



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN PERIODISMO**

TEMA

**ÉTICA PERIODÍSTICA INFORMATIVA EN LOS
PROCESOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL**

TUTOR

MGs. Karla López Cedeño

AUTORA

María Fernanda Coterá Gracia

GUAYAQUIL

2020

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Análisis del manejo de la ética en el ejercicio periodístico digital de los diarios El Universo y El Comercio ante la gestión y construcción de normativas deontológicas del periodista guayaquileño 3.0.	
AUTOR/ES: María Fernanda Cotera Gracia	REVISORES O TUTORES: MGs. Karla López Cedeño.
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: LICENCIADA EN PERIODISMO
FACULTAD: Ciencias Sociales y Derecho	CARRERA: Periodismo
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2020	N. DE PAGES: 113
ÁREAS TEMÁTICAS: Periodismo e Información	
PALABRAS CLAVE: Medios de comunicación, deontología, ética, noticias, periodismo.	
RESUMEN: La presente investigación se orienta hacia el análisis de la ética periodística en los portales web de los diarios El Universo y El Comercio y su incidencia en la construcción de normativas deontológicas del periodista guayaquileño 3.0, por ello se abordó desde un enfoque mixto, que acopla técnicas cuantitativas y cualitativas, en un ambiente de campo, en el cual los objetos de estudio dieron su opinión y perspectiva respecto a la ética, el correcto uso de las normas deontológicas y la influencia de la información emitida por dichos medios. Se aplicaron encuestas a una muestra intencional de 7 periodistas en el diario El Comercio y 10 periodistas de diario El Universo. Además, entrevistas a 2 periodistas de los portales digitales: La República.ec y la Historia.ec.	

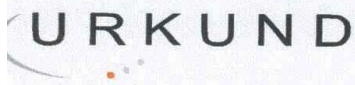
Tras aplicar las técnicas de recolección de datos como la entrevista y las encuestas, se determinó que el 85% de la muestra considera importante que toda información emitida por los periodistas debe estar ligada a la ética periodística, que esta no debe perderse o ser sometida por los beneficios personales del comunicador o el medio de comunicación por el que se transmiten las noticias.

Asimismo, se debe educar a los nuevos periodistas para que sean íntegros en su carrera profesional ante la construcción de normativas deontológicas del periodista guayaquileño3.0.

Por su parte las entrevistas a profesionales definieron que, la ética periodística es parte del ejercicio profesional y no hay que desvincularse de ella. Además, evidencian que en el país no existe una organización que se encargue de formar la ética periodística.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: María Fernanda Cotera Gracia	Teléfono: 0988783556	E-mail: mafercotera27@gmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	<p>Msc. Marco Oramas Salcedo Teléfono: 2596500 Ext. 249 E-mail: moramas@ulvr.edu.ec</p> <p>Mg. Federico Varas Chiquito Teléfono: 2596500 Ext. 251 E-mail: fvarasc@ulvr.edu.ec</p>	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: MARÍA FERNANDA COTERA-TESIS ÉTICA PERIODISTICA 2
DICIEMBRE 2019.docx (D60751702)
Submitted: 10/12/2019 23:55:00
Submitted By: kclopezc@ulvr.edu.ec
Significance: 2 %

Sources included in the report:

ANDREA LISSETH VERA BAJAÑA.docx (D40028529)
Calva Guajala Maybelline Fernanda URKUND.docx (D54841016)
TESIS FINAL - JOHN SÁNCHEZ.docx (D51857900)
Cecilia Fienco 2019.docx (D60382653)
[https://www.kas.de/c/document_library/get_file?
uuid=ef1da7ad-6f7a-835e-33bb-41a0798a6885&groupId=252038Amar,](https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=ef1da7ad-6f7a-835e-33bb-41a0798a6885&groupId=252038Amar)
<https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/download/57161/52058/>

Instances where selected sources appear:

13

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized initial 'M' followed by several vertical strokes and a long horizontal line extending to the right.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El estudiante egresado, **MARÍA FERNANDA COTERA GRACIA** declara bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente al suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autora:

Firma:



María Fernanda Cotera Gracia

C.I. 0803163948

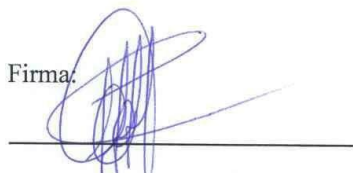
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **ANÁLISIS DEL MANEJO DE LA ÉTICA EN EL EJERCICIO PERIODÍSTICO DIGITAL DE LOS DIARIOS EL UNIVERSO Y EL COMERCIO ANTE LA GESTIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE NORMATIVAS DEONTOLÓGICAS DEL PERIODISTA GUAYAQUILEÑO 3.0**, nombrado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **ANÁLISIS DEL MANEJO DE LA ÉTICA EN EL EJERCICIO PERIODÍSTICO DIGITAL DE LOS DIARIOS EL UNIVERSO Y EL COMERCIO ANTE LA GESTIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE NORMATIVAS DEONTOLÓGICAS DEL PERIODISTA GUAYAQUILEÑO 3.0**, presentado por la estudiante **MARÍA FERNANDA COTERA GRACIA** como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de Licenciado en Periodismo, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



Tutor: Mgs. Karla López Cedeño

C.I. 0802949859

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme otorgado una familia maravillosa, quienes han creído en mí siempre, dándome el ejemplo de superación, humildad y sacrificio; sobre todo a mi madre quien es la luz de mis ojos porque desde pequeña fomentó en mí la determinación, el deseo de superación y de triunfo en la vida. Lo que ha contribuido a la consecución de este logro.

También a mi tutora de tesis Mgs, Karla López quien me brindó su apoyo y ayuda invaluable en este largo proceso, gracias a sus conocimientos, experiencia y cariño concluimos con éxito este proyecto de investigación.

Asimismo agradezco a los periodistas de los diarios en objeto de estudio que con su aporte fueron parte fundamental para alcanzar cada objetivo.

Por último a mis amigos y amigas que siempre estuvieron con sus palabras de éxito y apoyo incondicional.

María Fernanda Cotera Gracia

DEDICATORIA

Mi proyecto de tesis lo dedico con todo mi amor y cariño a mi amada madre Nieves Gracia y a mi hermana Damaris Gracia pues ellas han sido el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional, me enseñaron a ser responsable y a querer superarme en cada meta. Son las mujeres de mi vida y en ellas tengo el espejo en el cual me quiero reflejar pues sus virtudes infinitas y su gran corazón me llevan a admirarlas cada día más.

Gracias Dios y a mis ángeles que me protegen en cada paso que doy y sigo firme en seguir alcanzando más metas en mi vida.

A mi querido hermano Daniel Gracia y mis amados sobrinos quienes son mi luz para saber que también este objetivo es por ellos.

María Fernanda Cotera Gracia

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	ii
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO	iv
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	vii
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	2
1.1. Planteamiento del problema:.....	2
1.2. Formulación del problema	4
1.3. Sistematización del problema	4
1.4. Objetivos de la investigación	5
1.4.1. Objetivo General:	5
1.4.2. Objetivos Específicos:.....	5
1.5. Justificación de la investigación	5
1.6. Delimitación o alcance de la investigación.....	6
1.7. Idea a defender	6
1.8. Línea de Investigación	6
CAPÍTULO II	7
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1. Estado de arte	7
2.2. Marco referencial	7
2.2.1. Aplicación de estudios en la ética periodística	7
2.2.2. Estudios sobre la aplicación de la ética informativa en los medios digitales.....	13
2.2.3. Teorías que orientan la ética periodística	16
2.2.4. Teorías sobre los medios de comunicación e información en la web.....	19
2.2.5. Referentes de propuestas relacionadas con la ética periodística en los medios digitales	27
2.3. Marco conceptual.....	33
2.3.1. Ética periodística.....	34

2.3.2. Periodismo informático.....	35
2.3.3. Convergencia:	36
2.3.4. Concientización:	36
2.3.5. Cuestionamientos:.....	36
2.3.6. Deontológicos:	37
2.3.7. Democracia Deliberativa:	37
2.3.8. Empirismo:.....	37
2.3.9. Preconizar:	37
2.3.10. Trastocada:.....	38
2.3.11. Rectificaciones:.....	38
2.4. Marco Legal	38
CAPÍTULO III.....	49
3. MARCO METODOLÓGICO.....	49
3.1. Tipo de investigación.....	49
3.1.1. Investigación de Campo	49
3.2. Niveles	49
3.2.1. Descriptivo	49
3.3. Enfoque de la investigación.....	50
3.3.1. Investigación Cuantitativa	50
3.3.2. Investigación Cualitativa	51
3.4. Técnicas de investigación	51
3.4.1. La entrevista.....	51
3.4.2. Técnica de la encuesta	51
3.5. Instrumentos de investigación.	52
3.5.1. Cuestionario de preguntas.....	52
3.5.2. Guion de entrevista-cualitativo.....	52
3.6. Población	52
3.7. Análisis y tabulación de los resultados de encuestas.....	53
3.8. INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS	82
3.9. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	83
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES	86
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Selección de medios digitales pioneros en Iberoamérica (1994-1997).....	22
Tabla 2 Distribución porcentual de género	53
Tabla 3 Distribución porcentual de Edad.....	54
Tabla 4, pregunta 1 ¿Considera usted que la ética del ejercicio periodístico se encuentra asociado a valores humanos?.....	55
Tabla 5, pregunta 2 ¿Usted cree que la ética en el periodismo es fundamental?.....	56
Tabla 6, pregunta 3 ¿Cree usted que la línea editorial de su medio de comunicación promueve la ética periodística?.....	57
Tabla 7, pregunta 4 ¿Usted considera que los medios digitales en el país gozan de buena imagen y credibilidad?.....	58
Tabla 8, pregunta 5 ¿Usted considera que los medios tradicionales en el país gozan de buena imagen y credibilidad?.....	59
Tabla 9, pregunta 6 ¿Usted cree que son fundamentales los códigos deontológicos para preservar la ética periodística en la ciudad?.....	60
Tabla 10, pregunta 7 ¿Para usted cuáles son los cuatro factores principales que ponen en riesgo la ética periodística?	61
Tabla 11, pregunta 8 ¿Considera usted que la formación del periodista es clave en el cumplimiento de la ética periodística?.....	62
Tabla 12, pregunta 9 ¿Cree que el periodismo se fortalece a través de la ética al considerarse como un principio inherente a todas las publicaciones en medios?.....	63
Tabla 13, pregunta 10 ¿Cree usted que los códigos éticos que rigen la carrera o formación del periodista deben mejorarse?.....	64
Tabla 14 Distribución porcentual de género	67
Tabla 15 Distribución porcentual de Edad.....	68
Tabla 16, pregunta 1 ¿Considera usted que la ética del ejercicio periodístico se encuentra asociado a valores humanos?.....	69
Tabla 17, pregunta 2 ¿Usted cree que la ética en el periodismo es fundamental?.....	70
Tabla 18, pregunta 3 ¿Cree usted que la línea editorial de su medio de comunicación promueve la ética periodística?.....	71
Tabla 19, pregunta 4 ¿Usted considera que los medios digitales en el país gozan de buena imagen y credibilidad?.....	72
Tabla 20, pregunta 5 ¿Usted considera que los medios tradicionales en el país gozan de buena imagen y credibilidad?.....	73
Tabla 21, pregunta 6 ¿Usted cree que son fundamentales los códigos deontológicos para preservar la ética periodística en la ciudad?.....	74
Tabla 22, pregunta 7 ¿Para usted cuáles son los cuatro factores principales que ponen en riesgo la ética periodística?	75
Tabla 23, pregunta 8 ¿Considera usted que la formación del periodista es clave en el cumplimiento de la ética periodística?.....	76
Tabla 24, pregunta 9 ¿Cree que el periodismo se fortalece a través de la ética al considerarse como un principio inherente a todas las publicaciones en medios?.....	77
Tabla 25, pregunta 10 ¿Cree usted que los códigos éticos que rigen la carrera o formación del periodista deben mejorarse?.....	78

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 El Comercio enero	65
Ilustración 2 El Comercio abril	66
Ilustración 3 El Comercio junio	66
Ilustración 4 El Universo enero.....	79
Ilustración 5 El Universo abril	80
Ilustración 6 El Universo junio	81

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Distribución porcentual de género.....	53
Figura 2 Distribución porcentual de Edad	54
Figura 3 ¿Considera usted que la ética del ejercicio periodístico se encuentra asociado a valores humanos?	55
Figura 4 ¿Usted cree que la ética en el periodismo es fundamental?.....	56
Figura 5 ¿Cree usted que la línea editorial de su medio de comunicación promueve la ética periodística?.....	57
Figura 6 ¿Usted considera que los medios digitales en el país gozan de buena imagen y credibilidad?.....	58
Figura 7 ¿Usted considera que los medios tradicionales en el país gozan de buena imagen y credibilidad?	59
Figura 8 ¿Usted cree que son fundamentales los códigos deontológicos para preservar la ética periodística en la ciudad?.....	60
Figura 9 ¿Para usted cuáles son los cuatro factores principales que ponen en riesgo la ética periodística?.....	61
Figura 10 ¿Considera usted que la formación del periodista es clave en el cumplimiento de la ética periodística?.....	62
Figura 11 ¿Cree que el periodismo se fortalece a través de la ética al considerarse como un principio inherente a todas las publicaciones en medios?.....	63
Figura 12 ¿Cree usted que los códigos éticos que rigen la carrera o formación del periodista deben mejorarse?.....	64
Figura 13 Distribución porcentual de género.....	67
Figura 14 Distribución porcentual de Edad	68
Figura 15 ¿Considera usted que la ética del ejercicio periodístico se encuentra asociado a valores humanos?	69
Figura 16 ¿Usted cree que la ética en el periodismo es fundamental?.....	70
Figura 17 ¿Cree usted que la línea editorial de su medio de comunicación promueve la ética periodística?.....	71
Figura 18 ¿Usted considera que los medios digitales en el país gozan de buena imagen y credibilidad?	72
Figura 19 ¿Usted considera que los medios tradicionales en el país gozan de buena imagen y credibilidad?	73

Figura 20 ¿Usted cree que son fundamentales los códigos deontológicos para preservar la ética periodística en la ciudad?.....	74
Figura 21 ¿Para usted cuáles son los cuatro factores principales que ponen en riesgo la ética periodística?.....	75
Figura 22 ¿Considera usted que la formación del periodista es clave en el cumplimiento de la ética periodística?.....	76
Figura 23 ¿Cree que el periodismo se fortalece a través de la ética al considerarse como un principio inherente a todas las publicaciones en medios?.....	77
Figura 24 ¿Cree usted que los códigos éticos que rigen la carrera o formación del periodista deben mejorarse?.....	78

RESUMEN

La presente investigación se orienta hacia el análisis de la ética periodística en los portales web de los diarios El Universo y El Comercio y su incidencia en la construcción de normativas deontológicas del periodista guayaquileño 3.0, por ello se abordó desde un enfoque mixto, que acopla técnicas cuantitativas y cualitativas, en un ambiente de campo, en el cual los objetos de estudio dieron su opinión y perspectiva respecto a la ética, el correcto uso de las normas deontológicas y la influencia de la información emitida por dichos medios. Se aplicaron encuestas a una muestra intencional de 7 periodistas en el diario El Comercio y 10 periodistas de diario El Universo. Además entrevistas a 2 periodistas de los portales digitales: La República.ec y la Historia.ec.

Tras aplicar las técnicas de recolección de datos como la entrevista y las encuestas, se determinó que el 85% de la muestra considera importante que toda información emitida por los periodistas debe estar ligada a la ética periodística, que esta no debe perderse o ser sometida por los beneficios personales del comunicador o el medio de comunicación por el que se transmiten las noticias.

Asimismo se debe educar a los nuevos periodistas para que sean íntegros en su carrera profesional ante la construcción de normativas deontológicas del periodista guayaquileño3.0.

Por su parte las entrevistas a profesionales definieron que, la ética periodística es parte del ejercicio profesional y no hay que desvincularse de ella. Además, evidencian que en el país no existe una organización que se encargue de formar la ética periodística.

PALABRAS CLAVE: Medios de comunicación, deontología, ética, noticias, periodismo.

ABSTRACT

The present investigation is oriented towards the analysis of journalistic ethics in the web portals of the El Universo and El Comercio newspapers and its impact on the construction of deontological regulations of the journalist from Guayaquil 3.0, so it was approached from a mixed approach, which combines techniques quantitative and qualitative, in a field environment, in which the objects of study gave their opinion and perspective regarding ethics, the correct use of ethical standards and the influence of the information issued by said means. A survey was applied to an intentional sample of seven journalists in the newspaper El Comercio and 10 journalists of the newspaper El Universo. In addition, two journalists from the digital portals were interviewed: La República.ec and Historia.ec, who previously worked in traditional media.

After applying data collection techniques such as interviews and surveys, it was determined that 85% of the sample considers it important that all information issued by journalists should be linked to journalistic ethics, which should not be lost or submitted by personal benefits of the communicator or the means of communication by which the news is transmitted.

Likewise, new journalists should be educated to be integral in their professional career before the construction of deontological regulations of the journalist from Guayaquil 3.0.

On the other hand, interviews with professionals defined that journalistic ethics is part of professional practice and should not be separated from it. They also show that there is no organization in the country that is responsible for forming journalistic ethics.

KEY WORDS: Media, deontology, ethics, news, journalism.

INTRODUCCIÓN

El tema de la ética periodística es de gran importancia en el ejercicio de la carrera de comunicación social y en el contexto de la sociedad digital o de la información cuya expansión es acelerada. La noticia puede llegar a puntos de ubicación geográfica que antes parecían inaccesibles. Las nuevas plataformas y dispositivos tecnológicos le dan mayor peso a la inmediatez. Las investigaciones que abordan este tema, contribuyen a que los mecanismos y acciones enfocadas al periodismo digital, evolucionen en el tiempo. En este sentido, el análisis del manejo de la ética en el ejercicio periodístico digital de los diarios El Universo y El Comercio ante la gestión y construcción de normativas deontológicas del periodista guayaquileño 3.0, constituye un grandioso aporte desde la perspectiva de la praxis periodística en la actualidad, con la cual se busca profundizar en diversas experiencias de países que han tratado el tema de la ética periodística.

El presente trabajo se encuentra estructurado en tres capítulos: en el primer capítulo se presenta la descripción general del problema, el mismo está compuesto por la formulación, la sistematización, la justificación e importancia de la investigación, así como los objetivos de la investigación. Por consiguiente, en el capítulo II se conforma la fundamentación teórica de la investigación, la cual está compuesta por los antecedentes o referentes empíricos, las bases teóricas y bases legales que dan soporte en el manejo de las teorías y conceptualizaciones más importantes.

