es ético brindar toda la información.
4	V	La ética profesional respeta la dignidad de las personas al actuar con integridad, justicia y respeto en el ámbito laboral.
5	F	Si bien se busca objetividad, la neutralidad absoluta es difícil. Los periodistas deben ser equitativos y presentar hechos de manera imparcial, pero pueden tener perspectivas éticas.
6	F	Aunque hay desafíos, existen medidas para proteger la privacidad en línea, como configuraciones de privacidad y prácticas seguras en el manejo de información personal.
7	V	En ciertos casos, la conexión entre la vida privada y pública puede ser relevante para el interés público, justificando la publicación ética.
8	V	El sentido común y la prudencia son fundamentales al compartir información en línea para proteger la privacidad y evitar riesgos.
9	V	El derecho a la intimidad está protegido legalmente en varias jurisdicciones, incluida Ecuador.
10	V	El derecho a la información está vinculado a la libertad de expresión y es esencial para una sociedad informada y participativa.

Ir a la
autoevaluación



Solucionario



Autoevaluación 9

Pregunta Respuesta Retroalimentación

1	F	Según Salvador Alsius y Francesc Salgado, los códigos deontológicos coinciden en condenar la dependencia del informador de los intereses comerciales, lo que sugiere que abogan por la independencia de la información.
2	F	Formar un sentido crítico implica discernir entre diferentes perspectivas, no ignorar opiniones ajenas, escuchar incluso a aquellos que piensan diferente y no dejarse contagiar por opiniones sin fundamento.
3	F	La actitud de servicio implica pasar de un enfoque de poder a un enfoque de servicio a los demás, no utilizar el poder de manera egoísta.
4	F	La actitud cívica y ciudadana implica compromiso, respuesta a la ciudadanía, fortalecimiento de la opinión pública y apoyo al activismo ciudadano.
5	V	El diálogo debe tener prioridad y reglas claras para evitar confrontaciones y mantener buenas relaciones en el ámbito de la comunicación.
6	F	Valeria Gavilanes destaca la importancia del diálogo y el proceso de escucha para evitar confrontaciones y convertir la comunicación en un monólogo.
7	F	La ética colectiva implica que la actitud de servicio responde a una ética compartida, no es un asunto individual.
8	F	Ignorar a quienes piensan diferente va en contra de desarrollar sentido crítico. La sugerencia es escuchar incluso a aquellos que tienen perspectivas diferentes.
9	V	El diálogo debe tener reglas claras para evitar complicaciones y mantener buenas relaciones, especialmente en el ámbito de la comunicación.
10	F	La independencia y autonomía en el ejercicio periodístico son fundamentales para asegurar que la información proporcionada a la ciudadanía sea confiable, imparcial y libre de influencias indebidas.

Ir a la
autoevaluación



Solucionario



Autoevaluación 10

Pregunta | Respuesta | Retroalimentación

1	F	La creatividad está presente en diversos ámbitos, no se limita solo a ciertas profesiones. Cualquier persona, empresa o medio de comunicación puede realizar actos creativos que contribuyan al cambio y aporten a la sociedad.
2	F	Romano Guardini sugiere que la creatividad debe estar enmarcada en principios éticos, ya que las acciones creativas deben contribuir a la construcción del ser humano.
3	F	La valla publicitaria en Loja generó críticas y controversias, siendo calificada como machista y sexista. Aunque algunos podrían verla como creativa, es importante considerar la ética en la creatividad publicitaria.
4	F	Tesla Inc. es consciente de las implicaciones éticas y sociales de sus automóviles autónomos, como la reducción de accidentes y la eficiencia en rutas. Sin embargo, también hay perspectivas críticas relacionadas con el impacto en la fuerza laboral.
5	F	El pensamiento creativo ético busca ideas que aporten valor a otras personas, considerando las implicaciones sociales y ambientales. No se limita a beneficios individuales, sino que tiene en cuenta el impacto positivo en la sociedad.
6	F	Un medio que promueve valores culturales a través de entrevistas o noticias puede ser un acto creativo ético, ya que contribuye positivamente a la sociedad al resaltar aspectos culturales importantes.
7	V	Una campaña de comunicación ética debe respetar el entorno y a las personas. Irrespetar el entorno va en contra de los principios éticos.
8	F	Las acciones de comunicación empresarial éticas pueden beneficiar tanto a los colaboradores como a los clientes, contribuyendo de manera positiva a la relación con ambas partes.
9	F	Los mensajes éticos deben considerar el respeto y la verdad. Un enfoque ético no solo busca vender productos, sino que también comunica de manera transparente y honesta.
10	F	La ética es esencial en el pensamiento creativo de los comunicadores, ya que implica considerar el impacto de sus acciones en la sociedad y el entorno. Ignorar la ética puede llevar a consecuencias negativas.