En el tercer y último capítulo se expone la metodología de la investigación es decir se explican los procedimientos que se llevarán a cabo para levantar la información, así como para analizarla. Finalmente se expondrán las conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO I

Tema: Ética periodística informativa en los procesos de comunicación digital.

Título: Análisis del manejo de la ética en el ejercicio periodístico digital de los diarios El Universo y El Comercio ante la gestión y construcción de normativas deontológicas del periodista guayaquileño 3.0.

1.1. Planteamiento del problema:

El manejo de la información en el contexto de la comunicación digital es un tema de preocupación en el mundo. Las herramientas webs han cobrado una expansión de forma exponencial en el planeta, y cada vez, se hace más presente en la vida de los ciudadanos independientemente del sitio en el que se encuentren, siempre que tengan a la mano algún dispositivo con conexión web.

En este sentido, el desarrollo de las plataformas social web 2.0, 3.0., 4.0 ha incrementado el acceso a la información. La web 2.0, fue la revolución trascendental en los medios web, conocida como la web social, cuya orientación se daba por el intercambio de información social a través de plataformas Web, Blogs y Sistemas de páginas web; la web 3.0, también conocida como la red semántica, la cual posee como característica su forma de acceso a la información de primera mano, donde los buscadores poseen un papel importante en la generación de información de la mas forma más sencilla y accesible a un gran número de usuarios porque no implica mayores complicaciones en su acceso.

Y la web 4.0 viene a constituir el gran avance, cuyo funcionamiento es más ágil y rápido, así como inteligente, predictivo, que ofrece soluciones a las diversas situaciones que se les presentan a los ciudadanos, y según sus requerimientos. Esta web permite un intercambio permanente, es decir, una interacción mucho más directa entre el usuario y las plataformas son las social media, y otros dispositivos o mecanismos en los cuales el usuario puede disponer de la información de primera mano, en tiempo real y de cualquier continente.

El uso de los medios de comunicación en contextos digitales demanda de una gran responsabilidad para quienes ejercen la labor periodística. De acuerdo a Calva & Villaseñor, (2017), al considerar que el uso ético de la información se refiere a una

serie de normas, reglas, o códigos fundamentalmente que orientan la conducta de quien publica la información. Es evidente el desafío que representa para los medios cuidar estos aspectos, y garantizar que la información consumida por los ciudadanos sea correcta, y guarde los valores y principios para una sana convivencia y crecimiento de la ciudadanía.

Muchos medios de comunicación en Ecuador han sido puntos de fuertes críticas en la esfera social y de la opinión pública ecuatoriana por considerar que la información publicada no responde con los criterios éticos correspondientes, y en otros casos, se expone que ésta se parcializa por temas ideológicos, culturales, políticos o de interés editorial. En este orden de ideas, las buenas prácticas periodísticas sobre todo en el contexto digital son una necesidad ciudadana, pues el accionar de los periodistas de los últimos tiempos afronta una sociedad impactada por cambios, que no es fácil cuando se ponen de manifiesto intereses de factores dominantes.

Alejos, (2017), expone sobre el papel y el compromiso ético del periodismo. La formación profesional debe estar basada en principios éticos, desde las normas de conducta en valores y responsabilidad social, y en su ejercicio debe evitar la censura, los juicios y valores, y sobre todo mantener la veracidad y la objetividad en el tratamiento de la información. Pero mantenerlo durante el ejercicio no es tarea fácil, cuando organizaciones como FUNDAMEDIOS (2015) señala que la prensa nacional ha sido objeto de múltiples regulaciones durante los últimos diez años, aunque desde la perspectiva del Estado y de la sociedad civil existen opiniones que algunos medios han publicado información en medios digitales producto de intereses personales o editoriales y que no corresponden con la necesidad de información de la ciudadanía, sino más bien con el ejercicio de control social sobre un tema de importancia.

Este problema se presenta por lo general en los casos de información que se publica con mayor regularidad en las redes sociales que poseen algunos medios de comunicación. Sobre este punto, Hurel, (2016) destaca en una investigación llevada a cabo sobre ética periodística que:

La mayoría de los encuestados afirman que investigar cumpliendo el contraste de fuentes, es la obligación de todo comunicador, además señalan que los periodistas deben saber transmitir la información de forma lícita, por lo cual el periodista debe

exigir sus derechos, pero asimismo cumplir con los deberes que están establecidos por los códigos éticos. (p. 57)

El estudio llevado a cabo por este autor refleja el reconocimiento de los periodistas estudiados quienes están conscientes del deber ético en su ejercicio, el cual estriba definitivamente en la verdad al momento de publicar información.

Esta indagación se orienta hacia el análisis y reflexión de las prácticas periodísticas ejercidas en el Ecuador durante los últimos tiempos; ya que el tema ha generado un debate público y cuestionamientos sobre la calidad de los mensajes que emiten diferentes medios de comunicación social en la esfera nacional. La información guarda relación con temas políticos, sociales, hechos noticiosos, y que, de alguna manera, impactan a una sociedad con necesidades de información veraz y oportuna. En este sentido, la ciudadanía se forja con el aporte que brindan estos medios comunicacionales, por la gran influencia que ejercen en la opinión pública, teniendo en cuenta que los medios de comunicación y su poder es de tal magnitud que pueden cambiar hábitos y hacer adoptar nuevas conductas en la ciudadanía. (Amar, 2010).

Bajo estas ideas, la investigación se complementará con aportes de periodistas de Diario El Universo y El Comercio, a quienes se les consultará su opinión sobre el ejercicio periodístico y líneas editoriales.

1.2. Formulación del problema

¿Qué incidencia tiene la ética en la construcción de contenidos en el portal web de los diarios El Universo y El Comercio que operan en la ciudad de Guayaquil?

1.3. Sistematización del problema

¿Cuál es el impacto que tienen los códigos deontológicos en la preservación de la ética periodística de los diarios El Universo y El Comercio?

¿Qué influencia tiene la línea editorial de los medios de comunicación digital objeto de estudio, en el fortalecimiento de la ética periodística?

¿Cuáles son los factores principales que ponen en riesgo la ética periodística en los medios de prensa?

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo General:

Analizar el manejo de la ética en el ejercicio periodístico de los diarios El Universo y El Comercio en la versión digital y su incidencia en la construcción de normativas deontológicas del periodista guayaquileño 3.0.

1.4.2. Objetivos Específicos:

- Indagar los fundamentos teóricos que aporten a la investigación.
- Identificar la problemática de la ética en el campo profesional digital de la ciudad de Guayaquil.
- Determinar la opinión de una muestra de profesionales del periodismo en Guayaquil sobre el manejo de la ética y los factores principales que la limitan.
- Valorar el manejo ético de la información estudiada para la construcción de la opinión pública.

1.5. Justificación de la investigación

Los medios de comunicación, y sobre todo los medios digitales de información inexorablemente poseen un impacto directo en la ciudadanía, en este sentido, las investigaciones, valoraciones y reflexiones que se generen de procesos de investigación revisten gran importancia y utilidad para mejorar en los desaciertos que presentan en este ejercicio.

El estudio apunta hacia el análisis de los procesos éticos que se deben dar en el tratamiento de la información y especialmente la que se hace pública a través de la prensa digital en la ciudad de Guayaquil. Los avances que registran los diarios El Universo y El Comercio en el área digital en comparación a otros periódicos que operan en la ciudad, influyó en la selección de los mismos. Ambos medios que registran un considerable tiraje en Guayaquil y Quito; presentan la información bajo el formato audiovisual y uno de los medios ya cuenta con un canal de televisión digital. El Universo está en proceso de poner en marcha su propio canal. Los sujetos encuestados son profesionales de los periódicos en mención. En base a la trayectoria

y experiencia en medios, se escogió a los profesionales a entrevistar, puesto que son los que poseen la autoridad académica y la formación para emitir juicios de valor sobre las publicaciones que realizan estos medios de comunicación digital. Este punto le concede gran importancia al estudio, al reunir los puntos de vista de los profesionales que de alguna manera pueden contribuir significativamente a mejorar este proceso de comunicación digital en la ciudad.

Esta investigación representa una invitación a la reflexión sobre las posibilidades de generarse una ética periodística digital que responda realmente a las necesidades de formación de una sana ciudadanía, así como a los propios desafíos que supone la nueva era de la información digital. Es una necesidad imperiosa, por ello, cualquier estudio que ponga de manifiesto la consideración de estos temas en función de generar espacios para la crítica y la reflexión conducirá sin duda alguna, a la mejora de estos procesos en la práctica, por lo cual, se espera que los productos de la misma puedan ser llevados al debate en la esfera académica.

1.6. Delimitación o alcance de la investigación

El estudio se desarrollará en la ciudad de Guayaquil, Provincia del Guayas, Ecuador. Se tomará como foco de análisis el diario El Universo y El Comercio: ya que ambos se consideran más dinámicos en la sociedad guayaquileña. Se analizará el contenido de los medios que corresponde al primer semestre del 2019 y se consultará la opinión de una muestra de profesionales del periodismo que lideran portales webs y tienen experiencia en medios tradicionales para realizar el análisis al desempeño ético de los periodistas.

1.7. Idea a defender

El manejo ético periodístico de la versión digital de los diarios El Universo y El Comercio incide en la construcción de las normativas deontológicas para el perfil del periodista guayaquileño 3.0.

1.8. Línea de Investigación

Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Estado de arte

Para desarrollar la investigación se recurrió a estudios elaborados por otros autores a nivel nacional e internacional, en este sentido, se presenta un resumen de los datos más relevantes:

2.2. Marco referencial

2.2.1. Aplicación de estudios en la ética periodística

Año: (2016) Ética y periodismo de datos en los códigos de los medios españoles.

Autores: Díaz-Campo, Jesús; Chaparro-Domínguez, María Ángeles; Segado-Boj, Francisco.

Institución: Universidad Internacional de la Rioja

Los autores se propusieron en esta investigación, analizar la presencia de los principios éticos relacionados con el ejercicio del periodismo de datos, en lo que respectan los mecanismos de autorregulación de las principales asociaciones, medios de comunicación masiva y proyectos de periodismo en España. La metodología del estudio fue esencialmente documental, donde se aplicó análisis de contenidos a 16 documentos (códigos éticos, estatutos para redacción de artículos, libros de estilo periodísticos), todos estos vinculados con los medios FAPE, CPC, APIE, ABC, El País, El Mundo, La Vanguardia, El Español, Agencia Efe, Servimedia, RTVE, Antena 3, Canal Sur, Telemadrid, CIVIO y PorCausa. Los resultados de la investigación evidencian una escasa presencia de la aplicación de principios éticos en el periodismo de datos, sin embargo, se pudo observar que si existen algunas pautas que se relacionan de forma indirecta con esta especialidad de periodismo.

Según El Foro de Periodismo Argentino (FOPEA), (2015):

Esta guía tiene como objetivo abordar situaciones específicas que se dan en la práctica diaria del periodismo, fortaleciendo y aclarando criterios de dilemas éticos. Como resultado de este trabajo se obtiene que para obtener información, no se debe

manipular ni tergiversar lo pronunciado por la fuente, implicando no presionar a la fuente con preguntas capciosas que lo obliguen a responder o que no quiere decir. Los periodistas están en la obligación de minimizar los daños, dado que el morbo no es aceptable, por los daños que ocasiona a los protagonistas y al público, por esto los reportajes deben encontrar el equilibrio, sin distorsionar la situación.

Para finalizar esta guía afirma que, los periodistas sirven al interés público y no a objetivos de ciertos sectores y mucho menos personales, ya que se debe considerar a la información como un bien social, lo que significa que en la práctica de su profesión no obtendrá beneficios personales a través de la manipulación de la información.

Año: (2018) Ética periodística y su percepción en los principales medios escritos El nuevo Diario de Nicaragua y la Nación de Costa Rica por las y los lectores de las metrópolis de ambos países en el primer semestre del 2017.

Autores: Reyes, Gómez Leixa Adahir; Montano, Montenegro Mario Rolando

Institución: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN - Managua

En el estudio se hace un análisis sobre la percepción acerca de la ética periodística en los medios escritos El Nuevo Diario de Nicaragua y La Nación de Costa Rica que tienen las y los lectores de las metrópolis de ambos países en el primer semestre del 2017; fue abordado con una metodología cuantitativa, se aplicaron 100 encuestas, donde se hacen 50 en cada país, las cuales fueron distribuidas en partes iguales, para ambos sexos: 25 para hombres y 25 para mujeres, las variables o unidades de análisis fueron: el cumplimiento de la objetividad, veracidad e imparcialidad y la importancia de la aplicación del código de ética periodística como instrumento regulador de este ejercicios en los países, esto se hace desde la perspectiva de los encuestados.

Los resultados refieren que los periodistas deben recuperar la sensibilidad humana e implementar una buena práctica, atendiendo a la ética profesional, que permita veracidad, objetividad e imparcialidad en el tratamiento de la información. Se deja ver que los periódicos siguen vendiendo los periódicos con esas faltas éticas cometidas por algunos periodistas, situación que los ciudadanos no aprueban, sin embargo, siguen adquiriendo el medio por la necesidad que poseen de informarse. Se hace énfasis como parte de la reflexión del estudio que el periodista no puede ignorar los principios éticos del ejercicio de su carrera, así como la finalidad del periodismo que es informar de manera veraz y oportuna, respetando en todo momento su audiencia.

Según Gustavo León & Castillo Alonso, (2017):

En su estudio hace un análisis y discusión, de los grados de funcionalidad y utilidad, que tienen los códigos de la ética periodística, en la práctica profesional del periodismo ciudadano en la ciudad de México; diseñado por un modelo de investigación interdisciplinar, empleamos una metodología cuantitativa no experimental de alcance descriptivo, desarrollando un cuestionario que mide con una escala de Likert.

Los resultados desde la percepción de los periodistas ciudadanos sobre los problemas de la prensa es que, existe una baja conciencia de la responsabilidad social del periodista, sumado a esto la falta de ética profesional. Por otro lado, al cuestionar que grado de utilidad tienen los códigos de ética periodísticas, a los periodistas ciudadanos, consideran que los códigos tienen nula y poca utilidad, al sumar un 60% de acuerdo en que deben imponer instrumentos que hagan cumplir los códigos periodísticos.

Año: (2016) Ética en los medios de comunicación: prensa, radio, tv y cine

Autores: Ángel, Agejas Esteban José y López Talavera María del Mar

Institución: Revista Interdisciplinar de Ciencias de la comunicación y Humanidades.

Esta investigación analiza la formación ética de los profesionales de los medios, como fundamento y exigencia de este ejercicio, establecido en el código deontológico, que obliga a cualquier profesional a desarrollar sus actividades apegadas a ello. El estudio se desarrolla a través de registro y exploraciones documentales de forma rigurosa, tratando de profundizar en la literatura existente sobre este importante tema. En el estudio se hacen algunas recomendaciones a través de casos prácticos que propone la autora, en este sentido, se analiza en profundidad la ética en general del periodista y su relevancia para el ejercicio de la práctica.

Se desarrollan categorías asociadas a la relación entre la ética profesional y deontología, destacando que no puede una reducirse a la otra, sino que constituyen un binomio que se encuentra ligado al ejercicio de esta profesión, y finalmente se expone como parte de las reflexiones del estudio los diferentes problemas éticos y los medios más adecuados para abordarlos en una propuesta de manual que establecen los autores.

Según Días del Campo & Chaparro, (Díaz del Campo & Chaparro, 2017):

Este estudio analiza la existencia de pautas deontológicas sobre periodismo y big data en un área geográfica. Como metodología se empleó un análisis de contenidos sobre una selección de 18 códigos éticos, de 18 países, los cuales están asociados con el periodismo, para comprobar si dichos códigos cumplen con la adaptación de la deontología periodística al contexto concreto del big data, establecido por los autores Hollnbuchner, Ward, Singer, Bradshaw y Dörr.

Los resultados de este trabajo muestran que los códigos no están lo suficientemente adaptados a los principios éticos relacionados con la verificación de datos, pero esto no significa que no están en la línea de lo que se estima por objetivo periodístico, relacionado a la ética, en el contexto de periodismo de datos. Adicional a esto resulta evidente que los códigos que se han adaptado mejor son los que en los últimos años se han modificado y adaptado, como los de Chile, Uruguay y Colombia. Finalizando en que se debe realizarse una actualización del código supranacional de referencia en América Latina, el cual fue creado desde 1979.

Año: (2016) Ética de los Medios de Comunicación. Éticas aplicadas

Autores: Romano, María Javiera Aguirre

Institución: Libro de éticas aplicadas, editorial Herder

El libro da tratamiento a la ética de los medios de comunicación como parte de una reflexión sistemática que debe hacerse entorno a las decisiones morales que privan antes de comunicar a través de medios masivos. En este sentido, el aporte del libro inicia por definir y aclarar en qué consiste la ética de los medios de comunicación, refiriéndose a tres grandes aspectos: la ética aplicada, aplicada a los contenidos de los medios de comunicación que supone una ética profesional, la cual involucra a la ética misma de la empresa, es decir, no se reduce a la persona sino a la empresa a la cual el periodista representa. Explica todo el proceso y los principios que deben guardarse como parte de una práctica cotidiana, del establecimiento de una cultura, una filosofía de trabajo. El texto explica que una ética aplicada supone una retroalimentación entre teoría y práctica, proceso que implica a la vez, una reflexión sobre la base de teorías éticas, donde se pone de manifiesto la moral en la actuación del medio.

En definitiva, el aporte del tratado en el libro es ofrecer la ética aplicada para superar contextos concretos de dificultad y con ello superar contextos concretos,

siendo un desafío en la sociedad, ya que el significado de la ética para los medios de comunicación como empresa, que empieza por formar un ambiente ético en el desarrollo del ejercicio cotidiano del periodismo y para el desarrollo profesional, como orientador de procesos de crecimiento, de modo que permita orientar a los profesionales que laboran en empresas de comunicación, que entiendan su ejercicio y la función social que están llamados a cumplir. En última instancia el libro se articula en relación a tres temas o ejes temáticos: La función legitimadora de la información, es decir, el derecho a la información, la teoría de la responsabilidad de Karl Otto Apel, y los vínculos entre los agentes que forman parte de esta actividad, se incluyen aquí los periodistas, el contexto y los ciudadanos.

Según Alsina & Cerqueira, (2018):

En su trabajo de estudio se reflexionó sobre las crisis éticas del periodismo y de los peligros que tiene para su credibilidad no resolverlas de manera adecuada, con una metodología deductiva, con fuente documental para coleccionar los conceptos que sustentan la investigación.

A modo de conclusiones los autores presencian el hecho de que el periodismo se desvía de su línea ética periodística, cuando el ámbito emocional se impone a la responsabilidad de las causas y consecuencias de lo transmitido por el medio, esto por la intención de conseguir más audiencia; es así como dejan de un lado la información para inclinarse a la eficacia de los recursos emocionales, sin mostrar menor importancia en vulnerar los principios deontológicos del periodismo.

Finalizando con el pensamiento crítico de que, cuando el periodismo se convierte en periodismo de Estado o en periodismo patriótico, se pierde la ética periodística, al hacer este tipo de periodismo de anteponer a la patria o al Estado, no se está ejerciendo un periodismo de calidad. De la misma forma el periodismo no debe caer en las noticias falsas, porque se aleja de la función informativa, al romperse la confianza y credibilidad, a largo plazo la audiencia se dirigirá a medios en donde la información sea verídica, por lo que los medios no sobrevivirán en un ambiente tan competitivo si no brindan el grado de solidez y profundidad de la información que se postulan en los códigos deontológicos.

Año: (2016) Percepción de un grupo de periodistas que laboran en un medio de comunicación escrito sobre la aplicación de la ética profesional en el periodismo

Autor: María Arriaza

Institución: Universidad Rafael Landívar, Guatemala

Se evidencia un déficit de conocimiento acerca de los principios éticos universales de las profesiones como tal, como lo son el respeto, la honestidad, veracidad, cumplimiento de leyes y reglas, beneficio común, entre otros, lo cual afecta directamente a la aplicación de la ética periodística, donde el departamento de recursos humanos, fortalece el código de ética organizacional y la legislación actual que protege al periodista y promueve el ejercicio de la ética profesional, como también reconoce la mayor influencia de valores y principios individuales que se adquieren desde el hogar. (Arriaza, 2016)

De esta manera, se determina que todos aquellos periodistas deben valorar la importancia de la ética profesional, misma que debe ser desempeñada en el ámbito donde ejercen sus actividades ya que toda aquella persona que se dedica a la esfera de la información pública debe demostrar la mayor responsabilidad ante la manera en que va a informar. Para ello, a su vez es necesario ejercer un liderazgo desde el departamento de recursos humanos con el resto del personal para así reconocer todo aquello relacionado con la libertad de expresión ética.

Según Olga Rodríguez, (2014):

En esta investigación como objetivo se planteó en comprobar si la práctica habitual de los periodistas se aleja de los principios del periodismo básico, empleando en la metodología una encuesta con 225 preguntas cerradas, los datos obtenidos de esta encuesta, se contrastaron con el estudio de contenidos efectuado en el transcurso de una semana, sobre los medios de comunicación en los que laboran estos profesionales.

Concluyendo que por parte de los periodistas no existe un compromiso de informar al público como se debe, observando una distorsión entre el concepto de la profesión que practican, más las críticas por parte de compañeros de otros medios, que no ejercen bien su propia labor periodística. Los periodistas entrevistados diferencian con claridad cómo se debe ejercer la práctica del periodismo, llegando al concepto general de dicha profesión debe velar por el derecho a la información del público, pero reconocen que en la práctica diaria, ese interés público se desvanece ante el interés de

ciertos grupos económicos y políticos. En conclusión los periodistas conocen las obligaciones que su profesión acarrea, pero esta obligación se pierde en la praxis.

2.2.2. Estudios sobre la aplicación de la ética informativa en los medios digitales.

Año: (2011) Tecnología y valores periodísticos: Implicaciones de la ética informática para el periodismo digital

Autor: Rosas, Omar

Institución: Revista ética de la comunicación a comienzos del siglo XXI. Revista ética de la comunicación a comienzos del siglo XXI

El artículo científico realiza un análisis sobre las implicaciones de la ética informática para el periodismo digital, el estudio se basa en los enfoques: el diseño sensible e cuanto a los valores y la ética informática reveladora, cuyo diseño en el ámbito del periodismo digital impone ciertas regulaciones en torno a las prácticas de los periodistas y de los lectores, las cuales tienen que ver con los valores humanos fundamentales como la inviolabilidad de la privacidad, la justicia, democracia, entre otros, Este diseño documental se basa en estudios sobre el tema que abordan enfoques y algunas normativas que universalmente se reconocen para el ejercicio del periodismo.

Las conclusiones destacan que la investigación sobre la ética informática posee implicaciones muy importantes para comprender conflictos éticos vinculados con la tecnología y el manejo de los medios digitales, por lo que se concluye que son muchos los problemas que se deben enfrentar al momento de publicar información a través de mecanismos digitales, por ello, el aporte de la investigación subyace en entender que existen valores y códigos que no se pueden romper, porque estos son los que le darán validez y reconocimiento como noticias.

Año: (2018) Ética Periodística en la era digital

Autores: International Center for Journalists

Institución: International Center for Journalists y UNESCO

Se presentan un conjunto de aportes teóricos sobre cómo hacer periodismo en el siglo XXI, en el cual se detallan aplicaciones de la ética de la profesión, los principios y valores que debe regir la labor del periodista en un reto por cumplir con su servicio a la construcción de una mejor sociedad, tomando en cuenta el valor de las

tecnologías como mecanismo de desarrollo del periodismo, pero en sus bondades que permiten animar a la realización de un mejor trabajo cada vez, en el mismo se plantean los dilemas éticos, se presentan casos reales con los cuales tiene que lidiar cada día el periodista en un ecosistema mediático, complejo y muy turbulento. También establece orientaciones que mejoran la práctica del periodismo digital en escenarios democráticos.

El libro destaca que la ética del periodismo no puede ser trastocada, porque desde la primera vez que desaparece la confianza las relaciones con el medio desaparecen. En razón de ello, se insiste sobre la gran importancia de mantener perennemente el cuidado en el tratamiento ético de la información. Se enfatiza la necesidad de investigar para la conformación de una cultura digital que permita desarrollar conocimiento y ampliar perspectivas, y esto dará las herramientas necesarias que debe manejar un periodista en el manejo de la información, saber determinar cuándo proviene de fuentes fidedignas, para garantizar un tratamiento ético de la información, es decir, para desarrollar una ética en la comunicación se requiere necesariamente de la investigación. La investigación genera confianza, y esto es lo que edifica la relación con los lectores y consumidores de noticias, la investigación forja a un buen periodista.

Finalmente, el texto ofrece una visión de la ética, que impone desafíos, ante la llegada del internet, obliga usar nuevas técnicas, desarrollar códigos éticos y adoptarse al cambio que impone la nueva realidad. En definitiva, el desarrollo de este importante texto desarrolla ideas y reflexiones sobre la transformación que ha sufrido el periodismo y la generación de información, el cual impone el dominio de los códigos éticos en esta sociedad de cambios.

Aznar (2014), como investigador con reconocida trayectoria en el tema de la ética de la comunicación, llevó a cabo una investigación denominada Democracia deliberativa y ética de la comunicación: una vuelta de tuerca más al debate Lippmann-Dewey, publicado para la revista DILEMATA, en el cual dio tratamiento a la democracia deliberativa y su vinculación con la ética en el desarrollo de la comunicación.

Las proposiciones teóricas del autor, expone ideas sobre el debate que surge en el escenario político e histórico, del autor Lippmann-Dewey, el cual hace aportaciones muy importantes a la teoría democrática, pero no así los retos de la implementación.

Para el caso de la ética de la comunicación lo estudia desde la necesidad de entender que constituye un marco fundamental para el debate, y en eso estudia las diferentes teorías que han contribuido al desarrollo de un periodismo basado en la ética de la información. Por tanto, se mantiene hoy la vigencia de estos postulados, los cuales cobran fuerza aún más en los escenarios que se vive, esto en la aspiración a desarrollar democracias que permitan sociedades libres y justas.

Año: (2016) Los dilemas éticos del periodismo digital desde la perspectiva de los artículos del defensor del lector de El País

Autor: Marina Santín

Institución: Universidad de la Sabana, Bogotá – Colombia

La versión digital del diario El País ha adquirido cada vez más protagonismo en los artículos del defensor de lector. Un crecimiento en sintonía no solo con el incremento de audiencia de la edición digital del diario, sino también con la creación del blog del defensor del lector. Mediante problemas específicos en el área digital, surgió un inconveniente en el uso de una red social en esta ocasión Twitter, los códigos éticos son aplicables para el caso, pues es justamente sobre ese aspecto de la comunicación digital sobre el que más autorregulación mediática existe. (Santín, 2016)

Dada la problemática en este caso de estudio en específico se puede notar que la ética tradicional análoga es aplicable a esta era digital, con mucha mayor razón en esta etapa de periodismo digital donde se expone y tiene mayor repercusión una noticia publicada, es donde mayor regulación debería tener, pero se da el caso que la comunicación digital es la que mayor autorregulación mantiene, en cuanto a herramientas para evitar romper la ética periodística el Diario El País propuso una solución viable que consistía en la no publicación de identidades en cuanto se desarrolle una noticia con la finalidad de guardar su integridad y anonimato. En otro orden

Suárez, (2015) desarrolló una investigación denominada “Aspectos éticos y deontológicos de la actividad periodística online. Su percepción por los profesionales”, la cual presento para la Universidad de la Laguna, Canarias – España. En este sentido, el autor destaca la importancia del proceso de adaptación dentro de las nuevas tendencias tecnológicas de información y comunicación digital conlleva desafíos éticos en términos de identidad periodística profesional, valores sociales y

morales que implican a la práctica digital de cada periodista, también el nivel de exigencia del público sobre las garantías de la información publicada. Los periodistas consultados en este caso, mantienen una visión doble sobre los aspectos más importantes al momento de establecer el ejercicio ético de periodismo, donde los factores externos empresariales, económicos, políticos y tecnológicos pesan igual que los personales.

La forma más eficaz de resolver los conflictos éticos que se producen en la actividad es la negociación interna con empresarios y editores, sobre otras alternativas como la apelación a la cláusula de conciencia o acudir ante instancias externas de garantías y protección de los periodistas. La denuncia pública o acudir a compañeros de otros medios que puedan considerarse competidores del propio es la posibilidad que genera mayores suspicacias. El dilema que se genera al momento de publicar o no una información por las consecuencias negativas que se pueda generar, como solución prima la búsqueda de pedir consejo algún profesional con experiencia. (Suárez, 2015)

La adopción a esta era digital se ha realizado de manera paulatina, dado que esta nueva era genera y representa varios aspectos en cuanto a los desafíos éticos en los términos de identidad periodística, es decir que busca informar el periodista y de qué manera lo va a realizar, teniendo en cuenta los valores y morales sociales que este tenga establecidos.

En cuanto cómo actuar ante la realización de una publicación en redes, los periodistas encuestados sugieren realizar una consulta a alguien con experiencia en el área, dado que es importante tener en cuenta que al momento de realizar una publicación en una red puede tener una repercusión negativa si no se la hace de una forma clara y precisa, con datos verídicos e información garantizada.

2.2.3. Teorías que orientan la ética periodística

2.2.3.1. Ética del periodismo

La ética se refiere a los principios o reglas de conducta y prácticas deseables que orientan el comportamiento del individuo, en este caso, el profesional del periodismo. Sus valores se orientan hacia el empirismo, según el cual, maneja la información con carácter veraz. De allí que, los principios básicos sobre los cuales debe trabajar el periodista son: verdad y precisión, independencia, equidad e imparcialidad, humanidad y responsabilidad. (Ethical Journalism Network, 2018).

El manejo ético de la información hace referencia a la verdad con que se maneja la información, la misma constituye el punto central del trabajo del periodismo, es aquel en el cual se da un tratamiento veraz y objetivo, se respeta el derecho y la dignidad de las personas.

Y el impacto es la forma en la que se recibe la información por parte de la ciudadanía, su incidencia, en la forma de pensar y actuar, o la forma de responder ante la información que consume.

2.2.3.2. La praxis periodística

Por ser un estudio de investigación en el medio del periodismo, requiere de un acercamiento al deber del ejercicio periodístico, para ello, como referencia se tomó como base, las recomendaciones planteadas por “el estudio de los mundos del periodismo (WJS)”, establecida por el *Worlds of Journalism: 2012-2016*, cuyo planteamiento es contribuir con los investigadores del periodismo y demás profesionales a adoptar los nuevos paradigmas y cambios que se producen en el medio periodístico en países como Estados Unidos¹.

Agrupación de profesionales que se encuentran en constante trabajo, con el fin de ir hacia los ideales de un periodismo de investigación responsable.

Este proyecto es la continuación de un estudio piloto (2007/2011), el cual agrupó más de 60 países alrededor del mundo, y reviste gran importancia como tema de fundamento para el estudio, por las características que posee, el mismo está orientado hacia el entendimiento del periodismo como “institución discursiva”, constituidas por reglas, normas, códigos, procesos formales, contratos de trabajo que orientan los procesos administrativos en el ámbito del periodismo (*Worldsofjournalism*, 2017).

2.2.3.3. Periodismo

El periodismo es una institución que involucra procesos amplios de construcción de significados, de vinculación con los discursos, y cómo se vincula con los hechos que ocurren en la sociedad, jamás es estático, por la necesidad de interpretación de la

¹ Proyecto *Worlds of Journalism Study*: <<http://worldsofjournalism.org>> [consulta: el 21 de noviembre de 2018. Es un Proyecto desarrollado por un conjunto de profesionales del periodismo con el fin de alcanzar los estándares en investigación científica en el mundo.

información, y crea estructuras discursivas coherentes respecto a fenómenos o determinados hechos.

Ruiz, (2014) señala que la identidad del periodismo como profesión se fundamenta en el supuesto “lo creo cuando lo veo” (p. 25), agrega además que se trata de una profesión cuya brecha es muy amplia considerando su gran importancia en la sociedad, así como todo lo que involucra en su estructura, función y desarrollo de competencias en el campo. Pero más allá de eso, es todo un desafío para quien ejerce la carrera, porque en el desarrollo del periodismo mucho se cuestiona lo que se publica, de los hechos, del ámbito, del contenido, de la editorial del medio, en fin, es allí donde se pone de manifiesto la identidad del profesional del periodista.

Bajo estas ideas, el autor destaca sobre el ejercicio del periodismo que “relatar acontecimientos, informar hechos novedosas y al mismo tiempo discernir la verdad fáctica, son los principales elementos que definen el periodismo como una práctica cultural” (p. 26)

La práctica profesional del periodismo implica un ejercicio muy cauteloso que, en muchas circunstancias, maneja datos de fuentes oficiales y públicas, así como datos, cuyas fuentes no pueden ser reveladas, de manera que la documentación y/o fundamentación es indispensable para constituir la noticia.

En un estudio desarrollado por la Fundación Konrad Adenauer Stiftung, año 2016, sobre los perfiles profesionales de los periodistas en las democracias de América Latina, señalan en cuanto a la orientación ética de los periodistas en Ecuador, que estos demuestran un gran compromiso ético profesional, sin embargo, el estudio destaca que:

Más de la mitad de los periodistas admiten que su trabajo está influenciado por factores internos como, en un primer grupo, las políticas editoriales, los jefes directos y editores del medio de comunicación, los altos directivos del medio de comunicación y los propietarios del medio de comunicación, consecuencia de la estructura jerárquica y vertical dentro de los medios de comunicación; las redes sociales, fruto de la incorporación progresiva de las herramientas digitales al trabajo profesional periodístico; y los plazos y las restricciones de tiempo, prueba de que los procesos están definidos cada vez en mayor medida por la inmediatez y la primicia (Amado, Oller-Alonso, & Baumgratz, 2016)

Más adelante, el estudio señala respecto a la percepción que tienen los periodistas ecuatorianos sobre sus roles profesionales es que, “en Ecuador se encuentran los periodistas inclinados a difundir la posición del gobierno”, pero además, el estudio enfatiza los perfiles profesionales de los periodistas de acuerdo a tres dimensiones: intervencionismo, distancia del poder y orientación del mercado (Amado, Oller-Alonso, & Baumgratz, 2016, pág. 25).

2.2.3.4. Códigos Deontológicos

Son aquellos códigos que implican el tratamiento ético de la información. En tal sentido, los principios fundamentales o códigos éticos para el ejercicio de cualquier profesión, y en especial, para el ejercicio periodístico son de suma importancia. Subsiguientemente se exponen los Códigos Deontológicos de los medios periodísticos en función de establecer una estructura ética como sustento de la presente investigación. Por tanto, los códigos deontológicos se pueden definir como el conjunto de reglas y normas que guían u orientan la conducta del periodista, le dan un carácter de honestidad y honorabilidad a quien ejerce esta labor. Estos por lo general, se componen de los deberes, objetivo de la profesión, su actuación hacia sus compañeros, algunas restricciones para casos específicos, en el manejo de fuentes. El código de ética del profesional de la comunicación es importante en el desarrollo de la noticia, toda vez que este se encuentre comprometido con la misma.

Bajo estas ideas, se refiere el Código de Ética del Periodista de la República de Ecuador, cuya Federación ha orientado una Normativa para orientar la actividad profesional en la carrera periodística, la cual coincide con los dos documentos referidos anteriormente, en lo que rezan sus artículos: 25, 30, 32, respecto a la veracidad de la información, apropiarse de información ajena, y lo que se agrega es que cualquier información que se publique no debe ir detrimento de la dignidad de la persona, instituciones o grupos.

2.2.4. Teorías sobre los medios de comunicación e información en la web

2.2.4.1. Comunicación (estructura y función)

La comunicación surge hoy en día como una razón comunicacional que, de acuerdo con Martín-Barbero (2003) “sus dispositivos -la fragmentación que disloca y descentra, el flujo que globaliza y comprime, la conexión que desmaterializa e hibrida-

agencian el devenir mercado de la sociedad” (pág. xiii). Entonces para el autor la comunicación se convierte en el más eficaz motor del desenganche e inserción de las culturas –étnicas, nacionales, o locales- en el espacio/tiempo del mercado y las tecnologías globales.

En ese mismo sentido, se necesita pensar el lugar estratégico que ha pasado a ocupar la comunicación en la configuración de los nuevos modelos de sociedad, y su paradójica vinculación, tanto al relanzamiento de la modernización-vía satélite, informática, video procesadores- como a la desconcertada y tanteante experiencia de la tarda modernidad.