Ir a la
autoevaluación



Solucionario



Autoevaluación 11		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	V	La información destaca la iniciativa de Chile para alcanzar estándares globales en responsabilidad social, evidenciado por organizaciones como la Fundación Prohumana y Acción RSE.
2	F	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.
3	V	Pacari, una empresa ecuatoriana dedicada a la producción de chocolate, ha impulsado la “conciencia cacaotera” en Ecuador. Esta iniciativa no se limita solo a la producción de chocolate, sino que abarca principios éticos y sostenibles.
4	F	La tendencia eco-friendly exige a las marcas acciones que protejan el medio ambiente y contribuyan a modelos más verdes.
5	F	La función primordial de los medios de comunicación es informar, comprometiéndose con las necesidades de la comunidad.
6	V	Los chatbots de la BBC son una buena práctica de gestión y comunicación responsable y sostenible.
7	F	La responsabilidad social va más allá del cumplimiento legal e implica considerar el impacto de las acciones en la sociedad y el medio ambiente.
8	F	La Fundación Prohumana de Chile define la RS como la contribución al desarrollo humano sostenible a través del compromiso hacia empleados, la sociedad en general y la comunidad local.
9	F	La función principal de los medios de comunicación es informar a la sociedad. Esta responsabilidad implica la entrega de información precisa, equitativa y relevante que responda a las necesidades informativas de la comunidad.
10	F	La BBC desarrolló chatbots para ayudar a los periodistas a explicar temas complejos a un público poco familiarizado, no para evitar que los periodistas expliquen.

Ir a la
autoevaluación



Solucionario



Autoevaluación 12

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	F	La comunicación política ética se basa en la transmisión de información precisa y veraz, evitando la manipulación emocional.
2	F	La racionalidad humana sigue siendo relevante en política, ya que los ciudadanos deben tomar decisiones informadas basadas en la lógica y la razón.
3	F	La propaganda política a menudo se critica por ser engañosa, errónea e injusta.
4	F	El objetivo principal es educar a los votantes, proporcionando información veraz y precisa para decisiones informadas.
5	F	La ética es esencial para mantener la confianza pública en el proceso democrático y en los líderes políticos.
6	F	La propaganda política es a menudo criticada por su propensión a la manipulación y la falta de transparencia.
7	F	La ética en la comunicación política aborda valores como igualdad, diversidad y otros fundamentales para una democracia saludable.
8	F	Los principios éticos son fundamentales para mantener la confianza pública en el proceso democrático.
9	F	La propaganda política suele ser criticada, incluso si sirve a ciertos objetivos políticos, si es engañosa o injusta.
10	V	La ética fortalece la democracia al promover un debate político saludable y mantener la confianza del público.

Ir a la
autoevaluación



Solucionario



Autoevaluación 13

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	F	Joseph Pulitzer es conocido por su papel en la prensa amarillista, caracterizada por exagerar la realidad con titulares llamativos. Aunque instituyó los premios Pulitzer, no es recordado por promover el “buen periodismo” en el sentido ético.
2	V	Kevin Carter fue criticado por la imagen de un niño famélico en Sudán, que le valió un Pulitzer. Las críticas se centraron en la ética de capturar la escena en lugar de intervenir.
3	V	Petra Laszlo fue despedida después de patear a refugiados en la frontera, un acto ampliamente condenado.
4	V	El código de Unesco destaca la importancia de adherirse honestamente a la realidad objetiva para proporcionar información verídica.
5	V	Javier Darío Restrepo subraya la responsabilidad del periodista de buscar la verdad, presentarla de manera objetiva y actuar con integridad en el ejercicio de su profesión.
6	F	Según Cortina, el profesional debe anteponer el servicio que presta a su interés egoísta.
7	F	Restrepo destaca que salvar una vida debe anteponerse a la tarea informativa.
8	V	La objetividad y la verdad surgen como resultado de la acción del periodista al buscar, conocer y transmitir la realidad.
9	F	Según Politifact, el 70 % de las declaraciones de Trump fueron falsas, lo que destaca la importancia de discernir entre sensaciones y realidad.
10	V	La sensación antisistema contribuyó al éxito electoral de Donald Trump, según análisis, a pesar de que muchas de sus declaraciones eran falsas.