De acuerdo con los autores Cerbino, Chiriboga, y Tutivén (2001), desde finales de los años 90 ha existido una emergencia de fenómenos sociales vinculados a los procesos de comunicación mass-mediáticos y de telemática, que están cambiando la modalidad en que se forman los grupos y el reconocimiento de las lógicas de producción de la identidad. Explican Cerbino, Chiriboga, & Tutivén (2001), que “las formas de vida, adquieren otras sensibilidades frente al mundo político, económico y cultural e incluso, las interacciones simbólicas e imaginarias de la socialización han sufrido un cambio que incide tanto en los medios como en los procesos de comunicación social” (pág. 20)

La comunicación para estos autores:

Ya no es cuestión de medios sino también de mediaciones, es decir, que lo que más importa a esta mirada comunicacional no es tanto saber qué pasa exclusivamente en la racionalidad de los productores -la industria cultural, medios masivos de comunicación social, etc., - sino lo que está pasando, además, en las racionalidades conscientes o espontáneas de los consumidores y ciudadanos. Lo que está configurado son las modulaciones del consumo desde lo local, o desde las micro escenas de las vidas cotidianas, o desde las modas que “posicionan” a los sujetos en una lógica de reconocimiento entre diferencias. Asistimos, así, a un efecto de recursividad en la dialéctica entre medios y mediaciones (Cerbino, Chiriboga, & Tutivén, 2001, pág. 20).

En este ambiente, los actores sociales son agentes y pacientes de los productores informáticos de los medios de comunicación y éstos, a su vez, reconfiguran el campo del consumo de la información y de la comunicación social.

2.2.4.2. Breve historia de la evolución de los medios en la era de Internet

Uno de los primeros medios que dieron el salto de los medios tradicionales a internet, fue el diario brasileño “Jornal do Brasil”, en el mes de mayo del año 1995 en la ciudad de Rio de Janeiro, esta fue una de las primeras ediciones vía web de un diario Latinoamericano y la primera en el país carioca, vale destacar que dicho diario estuvo en un proceso de adaptación web por aproximadamente 8 meses.

Esto sirvió como un empuje para los demás medios en los diferentes países ubicados en la parte sur del continente americano, pues en aquel año otros ejemplares dieron lugar a la transición de los portales web, donde obtuvieron como resultado, la ventaja de dar información en tiempo real sobre un acontecimiento de relevancia para todo un país a través de la plataforma web. Suceso impensable décadas atrás. Específicamente, hay 22 países que conforman la región iberoamericana, de acuerdo al autor Salaverria (2015)

En once de estos veintidós países Argentina, Bolivia, Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, México, Nicaragua, Panamá, Perú y Uruguay, dieron el primer salto a los medios digitales en una fecha incluida entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 1995. Solo España, Portugal y Brasil vieron los medios digitales aparecer antes: durante 1994, cuando un puñado de medios lanzaron versiones rudimentarias en línea que ni siquiera se publicaron inicialmente en el " World Wide Web ", pero en varias redes anteriores. (Salaverria, 2015, pág. 11). En los ocho países restantes Colombia, Cuba, Guatemala, Honduras, Paraguay, Puerto Rico, República Dominicana y Venezuela, los primeros medios digitales datan de 1996. Por lo tanto, y a pesar de estas variaciones, los medios digitales iberoamericanos en su conjunto alcanzaron en 2015 su vigésimo aniversario, a continuación, se procede a mostrar una tabla de los primeros medios dieron el salto de los medios tradicionales a internet. (Salaverria, 2015, pág. 11)

Tabla 1
Selección de medios digitales pioneros en Iberoamérica (1994-1997)

Título	Medio	Red	Fecha de aparición
Argentina	diario	web	1/9/1995
Los Andes online	diario	web	17/12/1995
La Nación on line	diario	web	12/1995
Clarín Digital	diario	web	10/3/1996
El Cronista	diario	web	2/9/1996
Bolivia			
ERBOL	agencia	web	17/10/1995
Los Tiempos	diario	web	14/1/1997
La Razón	diario	web	11/2/1998
El Diario	diario	web	2/12/1998
Brasil			
Jornal do Comércio	diario	Gopher	12/1994
JB Online (Jornal do Brasil)	diario	web	28/5/1995
Revista Neo Interativa	revista	web	7/1995
O Globo	diario	web	12/1995
NetEstado (Estado de S. Paulo)	diario	web	9/12/1995
Brasil On-line (Folha Online)	diario	web	1996
IstoÉ	revista	web	24/4/1996
Revista Exame	revista	web	25/4/1996
Chile			
Copesa Diario Electrónico	diario	web	1995
Teletrece.cl	televisión	web	1995
La Época	diario	web	18/3/1996
El Mercurio Digital	diario	web	1996
Colombia			
El Tiempo	diario	web	23/1/1996

El Espectador	diario	web	29/5/1996
RCN Radio	diario	web	14/8/1996
Costa Rica			
La Nación Digital	diario	web	7/4/1995
The Tico Times	diario	web	6/1995
Semanario Universidad	revista	web	8/12/1995
Cuba			
Granma Internacional	diario	web	24/2/1996
Prensa Latina	agencia	web	1996
Radio Habana Cuba	radio	web	1996
Ecuador			
El Comercio	diario	web	1995
El Mercurio de Cuenca	diario	web	1995
El Universo	diario	web	1996
Expreso	diario	web	1996
El Salvador			
El Diario de Hoy	diario	web	5/12/1995
La Prensa Gráfica	diario	web	1996
España			
Boletín Oficial del Estado	oficial	Spritel*; Iberpac*; web**	*1/1994; **9/1994
El Temps	revista	Servicom*; web**	*6/06/1994; **1/11/1994
El Periódico de Catalunya	diario	Servicom*; web**	*8/11/1994; **25/5/1995
El Mundo	diario	Servicom*; web**	*11/11/1994; **6/9/1995
El Comercio	diario	web	10/1/1995
Avui	diario	web	1/4/1995
Diari de Mallorca	diario	web	3/5/1995
Vilaweb	nativo digital	web	5/1995
TV3	televisión	Servicom	31/5/1995

La Vanguardia	diario	web	14/6/1995
Pórtico	nativo digital	web	1/8/1995
El Diario Vasco	diario	web	8/1995
ABC	diario	web	20/9/1995
Radio Teknoland	diario	web	1995
Hispanidad	nativo digital	web	20/3/1996
El Adelantado de Segovia	diario	web	4/1996
El País	diario	web	4/5/1996
Diario de Noticias	diario	web	9/7/1996
El Correo	diario	web	11/1996
Guatemala			
Prensa Libre	diario	web	1996
Honduras			
Honduras This Week	revista	web	4/1996
Tiempo	diario	web	6/12/1996
La Prensa	diario	web	1997
La Tribuna	diario	web	1997
México		web	
La Jornada	diario	web	5/2/1995
El Norte	diario	web	1995
Reforma	diario	web	1996
El Universal	diario	web	14/1996
Nicaragua			
Notifax	nativo digital	web	1995
La Prensa	diario	web	1996
Barricada	diario	web	1996
Canal2.com.ni	televisión	web	1996
Panamá	diario		
Panamá América	diario	web	27/6/1995
La Prensa	diario	web	31/8/1995
El Siglo	diario	web	1996
Paraguay			
ABC Digital	diario	web	7/1996

Última Hora	diario	web	10/1997
Perú			
Caretas	revista	web	12/1/1995
La República	diario	web	15/5/1996
El Peruano	diario	web	28/7/1996
Radio Programas del Perú	diario	web	1996
La Encuesta	nativo digital	web	11/1996
El Comercio	diario	web	15/1/1997
Portugal			
Blitz	revista	web	11/1994
Jornal de Noticias	diario	web	26/7/1995
Público	diario	web	22/9/1995
Diario de Noticias	diario	web	29/12/1995
TVI	Televisión	web	12/1/199
Expreso	diario	web	17/7/1997
Puerto Rico			
El Nuevo Día	diario	web	1996
República Dominicana			
Diario Electrónico Dominicano	nativo digital	web	20/3/1996
Listín Diario	diario	web	1996
Uruguay			
El Observador	diario	web	10/1995
Radio El Espectador	diario	web	11/1995
Venezuela			
El Nacional	diario	web	4/1996
El Universal	diario	web	19/5/1996

Fuente: Salaverria (2015)

Elaborado por: Cotera, M (2020)

Internet no es una simple red de ordenadores, es una red de redes, es decir, un conjunto de redes interconectadas, a escala mundial con la particularidad de que cada una de ellas es independiente y autónoma (Avila, 2007, p. 22).

El mismo autor explica que el Internet fue creado a fines de los años 60, aproximadamente para el año 1983, por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos, como una red experimental llamada ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network, Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada), a partir de ese momento evoluciona de manera muy rápida.

De la mano a estos avances tecnológicos, los medios de comunicación han evolucionado en todos los países de mundo, con distintas estrategias y multiplicando las posibilidades comunicativas y con fines no imaginados. Se logra transmitir más información en los mismos canales, permitiendo la especialización de contenidos llegando a millones de personas en el mundo.

Los medios cumplen diferentes roles básicos en nuestra sociedad. Un papel es el entretenimiento. Los medios de comunicación pueden actuar como trampolín para nuestra imaginación, una fuente de fantasía y una salida para el escapismo. En el siglo XIX, los lectores victorianos desilusionados por la dureza de la Revolución Industrial se vieron atraídos hacia mundos fantásticos de hadas y otros seres ficticios.

2.2.4.3. El periodismo en la web

En relación a este tema, Morales, Lluiz, & Tous (2016), manifiestan a través de su informe que “Detrás de la evolución de los flujos de contenidos mediáticos hay una serie de cambios tecnológicos clave” (p. 73). Ahora bien, es para los años 90 cuando se inician las apariciones de los primeros contenidos mediáticos de los usuarios. Los mismos autores señalan que es para el año 2005 cuando se generaliza la producción mediática propia y se comienza la aparición de la fase de la web 2.0.

Guadarrama (2007), realiza una revisión de los contenidos mediáticos en ocho países, a fin de ahondar con mayor confianza en el tema. En primer lugar, el autor toma como una de las referencias a Estados Unidos, como país que ha insistido en erradicar la violencia en los medios de comunicación, generando grandes esfuerzos para impulsar la clasificación de los contenidos de los programas, tanto en la televisión abierta como la restringida. (p. 75). En el caso señalado, la televisión abierta se refiere

a los medios que ofrecen información para todos por cualquier medio en el que se transmita y en cuanto a la televisión restringida, esta se refiere a la televisión paga o televisión digital, donde el usuario debe cancelar por acceder a la programación.

En este orden de ideas, según los autores Osuna & Busón (2012) el gobierno norteamericano comienza a establecer poco a poco medidas para clasificar los contenidos mediáticos en distintas áreas, como largometrajes, videojuegos, software para computadoras, discos musicales, considerando entre otros aspectos, la edad apropiada en la que las personas pueden hacer uso de la información.

Puntualizando un poco más acerca de los contenidos mediáticos en la web, se puede entender que, a pesar de la inmensa cantidad de información publicada a través de la red, se hace necesario que tal información sea confiable y que genere mayor credibilidad para el lector y el aprendiz.

En este sentido, los países han desarrollado normas y leyes que contribuyen al control estricto de los contenidos que se publican en ciertos medios, en especial los tradicionales contribuyendo esto a minimizar la divulgación de mensajes que atenten a la moral y a las buenas costumbres, así como la falsificación de información. Y con respecto a la web, Según Peman (2016) existen algunas características de importancia de la información que se publica en la web.

2.2.5. Referentes de propuestas relacionadas con la ética periodística en los medios digitales

2.2.5.1. Propuestas:

Hacia la construcción de un código de ética para periodistas de Uruguay

Una de las propuestas que se trae al presente estudio es la presentada a un grupo de periodistas en Uruguay, denominada “Hacia la construcción de un código de ética para periodistas de Uruguay”, la misma fue impulsada por FOPEA, Foro de periodismo argentino, es una organización de profesional del periodismo que agrupa cerca de 300 profesionales, por su parte, Mendelév destaca la importancia de que todo periodista cuente con un código de ética de la acción periodística que permita regular los procesos, formas y prácticas de los profesionales que ejercen el periodismo, ya que destaca que la razón de ser del periodismo no es más que “servir al interés público” (Asociación de prensa uruguaya, 2012, pág. 8). Y la de desarrollarlo en un sistema

donde los periodistas puedan ejercer su profesión con medios y Estados con reglas y políticas claras que permitan procesar la información y la opinión pública.

En este contexto, la propuesta se basa en 12 valores comunes los cuales se mencionan a continuación:

Veracidad

Secreto profesional

Rechazo de ventajas profesionales

Ética relacionada con la libertad de la información

Rechazo al plagio

Independencia

Solidaridad gremial

Respeto a la fama y de la identidad de las personas

Responsabilidad

Información veraz y sometida a comprobación

Servicio a las comunidades

Obligación de rectificación y del derecho a la réplica

Cabe destacar que estos códigos se han desarrollado en concordancia con los mandatos de la UNESCO, el cual es el organismo de las Naciones Unidas que orienta a los Estados a permitir la libertad de expresión y con ello la libertad de prensa. De igual forma, recoge algunos preceptos de la Federación Internacional de Periodistas (FIP) el cual en su código de conducta para periodistas asumido en el año 1954 y enmendado en el año 86, adquiere el valor principal el respeto a la veracidad de los hechos que se publican, por hacer cumplir el mismo derechos que poseen todos los ciudadanos a la verdad, por tanto orienta hacia la honestidad al momento de hacer públicas las noticias. Porque consideran con plena conciencia que falsificar documentos puede ser supremamente perjudicial para quienes involucre la noticia.

Otra de las propuestas éticas que se pueden referir es la Guía ética para hacer periodismo en la Web, establecida por el “Journalism in the Americas” (Journalism in the Americas , 2019) , esta propuesta trae consigo un conjunto de aspectos los cuales

se consideran de capital importancia para el desarrollo y ejercicio del periodismo, estas son como primer punto las declaraciones en torno a la toma de decisiones éticas en los medios digitales, la reportería Web, comentarios, voz y tono, la administración la tensión entre los ingresos y el contenido, la credibilidad y exactitud, transparencia y multimedia, temas del sitio de trabajo: velocidad, minuciosidad y capacidad, contenido generado por el usuario y enlazamiento.

Es importante destacar que el periodismo online en la actualidad posee grandes desafíos y esto es así porque cuando se hace practica periodística esta debe cuidar los criterios de exactitud, parcialidad, debe cuidar los valores tradicionales de una sociedad, en lo que respecta a la recolección, edición, producción y entrega de la información que va a ser publicada. Y lo más importante es el tipo de contenido que se vaya a publicar en tanto que los efectos de los nuevos medios digitales poseen un poder e impacto muy grande en la sociedad que se debe tener mucha cautela antes de hacer pública una información, de allí que la propuesta plantea las siguientes declaraciones en la toma de decisiones éticas en el contexto digital.

La publicación online posee la oportunidad de servir a audiencias en forma significativa,

Los valores periodísticos en aspectos como la verdad, la comunidad y la democracia, donde el periodista debe aceptar el desafío de construir un modelo de negocios en la era digital

Las guías éticas escritas cuya base descansa en los valores como aporte e ingrediente especial en la toma de decisiones

La transparencia es un aspecto imprescindible en torno a la relación de los periodistas con la audiencia. Es decir la transparencia es vital es una dimensión que debe estar relacionada con la institución así como a nivel individual directamente con el periodista responsable de la publicación de la noticia

Los recurso son limitados, pero esto no puede ser un argumento para hacer una publicación online no acorde con los estándares de calidad que se espera de un medio responsable y serio.

Desde esta perspectiva la propuesta agrupa un conjunto de valores y principios, donde la independencia es el principal, es decir no se puede ajustar a algún factor de poder o que ejerza presión para que se publique lo que para él es de interés. Por ello

tanto el medio como el periodista no debe bajo ninguna circunstancia aceptar algún tipo de regalo o dejarse amilantar por ningún factor. En definitiva para cada aspecto se encuentran un conjunto de directrices que orientarán tanto la definición como la práctica, todo es cuestión según reza la guía, de mantener el equilibrio, la ponderación el balance en la actitud del periodista así como en lo que se comunica a través de estos medios, el trabajo de periodista no es tarea fácil, especialmente porque debe aprender a desenvolverse sobre escenarios espinosos que siempre tratarán de afectar su práctica, lo importante es que toda la información que maneje le dé el tratamiento que corresponde y no se le salga de las manos ningún tipo de acción sin antes pensarla y repensarla con ética y el compromiso con la sociedad.

2.2.5.2. Ética periodística en los Medios Digitales

Según la autora Medina (2017), en su trabajo de titulación llamado “Herramientas de la planificación estratégica para su aplicación en el ejercicio periodístico de los nuevos medios digitales en el país. Caso portal web del diario El Comercio, de Ecuador”. “La comunicación estratégica es esencial para el desarrollo de un plan que muestra en sí un resultado de calidad en la página Web de Diario El Comercio de Ecuador, mismo que ha presentado una variedad de cambios para así posicionarse en primer lugar entre los otros medios” (pág. 3). Por ello, la autora considera que con la creación de un plan estratégico que se encargue netamente de abordar integralmente el contexto de dicho medio digital, se logrará plantear varias recomendaciones para que la calidad del mismo se vea reflejada, haciendo del periodismo algo imparcial y eficaz.

Por otra parte, el autor López (2015), en su trabajo de investigación llamado “Periodismo digital, Redes, audiencias y modelos de negocio”, manifiesta que “los cibermedios presentan su producto informativo desde la portada de su sitio web, es decir en dicho espacio se encargan de destacar principalmente dos variables para atraer atención del internauta o visitante” (pág. 176). Es decir, se encargan de trabajar a menudo en su aspecto como su diseño o la manera de distribuir las informaciones, donde el uso de las imágenes, diseño, fotografías, videos, son factores esenciales para ofrecer un producto diferenciado. Otra eventualidad de exponer un contenido diferente al que prevalece en el mundo de Internet, es la jerarquía de información que ofrece cada cibermedio.

De la misma manera la autora Ramos (2014), en el desarrollo de su trabajo de investigación titulado “Uso de las herramientas informáticas del periodismo 2.0 y las habilidades del estudiantado de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Ambato (UTA)”, promueve el uso de herramientas informáticas de periodismo 2.0 entre los estudiantes de UTA que estudian en la carrera de comunicación social, para mejorar sus habilidades y preservarlas en el ámbito laboral, ya que son necesarias para el rol como periodistas digitales o periodistas cibernéticos que se han desarrollado gracias a nuevos canales de información (pág. 10) . De acuerdo con lo expuesto, se reconoce que al hacer uso de innovadoras estrategias de ética profesional para el periodismo como el uso de diversas herramientas informáticas, estas permitirán la adquisición de habilidades de gestión de plataforma y software para ser competitivos y profesionales frente a los nuevos métodos y formas de producción, generando en los futuros graduados de la UTA que adquirirán sus propias habilidades por delante de los nuevos perfiles profesionales que dependen del uso de recursos web y herramientas web para la adquisición de adaptaciones tecnológicas.

Los autores Álvarez y Suárez (2017), en su trabajo de investigación llamado “Pautas deontológicas para el periodismo digital”, expone que una de las pautas deontológicas para el periodismo digital, “es que un periodista debe mantenerse totalmente cauteloso con la información que se puede obtener en las redes sociales, ya que dicha información encontrada por dicho medio, es moralmente propiedad de una persona, independientemente de si es accesible a terceros” (pág. 253). Por lo tanto, cualquier uso fuera de la red social en sí misma debe requerir el consentimiento del propietario. En los perfiles que no son de acceso público, el reportero debe evitar el uso de identificadores falsos o contactos de terceros para obtener información o imágenes almacenadas por su autor para el dominio de su red de contactos.

Finalmente, en el trabajo de la autora Barja (2016), llamado “El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas”. Casos El Comercio, RPP Noticias y Epena, se dio a conocer lo siguiente: “La introducción de procesos de tendencia de plataformas Mass Media, no solo provoca cambios en la estructura física del editorial o redacciones, la diversificación de los productos de una empresa periodística, sino también en el perfil de los profesionales que trabajan en estas áreas, como aquellos profesionales, caracterizados por multitarea, multiplataforma y multisistema” (pág. 207). Con ello, se establece que, en cualquier

caso, el periodista a su vez debe esforzarse por infringir los derechos de las personas lo menos posible, utilizando solo los recursos más importantes para el contexto de la información, evitando exponer otras circunstancias de la vida personal de las personas o transmitiendo imágenes.

2.2.5.3. Ética periodística

De la misma manera, se hace énfasis de la ética de la información por parte del periodista y para ello es necesario plantear trabajos realizados por distintos autores que permitan conocer cómo se construye en adecuado perfil periodístico.

La autora Guzmán (2016), en el desarrollo de su trabajo de investigación titulado “El periodismo como poder protagonista de cambios sociales. Estudio de casos específicos: Watergate y Wikileaks”, mostró que “el caso de Wikileaks, es el resultado de una mezcla de más conocimiento técnico periodístico, se demostró el poder de la revelación a riesgo de un dilema ético, pero que trajo consigo una luz que despertó la conciencia social sobre el manejo de asuntos públicos del poder que benefician a intereses de grupos que controlan la sociedad actual” (pág. 63). Todo ello, se dio a conocer a través de los dos casos históricos mencionados, se logró tomar en consideración que el periodismo es una labor transformadora de diversos escenarios sociales, políticos y económicos. Se establece elemental comprender la lógica del periodismo como vocación y no como un trabajo que deja mayores ganancias.

El autor Chillón (2012), en el presente trabajo de investigación llamado “La ética periodística como ética aplicada”, se expone que “la expresión correcta y la palabra correcta, la elección y el orden de la información o imágenes y fotografías, el requisito de la documentación más amplia posible, la aparición de todas las voces principales sin ninguna depreciación, todas estas cosas y muchas otras son rutinas profesionales que sin duda tienen una dimensión moral” (pág. 181). Por lo tanto, la ética periodística, indirectamente, y los códigos de ética correspondientes, directamente, ofrecen normas que afectan el lenguaje y la expresión, la publicación y la documentación, la escritura y la palabra, y por lo tanto en todo lo que debe hacerse en la medida en que la ética busca iluminar la acción, y son una expresión de la acción profesional del informante.

Por otra parte, los autores Solórzano y Castro (2013), en su trabajo de titulación, llamado “Periodistas cuencanos y el uso de las plataformas cibernéticas en prensa, radio y televisión”, muestran que “el conocimiento que los periodistas tienen en la

gestión de la Web 2.0 es el resultado del autoaprendizaje y no tienen una guía de estilo para las redes sociales en los medios en los que trabajan. En consecuencia, el rendimiento o el uso de estas herramientas queda en completa libertad de los dueños o administradores de las cuentas” (pág. 184). Esta labor deben realizarla los medios de comunicación, ya que ellos deben dedicarse a la formación y capacitación del personal periodístico.

Finalmente, la autora Carvajal (2012), en su trabajo de titulación, llamado “El código de ética periodística y su incidencia en los comunicadores radiales en temas político, provincia Santa Elena”, expone que “los comunicadores de radio en la provincia de Santa Elena no aplican el Código de Ética para Periodistas en el desempeño de sus funciones periodísticas. Aunque a menudo enfatizan la importancia de los valores y principios, además no conocen el verdadero valor de esta herramienta, que es crucial para demostrar profesionalismo” (pág. 123).

El trabajo periodístico de los comunicadores de radio no se considera independiente de esta manera; reciben pautas o regulaciones para abordar problemas complejos como la política, a su vez se dice que la transmisión de información y noticias por aire no siempre va en contra de las preocupaciones generales, ya que el público confía en las estaciones de su elección y depende del contenido transmitido. Es más productivo para los medios discutir temas políticos que, junto con algunas contradicciones, plantean el problema más que otros. Por esta razón, es necesario que se apliquen estrategias para un mejor desempeño en dicho ámbito, como también la realización de capacitaciones continuas de concienciación para reducir el empirismo.

2.3. Marco conceptual

En este aparte se desarrollan los conceptos que se manejan como categorías que transversalizan el documento y permiten que el lector pueda comprender los conceptos y temas que se tocan en el presente estudio. Estas definiciones tratan de aclarar el concepto y encuadrarlo en el contexto de la comunicación social como una forma de cohesionar el texto; este espacio es fundamental porque en el rigor científico de un texto se debe exponer con claridad los conceptos principales que se manejan en el mismo, los términos que aquí se definen pueden servir además para aclarar las ideas al lector cuando este lea el documento.

2.3.1. Ética periodística

La ética periodística es un tema de gran importancia en el ejercicio de esta profesión, por ello a lo largo de los años ha sido tema de muchos estudios y debates, esto sobre la base de determinados contextos, especialmente en las sociedades democráticas latinoamericanas, por el tema del cumplimiento de los derechos de los ciudadanos a una libertad de expresión, en este sentido, el autor refiere que la ética periodística es:

Un conjunto de preceptos, valores y fundamentos estructurados en función de la posición y de la producción social que realizan los periodistas para su acción profesional. Siendo así aquellos que se encargan de la formalización de hechos de la realidad, bajo determinadas reglas y formatos, filtrados por categorías tales como la novedad, la relevancia, la actualidad o lo inusual, las normas y preceptos se refieren, precisamente, a la densidad de esta labor que no sólo informa, sino que también interpreta y enjuicia (Miller, 2019, pág. 5).

Esta definición permite explicar que la ética periodística se refiere a los pilares o soportes, tanto el periodista como la noticia y el medio donde se va a publicar para garantizar que esta se apege realmente a los que debiera ser, cuidando en todo momento aspectos que puedan ir en detrimento de las personas, así como los códigos deontológicos y legales respectivamente.

Según menciona el prenombrado autor, la ética periodística responde a los valores sinequanon en la publicación de las noticias e información, son estos la responsabilidad, verdad, honestidad e independencia, el respeto al ser humano, a los derechos humanos y civiles, se refiere además a la calidad y al tipo de información que se vaya a publicar. Es decir es la forma deseable de una buena comunicación basada en códigos que están establecidos y normados para poder llevar a cabo este ejercicio profesional. Por tanto, explicar la ética periodística permite inferir que se trata de la construcción interna que pueda hacer el profesional del periodismo devenido de una convicción y formación personal como profesional, y en consecuencia orientan su práctica, actitud que le permitirá actuar de forma correcta pese a las circunstancias en que se desenvuelva.

2.3.2. Periodismo informático

El periodismo informático es aquel que se ha desarrollado producto de la eclosión mundial y el despliegue de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, por tanto un nuevo periodismo informático se refiere a decir lo mismo que el “nuevo periodismo”, aquel que es ejercido a través del uso de las tecnologías (Romero, 2019), y aunque han sido años desde que se ha implementado aún siguen mejorando muchos aspectos en la práctica. En este sentido, el periodismo informático es conocido también como periodismo digital, aquel según el cual se desarrolla en el contexto virtual, no reduciéndose a una sola plataforma o formato, este hoy por hoy ha alcanzado nuevas metodologías y estilos que tratan de adaptarse a las demandas de los usuarios.

Este lo define Escalonilla, (S/F) como:

La introducción de la informática en el periodismo convencional facilita las labores productivas, integrando funciones; agiliza tiempos, permitiendo con ello atrasar los horarios de cierre; y mejora la calidad y cantidad de productos informativos. Pero los productos resultantes siguen siendo los productos convencionales, a pesar de que la fabricación sea digital. Es por ello que no es pertinente la denominación de periodismo digital para referirse a este modo de producción informativa. Porque ahora mismo todo el periodismo sería digital. Pero también porque hay que distinguir los productos informativos convencionales, aunque se hayan fabricado con el recurso a tecnologías informacionales, de los productos íntegramente digitales, que no sólo se fabrican sino que además se distribuyen en formato binario. Estos últimos productos serían la expresión más evidente del periodismo digital.

El periodismo digital viene a reorientarse a través del internet, es decir, le permite la distribución y expansión a otros espacios, proveyendo múltiples capacidades para poder interactuar con los usuarios así como incorporar algunas observaciones que estos puedan hacer llegar. En este sentido, los contenidos que se asumen como digitales se deben preparar en un laboratorio en donde se cuide muy bien el tratamiento de la información que se hará visiblemente en los medios digitales.

2.3.3. Convergencia:

La convergencia puede entenderse desde espacios muy diferentes: en el ámbito tecnológico, empresarial, en los contenidos, acerca de los usuarios y, por supuesto, de los profesionales de los medios de comunicación. Siendo las innovaciones tecnológicas permiten la integración de sistemas y aplicaciones digitales en un solo canal; las mismas que se han convertido en eslabones de las cadenas comunicativas: redes técnicas, sociales y económicas (García , 2009).

La convergencia desde el ejercicio periodístico digital, según Barrios & Zambrano, (2015), puede definirse como: “un proceso multidimensional facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación” (2015, pág. 224). Proceso que incide el contexto tecnológico, organizacional, comunicacional y profesional, el cual a su vez implica la integración de las herramientas, métodos y espacios de trabajo. En otras palabras una convergencia periodística hace referencia a la integración de diversas formas de comunicación, que tradicionalmente se desarrollaban de forma separada, afectando organizaciones, tecnologías, profesionales y trabajadores en todos los aspectos de un proceso de producción y adopción de contenidos.

2.3.4. Concientización:

La concientización indica aquella “acción cultural por la liberación”, propia de una acción educativa, que tiende a desmitificar la realidad y a preparar al hombre a ejercer la praxis histórica, en base a la cual la toma de conciencia emerge como intencionalidad y el hombre no es solamente un contenedor de cultura, sino, en el contexto dialectico con la realidad, deviene creador de cultura en un proceso de conocimiento activo, autentico y dinámico. (Bianco, 2019)

2.3.5. Cuestionamientos:

Acción y al efecto de cuestionar, en tanto, por cuestionar se refiere a la acción en la cual alguien discute o pone en duda algún acontecimiento o hecho dudoso, o un conocimiento especial. Asimismo, se expone que esta acción es efectuada por humanos, la misma que está en estrecha relación con dos cuestiones, el adquirir nuevos conocimientos y el desenmascaramiento de aquello que se presenta como verdadero y en realidad no lo es de ninguna manera. (Ucha , 2016)

2.3.6. Deontológicos:

Rama del arte y de la ciencia cuyo objeto consiste en hacer en cada ocasión lo que es recto y apropiado. En el área profesional esta determina los deberes que son mínimamente exigibles a los profesionales en el desempeño de su actividad. (Muñoz , 2014)

El concepto de Deontología se refiere al “tratamiento o ciencia del saber”, está compuesto por un vocablo griego que se denomina deontos genitivo de deon, cuyo significado es deber, y logos se refiere a discurso o tratado, es decir se refiere a todo aquello que supone de rectitud, es decir que es lo correcto y debe ser, en cualquier ámbito sea público o privado.

2.3.7. Democracia Deliberativa:

La democracia deliberativa basa su justificación de la legitimidad de las decisiones políticas en términos del valor epistémico de las decisiones, adoptadas a raíz de un procedimiento deliberativo democrático; en este sentido, se afirma que tiene un valor epistémico, toda vez que las condiciones bajo las cuales se desarrolla permiten reputar como correctas las decisiones alcanzadas. (García R. , 2015)

2.3.8. Empirismo:

Postura filosófica para la cual el origen de nuestro conocimiento y el valor del mismo depende de la experiencia. (García J. , 2014). Su nombre así lo indica, empirismo proviene del vocablo experiencia, cuya definición hace referencia a una teoría filosófica, proviene del griego emperia, que proviene de la experiencia, siendo entendida como toda o entera actividad humana, de las sensaciones, sentidos interiores y exteriores, cuya actividad debe ser desde la intelectualidad, desde el saber. (García G. J., 2014)

2.3.9. Preconizar:

Palabra que se utiliza para dar cuenta de un proceso o una situación mediante la cual se han dirigido o asignado ciertos elogios de manera pública a una persona en particular o a algo. (Real Academia Española , 2015)

2.3.10. Trastocada:

Trastornar, revolver. Alterar el orden que mantenían ciertas cosas o el desarrollo normal de algo, causando desorden o cambios confusos y molestos. (Real Academia Española , 2015)

2.3.11. Rectificaciones:

Acción de modificar algo para que alcance la precisión que debería tener o su estado ideal. Es decir que rectificar consiste en corregir falencias o fallas. El cambio puede ser muy significativo o leve, pero en cualquier circunstancia hay una modificación en aquello que está afectado por la rectificación. (Tobón, 2018)

2.4. Marco Legal

El marco legal es un aparte dentro de la investigación científica que funciona como el fundamento legal que afianza el desarrollo de investigaciones en torno a esta temática. En este sentido, estas se agrupan en el orden y mayor rango que poseen estas normativas.

Para la presente investigación se seleccionan las que poseen vinculación con el tema que se trata, para lo cual se parte, por citar a la CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR en la Sección Tercera en el capítulo acerca de la Comunicación e Información.

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, libre, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la Comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación y al efecto:

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. (Asamblea Nacional , 2008)

En los anteriores epígrafes se puede puntualizar que todos los ecuatorianos tienen derecho a buscar información por todos los medios necesarios, así como a producirla utilizando los medios de comunicación de masas o las TIC, solamente que establece que la “responsabilidad ulterior”, es decir la responsabilidad individual al momento de emitir una información, para no correr el riesgo de caer en perjurio, difamación o calumnia, debe ser primordial a la difusión de contenidos informativos y noticiosos o se procederá a una sanción, conforme también lo establecen las leyes ecuatorianas.

Seguidamente y en el orden jerárquico de estas normativas y su aplicación en territorio ecuatoriano se refiere la Ley Orgánica de comunicación, la cual posee como propósito principal regular y normar todos los procesos y acciones que en materia de comunicación social se desarrollan en el país, así como el tipo de información, los mecanismos, y las formas en la cual se debe desarrollar esta actividad de forma lucrativa o no.

LEY ORGÁNICA DE LA COMUNICACIÓN

Art. 1.- Objeto y Ámbito. - Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

Art. 3.- Contenido comunicacional. - para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambio a través de los medios de comunicación.

Art. 4.- Contenidos personales en Internet. - esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de Internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del Internet.

Art. 16.- Principio de transparencia. - Los medios de comunicación social difundirán sus políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o en un instrumento a disposición del público.

Art. 18.- Prohibición de censura previa. Se prohíbe la censura previa por parte de una autoridad, funcionario público, que en ejercicio de sus funciones o en su calidad apruebe, desapruebe o veto los contenidos previos a su difusión a través de cualquier medio de comunicación.

Art. 19.- Responsabilidad ulterior. - Para efectos de esta ley, responsabilidad ulterior es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias legales posteriores a difundir, a través de los medios de comunicación, contenidos que lesionen los derechos establecidos, en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador, en la Constitución y la Ley.

Art. 20.- Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación. - Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a una persona.

Art. 22.- Derecho a recibir información de calidad. - Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada. La verificación implica constatar que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido. La contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas involucradas en los hechos narrados, salvo que cualquiera de ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual se dejará constancia.

Art.-23.- Derecho a la rectificación. - Todas las personas tienen derecho a que los medios de comunicación rectifiquen la información que han difundido sobre ellas, sus familiares o sobre los asuntos a su cargo cuando existan deficiencias en la verificación, contrastación y precisión de la información de relevancia pública de acuerdo a los establecido en el artículo 22 de esta Ley.

Los medios de comunicación tienen la obligación jurídica de publicar dentro del plazo de 72 horas, contadas a partir de presentado el reclamo de la persona afectada, de forma gratuita, con las mismas características, dimensiones y en el mismo espacio, sección u horario: las rectificaciones a las que haya lugar en la nota periodística.

Art.- 25.- Posición de los medios sobre asuntos judiciales. - Los medios de comunicación se abstendrán de tomar posición Institucional sobre la Inocencia o culpabilidad de las personas que están Involucradas en una Investigación legal o proceso judicial penal hasta que se ejecutorie la sentencia dictada por un juez competente. La violación de esta prohibición será sancionada por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa equivalente al 2% de la facturación promediada de los últimos tres meses del medio de comunicación, presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas. En caso de reincidencia que se realice en un mismo año, la multa será el doble de lo cobrado en cada ocasión anterior.

Art. 29.- Libertad de Información. - Todas las personas tiene derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo. Esta libertad solo puede limitarse fundamentadamente mediante el establecimiento previo y explícito de causas contempladas en la ley, la Constitución o un instrumento internacional de derechos humanos, y solo en la medida que esto sea indispensable para el ejercicio de otros derechos fundamentales o el mantenimiento del orden constituido. Toda conducta que constituya una restricción ilegal a la libertad de información, será sancionada administrativamente en la misma medida que esta Ley lo hace en los casos de censura previa por autoridades locales y en los medios de comunicación, sin perjuicio de las otras acciones legales a las que haya lugar.