Ir a la
autoevaluación



Solucionario



Autoevaluación 14

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	V	Los medios de comunicación tienen la capacidad de influir y transformar criterios en la sociedad al presentar información desde diversas perspectivas, culturas e ideologías.
2	V	El caso de Amanda Knox destaca cómo los medios pueden afectar la percepción pública antes de un juicio, mostrando la importancia de la ética en la cobertura mediática.
3	V	La infoxicación es la saturación de información, y la gestión y organización son clave para reducir el ruido informativo y aumentar la productividad.
4	V	Las fake news están asociadas con señales distorsionadas que no están correlacionadas con la verdad, implicando manipulación y desinformación.
5	V	Ecuador Chequea se enfoca en la verificación y selecciona declaraciones de diversas fuentes sin importar afiliación política, destacando la importancia de la ética en la verificación de hechos.
6	V	La Teoría de la Aguja Hipodérmica, también conocida como "Bala Mágica", es una perspectiva en la comunicación que sugiere que los medios de comunicación tienen un impacto directo y uniforme en la audiencia.
7	F	Las fake news son información falsa o engañosa que se presenta como noticias reales y verídicas, lo que puede causar confusión y desinformación entre el público.
8	V	Según Guerrero y Márquez, El Comercio lidera el 80 % de los medios de comunicación en Perú, mostrando la concentración de medios y su impacto en la información.
9	V	La Teoría de la Aguja Hipodérmica o "Bala Mágica" propone que los medios de comunicación pueden inyectar mensajes directamente en la mente de la audiencia para dirigir su opinión pública, y uno de los objetivos clave es lograr la adhesión de los individuos a un ideario político sin recurrir a la violencia.
10	V	Los medios pueden contribuir a la "posverdad" al difundir noticias falsas y desinformación, lo que afecta la percepción de la realidad.

Ir a la
autoevaluación



Solucionario



Autoevaluación 15		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	F	No es posible concebir el periodismo de manera separada de la ética. La esencia del periodismo radica en la transmisión de información precisa y verificada, respetando la responsabilidad social hacia la comunidad. El periodismo sin ética se vuelve irresponsable y se aparta de su función fundamental.
2	V	Lisette Poole compartió recomendaciones, cómo saber cuándo hay algo que contar, ser sinceros con los personajes, mantener la distancia y no distorsionar la historia, para evitar faltas éticas en el periodismo.
3	V	David Díaz Arcos enfatiza la importancia de la ética al cubrir un hecho noticioso, resaltando la necesidad de respeto y sensibilidad hacia los sujetos fotografiados, así como la importancia de la empatía y reflexión en el proceso.
4	V	David Díaz Arcos subraya la importancia de tener el permiso de la persona que se está fotografiando, reconociendo que esto es esencial para establecer una relación ética y respetuosa en el proceso.
5	V	Según la definición de Richard Dawkins, un meme es una unidad de información cultural que se propaga en la sociedad de manera similar a cómo los microbios se expanden y evolucionan en la naturaleza.
6	V	Limor Shifman sostiene que los memes en la comunicación política son una forma accesible y efectiva de hacer públicas las opiniones políticas, facilitando debates y discusiones con criterio y relevancia.
7	V	Shifman destaca que la masificación de memes facilita debates políticos, ya que el humor abre la puerta a discusiones con criterio, promoviendo interacciones significativas en relación con la política.
8	F	La ética en el periodismo implica una responsabilidad individual del periodista en concordancia con los principios éticos del medio para quien trabaje.
9	V	Díaz Arcos destaca que la empatía y la reflexión son fundamentales en su ética periodística, especialmente al retratar personas o sucesos, lo que contribuye a cuestionarse cómo y por qué se decide fotografiar.
10	F	La ética en el periodismo va más allá de la veracidad de la información. También implica respeto, sensibilidad, empatía y reflexión en la relación con los sujetos fotografiados.