Art. 35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación. - Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo. (Asamblea Nacional, Ley Orgánica de la Comunicación, 2013)

En los artículos anteriores se establece que las personas que intervienen en el proceso comunicacional deben tomar en cuenta la dignidad de las personas, los derechos de los grupos prioritarios, las obligaciones dentro del ejercicio profesional

de la comunicación y el manejo de medios de comunicación. Al existir incumplimiento de las normas deontológicas, cualquier ciudadano puede acudir a la entidad necesaria si se ve afectado, la cual puede establecer la sanción respectiva. Así mismo, establece los principios de acción afirmativa (Art. 11, LOC), democratización de la información (Art. 12, LOC), participación (Art. 13, LOC), interculturalidad y plurinacionalidad (Art. 14, LOC), interés superior de niñas, niños, y adolescentes (Art. 15, LOC), y el de transparencia (Art. 16, LOC). Por otro lado, desarrolla los derechos de libertad, contenidos en los de libertad de expresión y opinión (Art. 17, LOC), donde se desenvuelven los elementos referentes a la prohibición de censura previa (Art. 18, LOC), responsabilidad ulterior de las personas (Art. 19, LOC) y los medios de comunicación (Art. 20, LOC), y la responsabilidad solidaria de los medios de comunicación por indemnizaciones civiles por el incumplimiento de rectificaciones o impedir el ejercicio de dicho derecho a los afectados (Art. 21, LOC). Continúa con los derechos a recibir información de relevancia pública veraz (Art. 22, LOC), de rectificación (Art. 23, LOC), de réplica (Art. 24, LOC), la libertad de información (Art. 29, LOC), el de protección a las comunicaciones personales (Art. 31, LOC), protección integral de niños, niñas, y adolescentes (Art. 32, LOC).

Por consiguiente se refiere el reglamento a la Ley Orgánica de comunicación, el cual de forma más concreta se encarga de darle operatividad a los procesos ya de manera específica en el contexto, controla los procesos administrativos de rigor así como las permitidas por la ley.

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

Art. 2.- contenidos en Internet. - Están excluidos del ámbito de regulación y control administrativos los contenidos que formulen los ciudadanos y las personas jurídicas en sus blogs, redes sociales y páginas web personales, corporativas o institucionales.

Art. 3.- Medios de Internet. - Son también medios de comunicación aquellos que operan sobre la plataforma de Internet, cuya personería jurídica haya sido obtenida en Ecuador y que distribuya contenidos informativos y de opinión, los cuales tienen los mismos derechos y obligaciones que la Ley Orgánica de Comunicación establece para los medios de comunicación social definidos en el Art. 5 de dicha Ley.

Art. 4.- Actividad comunicacional. - Para efectos regulatorios, se entenderá por actividad comunicacional exclusivamente a aquellas actividades que realizan los medios de comunicación social definidos como tales en el artículo 5 de la Ley Orgánica de Comunicación.

Art. 5.- Actividades conexas. - En uso de sus respectivas plataformas tecnológicas, las empresas de comunicación de carácter nacional podrán desarrollar actividades conexas a la actividad comunicacional, con sujeción y exhibición de productos audiovisuales. (Asamblea Nacional, Ley Orgánica de la Comunicación, 2013)

Subsiguientemente se encuentra el código de la ética periodística, instrumento que orienta concretamente las acciones individuales de los profesionales del periodismo, les conmina a desarrollar un periodismo con todas las garantías éticas y morales para el desarrollo de las publicaciones que se haga en el territorio nacional. Cuidando y velando porque no se le violen los derechos a ningún ciudadano, Así como también que se mantenga la veracidad d toda la información que se publique sea en cualquier periódico digital e impreso.

CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA EN EL ECUADOR

La libertad de expresión del pensamiento es derecho fundamental del hombre y piedra angular de todas las libertades consagradas en la Constitución Política de la República y es, por tanto, una necesidad vital del pueblo ecuatoriano. Un derecho irrenunciable del periodista profesional y una obligación ineludible de los medios de comunicación social y del Estado.

Declaración de Principios, la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador dicta el siguiente **CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL** para normar la conducta profesional de los periodistas ecuatorianos:

CAPITULO I

EL PERIODISTA Y LA COMUNIDAD

Artículo 1.- El periodista tiene la obligación de proporcionar a la comunidad una información objetiva, veraz y oportuna.

Artículo 2.- El periodista debe lealtad a las aspiraciones y a los valores fundamentales de su comunidad.

Artículo 3.- El periodista está obligado a promover el desarrollo integral del país, la educación, la ciencia, la cultura y a luchar por la liberación del hombre y los pueblos.

Artículo 4.- La comunidad tiene derecho a ser correctamente informada y el periodista está obligado a evitar la deformación y tergiversación de las informaciones.

Artículo 5.- El periodista no debe utilizar su profesión para denigrar o humillar la dignidad humana.

Artículo 6.- El periodista está obligado a respetar la convivencia humana. Le está prohibido preconizar la lucha racial o religiosa. Defenderá la supervivencia de los grupos étnicos y sus derechos a la integración y al desarrollo del país.

Artículo 7.- El periodista está obligado a defender el derecho y el ejercicio de la libertad de expresión de todos los sectores de la comunidad, especialmente de los marginados de la comunicación social.

Artículo 8.- El periodista está obligado a luchar por la comunidad en la que se desenvuelve y defender el equilibrio ecológico y el medio ambiente.

Artículo 9.- El periodista debe oponerse y denunciar las campañas promocionales y publicitarias que atenten contra los valores humanos y sociales de la comunidad.

Artículo 10.- El periodista tiene la obligación de utilizar correctamente los idiomas oficiales. (Comité Ejecutivo Nacional de Federación Nacional, 1978)

Este capítulo menciona las normas y obligaciones abstractas tendentes a reconstruir un entorno de objetividad alrededor de la profesión periodística y alegato sobre la libertad de expresión anclado a los derechos y al desarrollo integral del país.

CAPITULO II

EL PERIODISTA Y EL ESTADO

Artículo 11.- El periodista está obligado a defender la soberanía y la integridad territorial, sus símbolos patrios, su historia, su cultura y sus tradiciones.

Artículo 12.- El periodista exigirá del Estado una política nacional de comunicación que impida el monopolio de la información.

Artículo 13.- El periodista demandará del Estado la defensa de los derechos de los trabajadores, su capacitación, salarios justos, seguridad social y estabilidad.

Artículo 14.- El periodista exigirá del Estado la plena vigencia de la libertad de expresión, el libre acceso a las fuentes de información y el derecho del pueblo a una información objetiva, veraz y oportuna.

Artículo 15.- El periodista debe luchar para que el Estado garantice la plena vigencia de la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista.

Artículo 16.- El periodista debe rechazar cualquier presión del Estado que pretenda obligarle a adoptar determinada posición o identidad política, religiosa o ideológica.

Artículo 17.- El periodista debe impulsar y promover los programas del Estado destinados a fomentar el desarrollo integral del país.

Artículo 18.- El periodista luchará por la plena vigencia de los derechos humanos y se manifestará contrario a los regímenes fascistas o que no respeten la dignidad humana. (Comité Ejecutivo Nacional de Federación Nacional, 1978)

Artículos de exhortaciones que describen las relaciones que deben mantener los profesionales del periodismo de la información con respecto del Estado ecuatoriano y sus exigencias de garantías y obligaciones con la ciudadanía.

CAPITULO III

EL PERIODISTA Y LA FENAPE

Artículo 19.- El periodista debe cumplir y hacer cumplir este Código, la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista, los Estatutos, Reglamentos, así como las resoluciones de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, FENAPE.

Artículo 20.- El periodista será leal militante de la FENAPE y defensor de los principios profesionales.

Artículo 21.- El periodista está obligado a fomentar la fraternidad y el respeto mutuo entre colegas.

Artículo 22.- El periodista está obligado a defender a sus colegas que, en razón de su ejercicio profesional o creencias políticas, ideológicas o religiosas, sufrieran persecución, cárcel, tortura, exilio o cualquier otro acto represivo del sector público o privado que atente contra su libertad y dignidad.

Artículo 23.- Al periodista le está prohibido promover o participar en actos contrarios a la Federación Nacional de Periodistas. (Comité Ejecutivo Nacional de Federación Nacional, 1978)

Lista de normas relacionadas con la sectorización de la profesión periodística con el fin de defender los principios profesionales y de fomentar la fraternidad hacia el respeto mutuo entre colegas.

CAPITULO IV

EL PERIODISTA Y EL EJERCICIO PROFESIONAL

Artículo 24.- El periodista guardará estricto secreto en el ejercicio de su profesión respecto de las fuentes de información.

Artículo 25.- El periodista debe verificar sus informaciones y recurrir a fuentes que garanticen una información veraz.

Artículo 26.- Le está prohibido al periodista recibir bienes o valores destinados a interferir o tergiversar su labor informativa y de opinión.

Artículo 27.- Le está prohibido al periodista utilizar prácticas desleales para desplazar a un colega y ocupar su puesto.

Artículo 28.- Al periodista le está prohibido aceptar remuneraciones inferiores al mínimo establecido por la ley.

Artículo 29.- El periodista denunciará ante la FENAPE las presiones que las fuentes ejerzan sobre el patrono para removerlo injustificadamente o impedir el ejercicio de su profesión.

Artículo 30.- Le está prohibido al periodista comunicar de mala fe informaciones que atenten contra la dignidad, el honor o prestigio de personas, instituciones y agrupaciones.

Artículo 31.- El periodista está obligado a rectificar las informaciones probadas como falsas. Los rumores y las noticias no confirmadas deben identificarse y tratarse como tales.

Artículo 32.- Al periodista le está prohibido utilizar como suyo material informativo en cuya elaboración no haya participado, no prestar su nombre para amparar publicaciones o programas donde no tenga participación efectiva.

Artículo 33.- El periodista debe informar a su Colegio Provincial casos de ejercicio ilegal de la profesión, a fin de que el Colegio denuncie el incumplimiento de la ley a las autoridades correspondientes.

Artículo 34.- Los periodistas que tienen funciones directivas no pueden ejercer acciones que perjudiquen a sus colegas subordinados por discrepancias políticas, ideológicas, religiosas, enemistad personal o consignas empresariales injustificadas.

Artículo 35.- Al periodista le está prohibido usar el anonimato, las publicaciones apócrifas y la divulgación de rumores falsos o tendenciosos. (Comité Ejecutivo Nacional de Federación Nacional, 1978)

Todo periodista digno de llamarse tal, se impone el deber de cumplir estrictamente los principios enunciados anteriormente hacia los derechos y obligaciones vinculados al ámbito profesional del periodismo. Los periodistas están obligados a rectificar si la noticia es falsa, a comunicar con objetividad y transparencia hacia personas, instituciones y agrupaciones; además le está prohibido comunicar de mala fe informaciones que atenten contra la dignidad, el honor o prestigio de la comunidad.

CAPITULO V

EL PERIODISTA Y LA EMPRESA

Artículo 36.- El periodista está obligado a velar porque se cumplan las disposiciones de la legislación laboral.

Artículo 37.- El periodista exigirá a la empresa respeto para sus creencias políticas, ideológicas y religiosas.

Artículo 38.- El periodista exigirá a la empresa respeto a su producción, cuyo sentido no podrá ser cambiado sin su consentimiento.

Artículo 39.- El periodista debe asumir conjuntamente con la empresa la responsabilidad de toda información elaborada por él y difundida sin que ésta haya sufrido alteración ajena a su voluntad.

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

Artículo 41.- El periodista debe exigir en sus relaciones con la empresa un tratamiento ajustado a su dignidad y al valor e importancia que tiene su profesión en la sociedad. (Comité Ejecutivo Nacional de Federación Nacional, 1978)

Este capítulo establece las relaciones que habían de mantener los periodistas con respecto de sus organizaciones empresariales conjuntamente con el fin de exigir sus derechos y el valor e importancia que tiene su profesión en la sociedad.

CAPITULO VI

EL PERIODISTA Y LAS RELACIONES INTERNACIONALES

Artículo 42.- El periodista está obligado a cumplir las decisiones y acuerdos que la institución tome estatutariamente en sus relaciones internacionales.

Artículo 43.- El periodista debe luchar por la libertad de los pueblos, contra el colonialismo, el neocolonialismo y toda forma de discriminación ideológica, religiosa y racista. (Comité Ejecutivo Nacional de Federación Nacional, 1978)

Los epígrafes anteriores indican las regulaciones sobre los principios internacionalistas aplicados a la profesión periodística sobre el deber de luchar por la libertad de pueblos y a cumplir los acuerdos que se tomen.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico comprende los procedimientos que se utilizarán para llevar a cabo la investigación, este debe atender a un enfoque y diseño que corresponda con la naturaleza del estudio, y de los objetivos que se planteen en el mismo, con el propósito de darle carácter científico en el uso de los procedimientos, técnicas y métodos más adecuados que ayuden en el desarrollo del mismo. A continuación, se atiende el siguiente orden metodológico:

3.1. Tipo de investigación

Investigación de campo, ya que se recopilaron los datos directamente del campo de estudio en el contexto de la ciudad de Guayaquil. Es de nivel descriptivo correlacional, los cuales constituyen los sujetos del estudio.

3.1.1. Investigación de Campo

Es un tipo de investigación de contexto, el cual permitirá estudiar el objeto de estudio, así como la implementación de encuestas a los periodistas profesionales que laboran en los diarios El Universo y El Comercio de la ciudad de Guayaquil, es así como los datos adquiridos se utilizaran para elaborar el debido análisis.

3.2. Niveles

3.2.1. Descriptivo

Sobre la investigación descriptiva Fideas Arias (2012) señala que:

“Los estudios descriptivos miden de forma independiente las variables y aun cuando no se formulen hipótesis, tales variables aparecen enunciadas en los objetivos de investigación”

De esta manera este trabajo de investigación describe el fenómeno de estudio en un tiempo determinado, analiza y explica todas sus dimensiones a medida que avanza la investigación, permitiendo al lector el entendimiento de la información recopilada.

3.3.Enfoque de la investigación

El enfoque de investigación es cualicuantitativo, en tanto que se dará tratamiento a la información a través de métodos cuantitativos y cualitativos, a partir de la aplicación de técnicas estadísticas. Este se comprende por la naturaleza del tratamiento de los datos e información que se requiere en la investigación. Se pueden desarrollar de dos formas, cuantitativa o cualitativa, de allí que para los efectos de la presente investigación se pondrán en práctica métodos cualitativos como métodos cuantitativos, no obstante, predominan los cuantitativos, atendiendo a los objetivos planteados.

3.3.1. Investigación Cuantitativa

Sobre la investigación cuantitativa Sampieri (2014) señala que:

“La recolección de los datos se fundamenta en la medición. Esta recolección se lleva a cabo al utilizar procedimientos estandarizados y aceptados por una comunidad científica. Para que una investigación sea creíble y aceptada por otros investigadores, debe demostrarse que siguieron tales procedimientos. Como en este enfoque se pretende medir, los fenómenos estudiados deben poder observarse o referirse al “mundo real”.

Es así como se demuestra que este tipo de investigación es importante para obtener información basada en datos estadísticos reales, siguiendo un procedo sistemático, los cuales se generaran a los periodistas profesionales de los diarios El Universo y El

Comercio en la ciudad de Guayaquil, y que posteriormente serán corroborados y contrastados con un análisis.

3.3.2. Investigación Cualitativa

Este tipo de investigación está enfocado en exponer el comportamiento y la apreciación de un conflicto o un tema determinado del objeto de estudio, mediante la observación se pudo determinar e interpretar el comportamiento del público objetivo, por estos motivos es esencial la aplicación de la investigación cualitativa en este trabajo de estudio.

3.4. Técnicas de investigación

3.4.1. La entrevista

Este recurso se implementó para recoger datos esenciales desde el punto de vista investigativo, estructurada por un cuestionario previamente elaborado, permitiendo la contrastación de ideas entre los expertos, los mismo que comparten conceptos los cuales serán analizados posteriormente y así descubrir las posibles causas del problema.

3.4.2. Técnica de la encuesta

La técnica a aplicar es la encuesta a través de un cuestionario en la cual se le presentarán opciones para que el sujeto seleccione la opción que considere pertinente. La encuesta es una técnica muy versátil y aplicada ampliamente en los estudios de campo, puesto que permite recabar la información de primera mano, es decir de la fuente primaria y en su ambiente natural.

3.5. Instrumentos de investigación.

3.5.1. Cuestionario de preguntas.

Por medio de las encuestas se recopilaron datos directos sobre aspectos esenciales del tema y el punto de vista que tiene el objeto de estudio para cuantificar y valorar sus actitudes e intereses. En esta investigación se utilizan las encuestas para obtener información medible, con una base de preguntas cerradas a un grupo de personas para calcular el punto de vista de los periodistas profesionales de diario El Universo y diario El Comercio.

3.5.2. Guion de entrevista-cualitativo.

Este instrumento es utilizado para realizar preguntas abiertas dirigidas a periodistas profesionales, un formulario que consta 8 preguntas relacionadas con la ética periodística y la línea editorial.

3.6. Población

La población la constituyen los periodistas reconocidos inscritos que trabajan en el diario El Universo y diario El Comercio de la ciudad de Guayaquil. Se escogió una muestra intencional de 7 periodistas de diario El Comercio y 10 periodistas de El Universo, seleccionados de acuerdo a su especialidad y al ejercicio del periodismo tradicional y digital. Hay que considerar que no todos los reporteros tienen funciones asignadas al desarrollo y subida de material informativo a la web.

3.7. Análisis y tabulación de los resultados de encuestas

Encuesta a periodistas de diario El Comercio

Tabla 2 *Distribución porcentual de género*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Hombres	5	71%
Mujeres	2	29%
Total	7	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

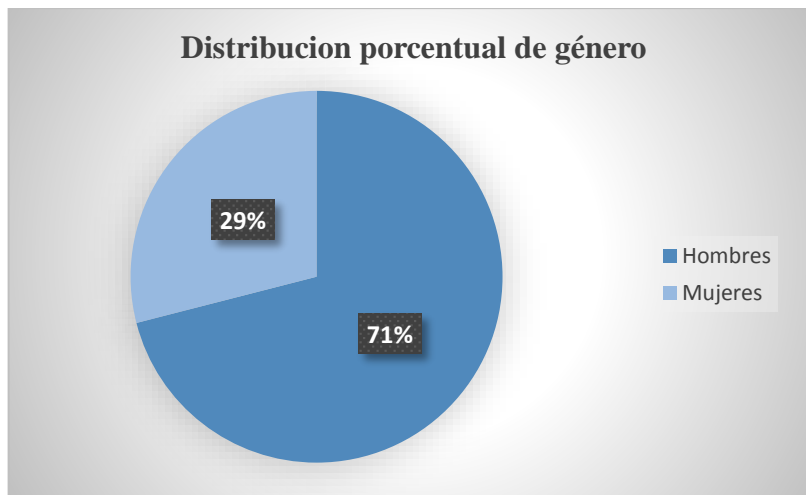


Figura 1 Distribución porcentual de género

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: La distribución porcentual de género demuestra que, de los encuestados, el 71% son hombres, y el 29% restantes, son mujeres.

Tabla 3 *Distribución porcentual de Edad*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
20 a 30	2	29%
30 a 40	3	43%
40 en adelante	2	29%
Total	7	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

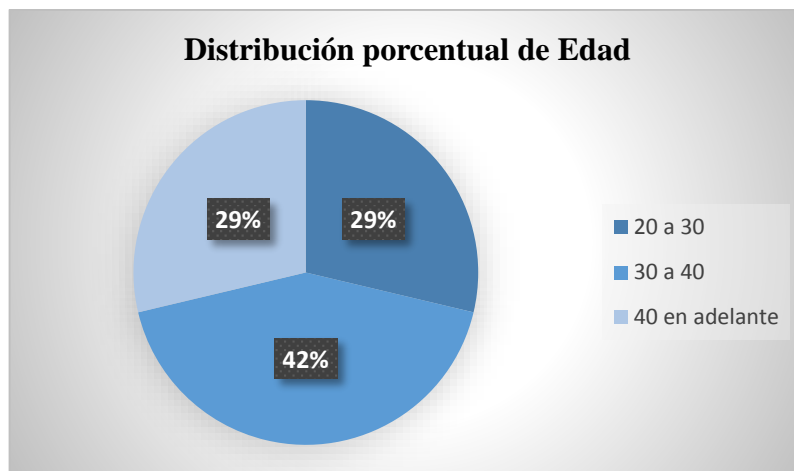


Figura 2 *Distribución porcentual de Edad*

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: Esta gráfica representa que, del 100% de periodistas, seleccionados como muestra de estudio, el 30% posee un rango de edad de 40 años en adelante, 29% tienen una categoría de edad entre 20 a 30 años y el 29% restante se sitúan entre 30 y 40 años.

Tabla 4, pregunta 1 ¿Considera usted que la ética del ejercicio periodístico se encuentra asociado a valores humanos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	7	100%
No	0	0%
Total	7	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

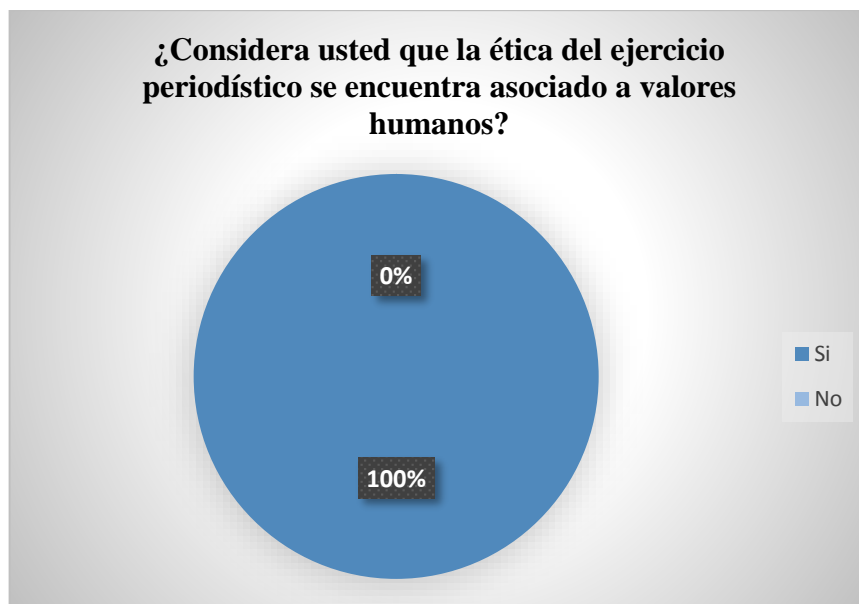


Figura 3 ¿Considera usted que la ética del ejercicio periodístico se encuentra asociado a valores humanos?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: Del 100% de los encuestados, la totalidad de ellos consideraron que la ética en el periodismo se encuentra asociada a valores humanos.

Tabla 5, pregunta 2 ¿Usted cree que la ética en el periodismo es fundamental?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	7	100%
No	0	0%
Total	7	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

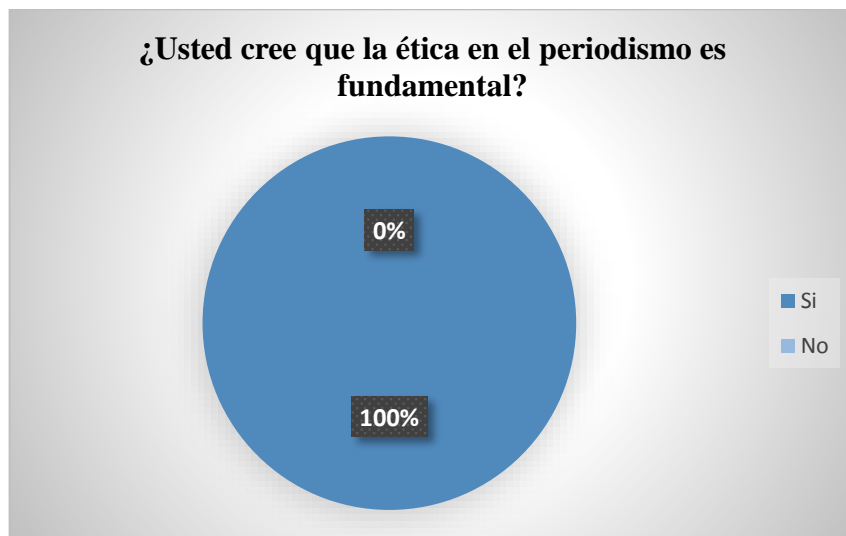


Figura 4 ¿Usted cree que la ética en el periodismo es fundamental?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: Los resultados de esta interrogante permiten evidenciar que, el 100% de los encuestados, consideraron que la ética del periodismo es fundamental en el momento de ejercer la profesión.

Tabla 6, pregunta 3 ¿Cree usted que la línea editorial de su medio de comunicación promueve la ética periodística?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	7	100%
No	0	0%
Total	7	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

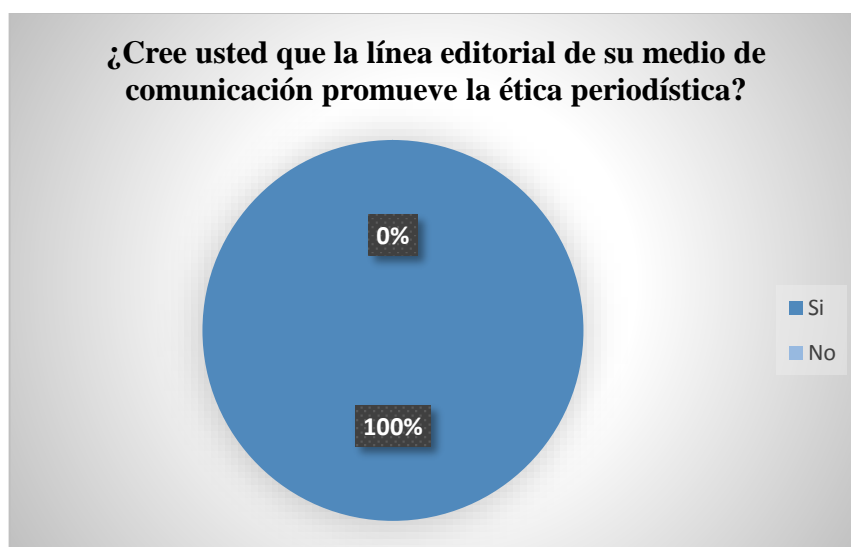


Figura 5 ¿Cree usted que la línea editorial de su medio de comunicación promueve la ética periodística?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: Los datos de estos resultados representan que, el 100% de los encuestados indicaron en su totalidad que, la línea editorial de El Comercio, si promueve la ética periodística.

Tabla 7, pregunta 4 ¿Usted considera que los medios digitales en el país gozan de buena imagen y credibilidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	4	57%
No	3	43%
Total	7	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

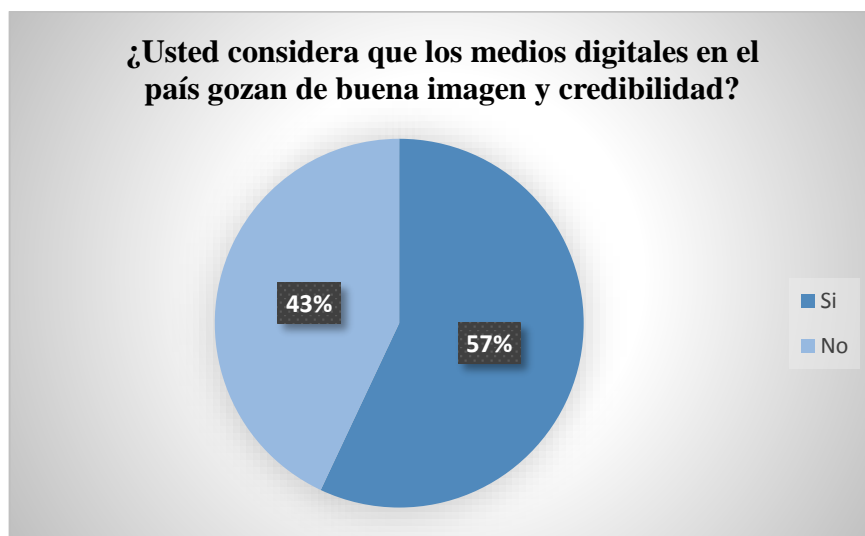


Figura 6 ¿Usted considera que los medios digitales en el país gozan de buena imagen y credibilidad?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: Del 100% de los encuestados, el 57% de ellos opinaron que los medios digitales del país sí gozan de buena imagen y credibilidad. Por otro lado el 43% de los encuestados, indicaron que los medios digitales del país no gozan de una buena imagen, ni credibilidad.

Tabla 8, pregunta 5 ¿Usted considera que los medios tradicionales en el país gozan de buena imagen y credibilidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	5	71%
No	2	29%
Total	7	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

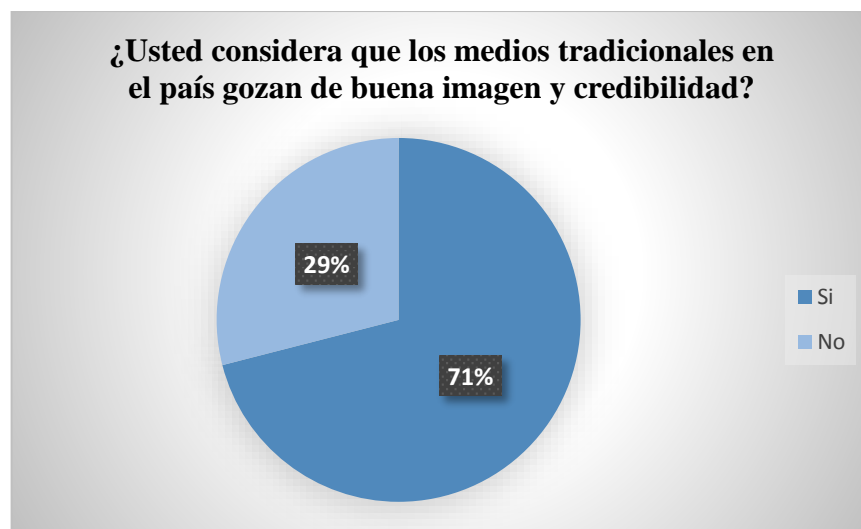


Figura 7 ¿Usted considera que los medios tradicionales en el país gozan de buena imagen y credibilidad?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: Del 100% de los encuestados, un 71% consideraron que, los medios tradicionales si gozan de buena imagen y credibilidad, y el 29% restante manifestaron que, los medios tradicionales, gozan de buena imagen y credibilidad.

Tabla 9, pregunta 6 ¿Usted cree que son fundamentales los códigos deontológicos para preservar la ética periodística en la ciudad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	7	100%
No	0	0%
Total	7	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

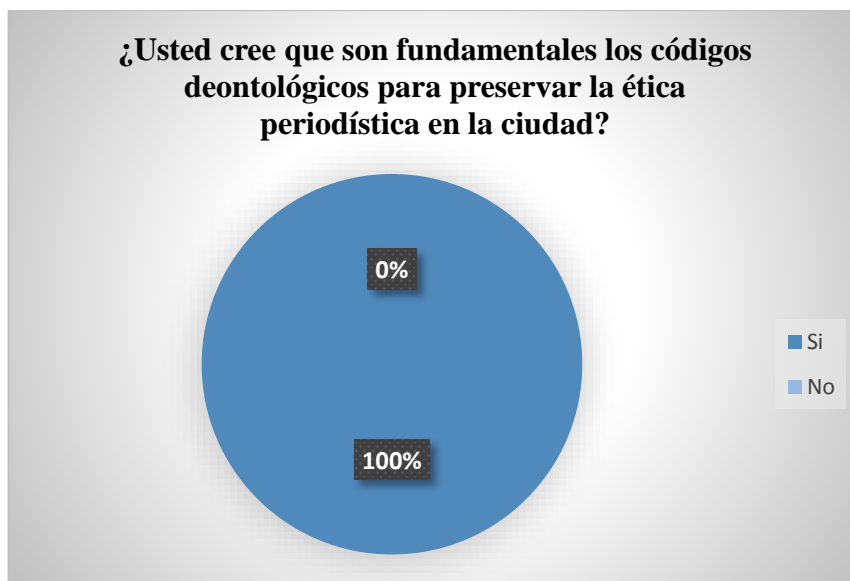


Figura 8 ¿Usted cree que son fundamentales los códigos deontológicos para preservar la ética periodística en la ciudad?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: Las periodistas encuestados, en su totalidad del 100% manifestaron que, los códigos deontológicos son fundamentales para mantener la ética periodística en la ciudad de Guayaquil.

Tabla 10, pregunta 7 ¿Para usted cuáles son los cuatro factores principales que ponen en riesgo la ética periodística?

Categoría	Total	Frecuencia	Porcentaje
Limitado acceso a fuentes informativas		4	57%
Autocensura profesional		4	57%
Influencia de la línea editorial del medio		6	86%
Restricción a la libertad de expresión		2	29%
Intereses económicos o personales del periodista		7	100%
Intereses del medio		5	71%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

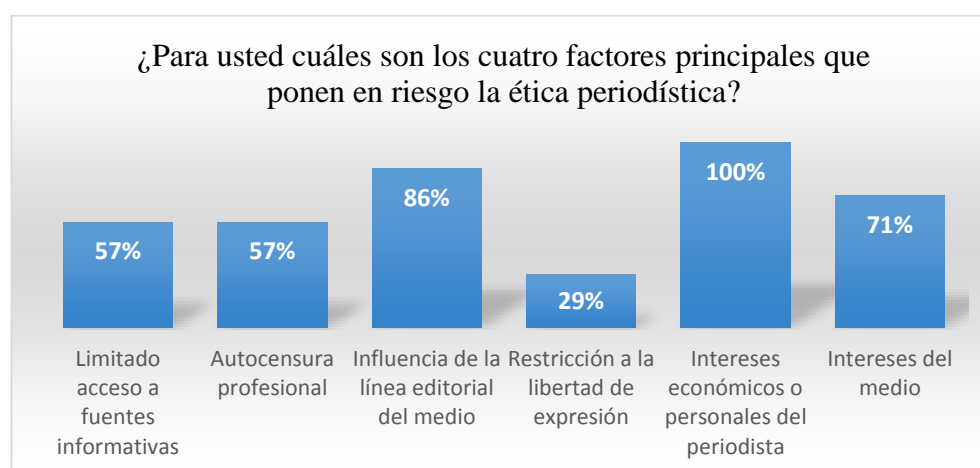


Figura 9 ¿Para usted cuáles son los cuatro factores principales que ponen en riesgo la ética periodística?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: En esta interrogante los periodistas indicaron que, los principales factores que ponen en riesgo la ética periodística son, como primer factor, el 100% seleccionó los intereses económicos o personales del periodista ; el segundo elemento elegido, con un 86%, es la influencia de la línea editorial del medio; el tercer componente escogido, con un 71%, son los intereses del medio; la cuarta causa seleccionada, con un 57% de votación, es la autocensura profesional y el quinto factor seleccionado, con un similar porcentaje al último en mención, es el limitado acceso a fuentes.

Tabla 11, pregunta 8 ¿Considera usted que la formación del periodista es clave en el cumplimiento de la ética periodística?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	7	100%
No	0	0%
Total	7	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

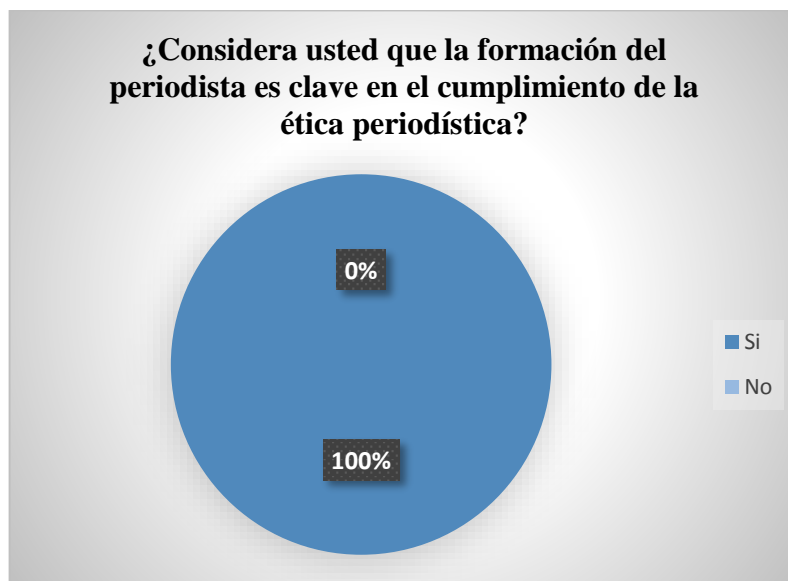


Figura 10 ¿Considera usted que la formación del periodista es clave en el cumplimiento de la ética periodística?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: De los encuestados, en su totalidad el 100% afirman que la correcta formación de un periodista es relevante, para el cumplimiento de la ética periodística.