Ir a la
autoevaluación



Solucionario



Autoevaluación 16		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	V	La independencia y la evitación de conflictos de interés son principios fundamentales en los códigos deontológicos periodísticos.
2	V	El sentido crítico es esencial para discernir información, garantizando una presentación transparente y responsable de los hechos.
3	F	La creatividad está intrínsecamente relacionada con la ética. Las expresiones creativas deben respetar los límites éticos y sociales.
4	V	La conciencia ética y la resistencia a comprometer la integridad creativa son elementos clave para mantener estándares éticos en el campo de la creatividad y la comunicación visual.
5	V	Chile ha demostrado un esfuerzo consciente y organizado para adoptar estándares mundiales en Responsabilidad Social, lo que refleja un compromiso significativo con prácticas empresariales sostenibles y socialmente responsables.
6	F	Estas prácticas son generalmente ilegales y antiéticas, y suelen ser penalizadas.
7	V	La verdad y la independencia son pilares fundamentales del periodismo ético.
8	V	La objetividad y la verdad en el periodismo no son simplemente resultados automáticos, sino que se construyen a través del accionar ético del periodista, reforzando la importancia de la integridad y la imparcialidad en la presentación de información.
9	V	La infoxicación digital no es una condición irreversible; se puede gestionar y superar mediante prácticas conscientes de organización y habilidades efectivas de filtrado de información. La clave radica en adoptar enfoques proactivos para manejar la avalancha de datos en el entorno digital actual.
10	V	La ética es una parte fundamental del quehacer periodístico, y su cumplimiento es esencial para la integridad, credibilidad y responsabilidad social de los medios de comunicación.

Ir a la
autoevaluación



Solucionario





Referencias



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/> Concepto cliente

Código de ética periodística en Ecuador. Recuperado de: <https://eticadelacomunicacion.wordpress.com/2008/06/18/codigo-de-etica-periodistica-en-el-ecuador/>

Código Orgánico Integral Penal (25 de marzo del 2013). Recuperado de: <https://eticadelacomunicacion.wordpress.com/2008/06/18/codigo-de-etica-periodistica-en-el-ecuador/>

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

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.

Feeンstra, 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.



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



Pérez Porto, J., Merino, M. (2015). Valores éticos - Qué son, definición y concepto. Recuperado de: <https://definicion.de/valores-eticos/>



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_n_85/35

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



Razgado, L. (2007) Dimensiones éticas de la comunicación política. Razón y Palabra. Universidad de los Hemisferios Quito, Ecuador.



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.



Referencias





6. Anexos

Anexo 1. Ejemplo de cuestionario de encuesta

Entrevista de 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 de buenas prácticas éticas en empresas del Ecuador.

1. Su organización es:

- Medio de comunicación.
- Institución pública.
- Empresa privada.
- ONG.

2. Su organización cuenta con:

- 10 a 50 colaboradores.
- 51 a 200 colaboradores.
- 201 a 400 colaboradores.
- Más de 400 colaboradores.

3. ¿Según su percepción, en su organización se fomenta una cultura ética empresarial?

4. ¿Durante el año 2023 ha tenido que tomar decisiones en las que la ética ha jugado un papel importante?

- Si.
- No.



5. ¿Si existen prácticas éticas formales en su empresa, estas le han ayudado a tomar decisiones?
- Si.
 - No.
 - No existen prácticas éticas.
6. ¿Cuáles son las áreas en las que se plantean problemas éticos con más frecuencia? (señalar como máximo tres)
- Contabilidad y finanzas.
 - Recursos humanos
 - Comunicación.
 - Compras.
 - Comercial y ventas.
 - Marketing.
 - Operaciones.
 - Sistemas de información.
 - Otro.
7. Si en su empresa existen prácticas éticas, indique cuáles de las siguientes se realizan. En el caso de no existir ninguna, no responda.
- Declaraciones de misión / credos corporativos.
 - Códigos de conducta.
 - Código de buen gobierno.
 - Programas de formación ética.
 - Existencia de responsables/ departamentos éticos o de responsabilidad/reputación corporativa.
 - Existencia de canales formales para resolución de conflictos/ dudas éticas.
 - Otro (especifique).
8. ¿A quién está delegada la responsabilidad del seguimiento de las prácticas éticas en su organización?
- Director general.
 - Departamento Responsabilidad Social o Reputación Corporativa.
 - Departamento Recursos Humanos.
 - Asesoría Jurídica.



- Departamento Relaciones Institucionales.
 - Departamento de Auditoría Interna.
 - Otro (especifique).
9. ¿Cuál ha sido el impacto que las prácticas éticas han logrado en su organización?
- Ha mejorado la reputación de la compañía.
 - Han hecho que la organización esté más enfocada hacia los valores.
 - Se han reducido las situaciones delicadas o de conflictos de intereses.
 - Ha mejorado el clima laboral y la motivación de los empleados.
 - Han ayudado al cumplimiento de la normativa legal.
 - Ha mejorado la calidad de los productos o la prestación de los servicios.
 - Se ha incrementado el volumen de negocio.
 - Otro (especifique).
10. ¿Cree que los valores en los que se basan las prácticas son consistentes con el día a día que se vive en su organización?
11. ¿En su organización se practica el Compliance (cumplimiento de normas) para establecer estándares y procedimientos adecuados en la gestión?
- Sí.
 - No.
 - No conoce.

Gracias por responder