Tabla 12, pregunta 9 ¿Cree que el periodismo se fortalece a través de la ética al considerarse como un principio inherente a todas las publicaciones en medios?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	7	100%
No	0	0%
Total	7	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

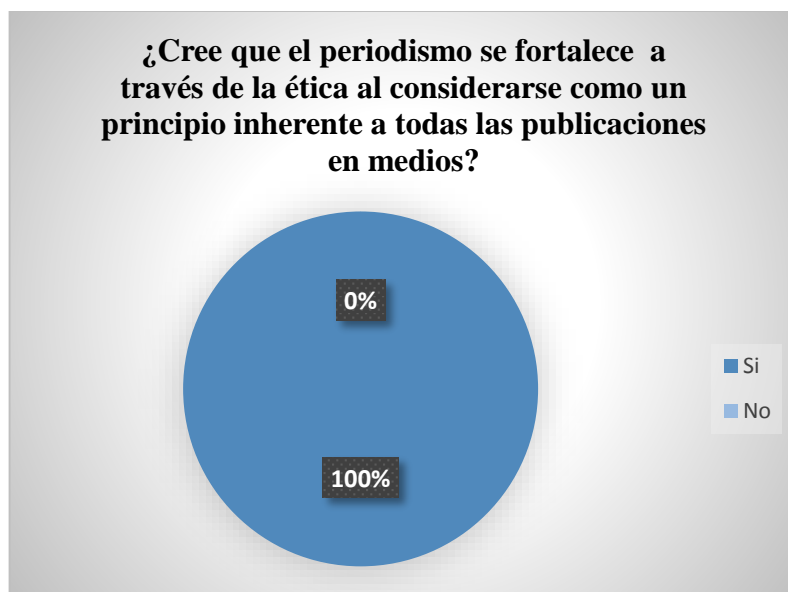


Figura 11 ¿Cree que el periodismo se fortalece a través de la ética al considerarse como un principio inherente a todas las publicaciones en medios?

Elaborado por: Cotera, M (2020)

Análisis: En su totalidad, el 100% de los encuestados consideran que, el periodismo si se fortalece a través de la ética.

Tabla 13, pregunta 10 ¿Cree usted que los códigos éticos que rigen la carrera o formación del periodista deben mejorarse?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	7	100%
no	0	0%
Total	7	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

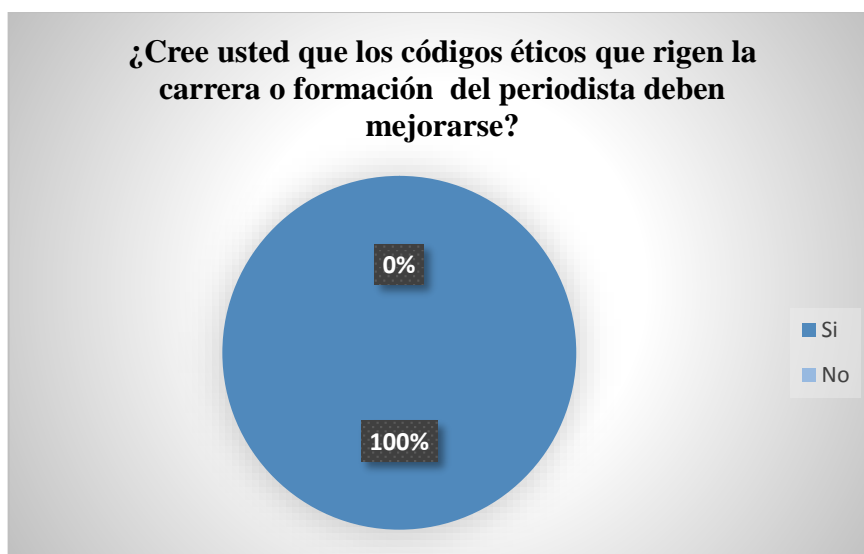


Figura 12 ¿Cree usted que los códigos éticos que rigen la carrera o formación del periodista deben mejorarse?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: El 100% de los encuestados, en su totalidad piensan que, los códigos éticos que rigen la carrera y formación de los periodistas deben ser mejorados.

Análisis de los contenidos digitales de Diario El Comercio

➤ **Publicación del mes de enero 2019**

El mercado laboral registra más informalidad

Diana Serrano y Evelyn Tapia.
Redactora (l)

El 2018 cerró con una reducción del desempleo en el país, pero subió la informalidad.

Dos indicadores muestran esta realidad. El primero es el número de empleados que trabajan en el sector informal.

Al cierre del año pasado, 46 de cada 100 empleados se encontraban en esta condición, más que en el 2017, cuando eran 44 de cada 100.

"La tasa de informalidad del mes pasado es la más alta para un mes de diciembre desde que se tiene información comparable", destacó un análisis difundido ayer por la Corporación de Estudios para el Desarrollo (Cordes).

El segundo indicador que muestra esa realidad es el denominado "otro empleo no pleno". En esta categoría está



• Un grupo de trabajadores informales comercializa agua y bebidas energizantes en el centro de Guayaquil.

bajo, agrega.

En Ecuador, la proporción de empleados con un empleo adecuado; es decir, que trabajan más de 40 horas a la semana y ganan ingresos iguales o superiores al salario básico, disminuyó. A diciembre del 2018, 40 de cada 100 trabajadores tenían un empleo pleno. En igual mes del año previo, 42 accedían a un trabajo de calidad.

Otra razón del incremento del otro empleo no pleno se debe a una mayor demanda de fuentes de empleo por parte de extranjeros, que aceptan laborar aun en condiciones informales, explicó Gabriel Recalde, director del Centro de Estudios de la Política Laboral.

A lo anterior se suma otro hecho: "La gente busca nuevos ingresos para complementar las desmejoras de su empleo o de alguno de los integrantes de su hogar", dijo Byron Villacís, exdirector del INEC.

Ese es el caso de Alexander

Ilustración 1

Fuente: Diario El Comercio

- El hecho noticioso cuenta con varias fuentes que contrastan la información y se complementa con cifras, datos y documentos que afirman la noticia. Además es manejada con ética, profesionalismo y responsabilidad.

➤ **Publicación del mes de abril 2019**

PRIMER PLANO

Ministro de Finanzas inicia gira por Chile y EE.UU.

Redacción Negocios (I)
negocios@elcomercio.com

El ministro de Finanzas, Richard Martínez, realizará una gira por Santiago de Chile y Washington (EE.UU.). El viaje comienza hoy jueves. El objetivo de esta gira, que se extenderá hasta el 14 de abril, es entablar reuniones con representantes del sector público y privado de esos países, para promover un mayor flujo de inversión hacia Ecuador. Además, Martínez viajará para participar de reuniones con multilaterales, informó Finanzas.

Hoy, en su primer día de actividades en Santiago el Ministro participará de la conferencia Ecuador: Destino de Inversiones, que contará con la presencia de potenciales inversionistas de ese país. Expondrá sobre un el modelo económico del país y dará detalles del Plan de Prosperidad.

Además, el titular de la Cartera se reunirá con el ministro de Hacienda de Chile, Francisco Moreno y con representantes de gremios como Sofifa (Sociedad de Fomento Fabril) y la Cámara de Comercio de Santiago. El Instituto de Promoción de Exportaciones ProEcuador y ProChile, firmarán un acuerdo de trabajo.

Mañana está previsto que el Ministro llegue a Washington para participar de las Reuniones de Primavera, que organizan el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional.

El domingo 14 de abril, el Ministro acompañará al presidente Lenín Moreno, en su intervención en el foro Sin dejar a nadie atrás: Empoderando e incluyendo a personas con discapacidad en el desarrollo, un evento organizado por la Asociación Internacional de Fomento del Banco Mundial.

ARCHIVO/EL COMERCIO



Richard Martínez hablará ante inversionistas chilenos.

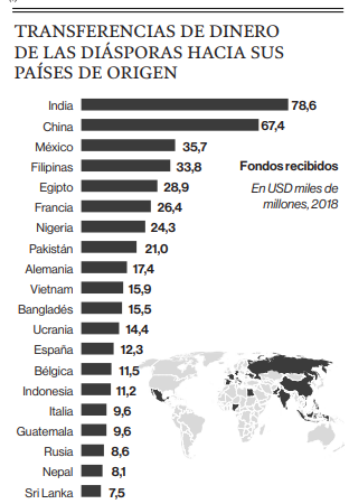


Ilustración 2

Fuente: Diario El Comercio

- La información presenta datos respaldados por las fuentes oficiales entrevistadas para construir la noticia.

➤ **Publicación del mes de junio 2019**

ENTIDADES Tres intendencias zonales ya han sido liquidadas por completo. De los 292 empleados que tenía este organismo a escala nacional solo quedan 84.

La Supercom terminará de ser desmontada a finales de julio

Andrés García. Redactor (I)
politica@elcomercio.com

A finales del próximo mes, la Superintendencia de Comunicación (Supercom) dejará de existir. Ese es el plazo estipulado en el plan de cierre de la entidad, tras la aprobación de las reformas a Ley Orgánica de Comunicación (LOC), que eliminó a este organismo puntivo creado por el anterior Gobierno.

Por el momento, las intendencias de Esmeraldas, Guayaquil y Portoviejo ya fueron liquidadas en su totalidad. Aún resta completar este proceso en las intendencias de Riobam-



En contexto
El Consejo de Regulación de la Comunicación está a la espera de que el Ejecutivo promulgue el reglamento para la aplicación de las reformas a la Ley de Comunicación, que fueron promulgadas hace cuatro meses en el Registro Oficial.

FECHAS CLAVE
➤ **14 de junio 2013**
La Asamblea aprobó la Ley Orgánica de Comunicación. Con

Ilustración 3

Fuente: Diario El Comercio

- El periodista informa los hechos y al mismo tiempo discierne la verdad de la noticia, tiene fuentes y se limita a relatar el acontecimiento sin opiniones. Es así que la práctica profesional del periodista guarda la ética en el manejo de la información.

Encuesta realizada a los periodistas del diario El Universo

Tabla 14 *Distribución porcentual de género*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Hombres	6	60%
Mujeres	4	40%
Total	10	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

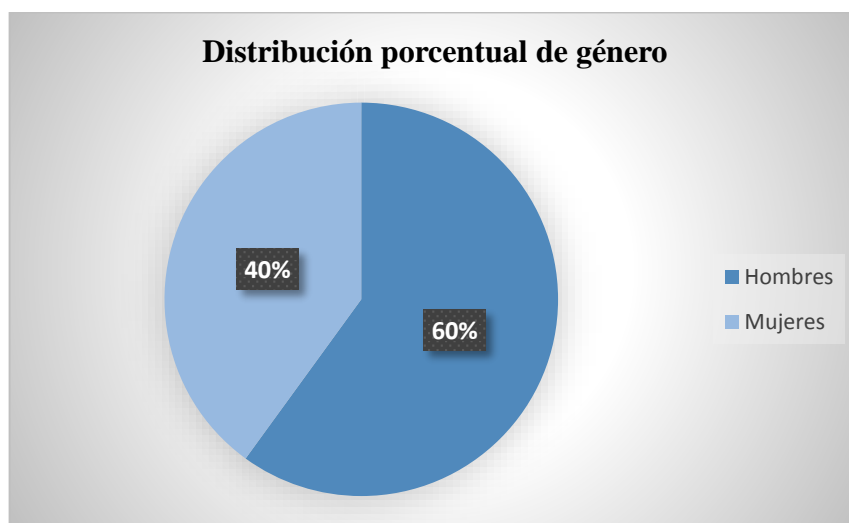


Figura 13 Distribución porcentual de género

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: Esta gráfica representa que, del 100% de los encuestados, el 60% son hombres y 40% restantes son mujeres.

Tabla 15 *Distribución porcentual de Edad*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
20 a 30	3	30%
30 a 40	5	50%
40 en adelante	2	20%
Total	10	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

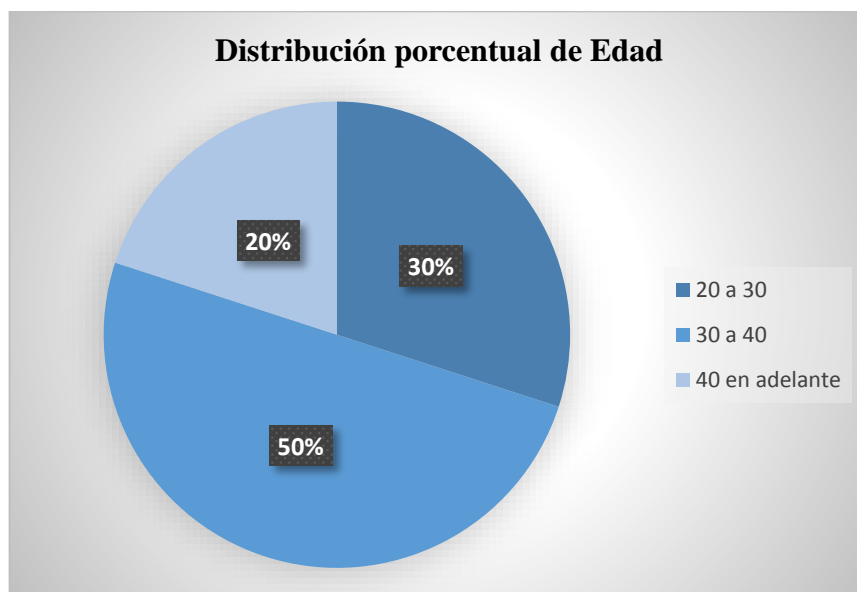


Figura 14 *Distribución porcentual de Edad*

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: Esta gráfica visualiza que, del 100% de los encuestados, el 50% tiene un rango de edad de 40 años en adelante, 30% tienen una categoría de edad entre 20 a 30 años y el 20% restante tienen entre 30 y 40 años.

Tabla 16, pregunta 1 ¿Considera usted que la ética del ejercicio periodístico se encuentra asociado a valores humanos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

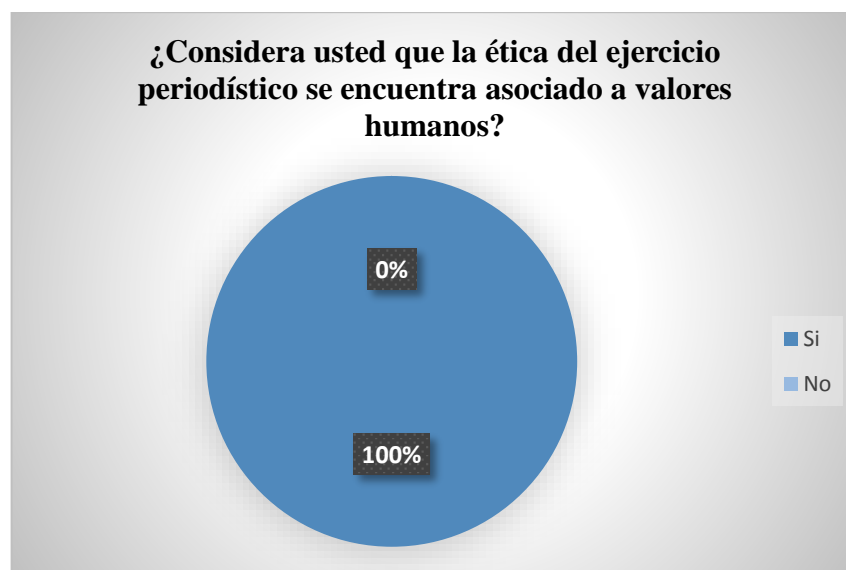


Figura 15 ¿Considera usted que la ética del ejercicio periodístico se encuentra asociado a valores humanos?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: El 100% de los encuestados considera que, la ética periodística está asociada a los valores humanos.

Tabla 17, pregunta 2 ¿Usted cree que la ética en el periodismo es fundamental?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

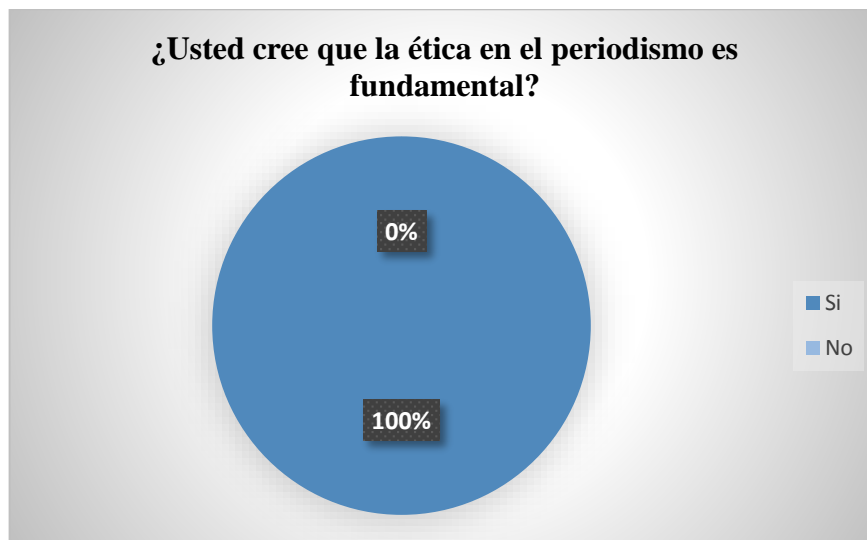


Figura 16 ¿Usted cree que la ética en el periodismo es fundamental?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: Los resultados recogidos en esta interrogante, permiten visualizar que el 100% de los encuestados, piensan que la ética del periodismo es fundamental en el ejercicio periodístico.

Tabla 18, pregunta 3 ¿Cree usted que la línea editorial de su medio de comunicación promueve la ética periodística?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

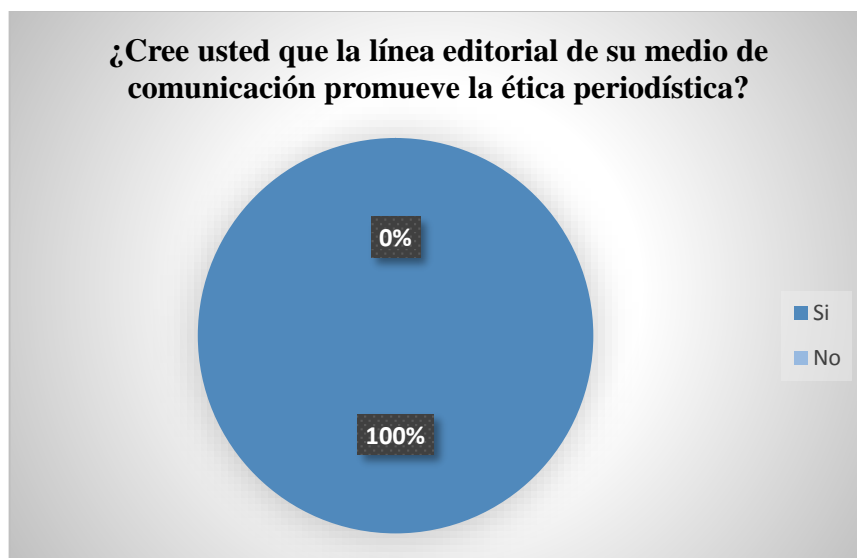


Figura 17 ¿Cree usted que la línea editorial de su medio de comunicación promueve la ética periodística?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: Los resultados evidencian que el 100% de los periodistas afirmaron en su totalidad que, la línea editorial del diario El Universo sí promueve la ética periodística.

Tabla 19, pregunta 4 ¿Usted considera que los medios digitales en el país gozan de buena imagen y credibilidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	4	40%
No	6	60%
Total	10	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

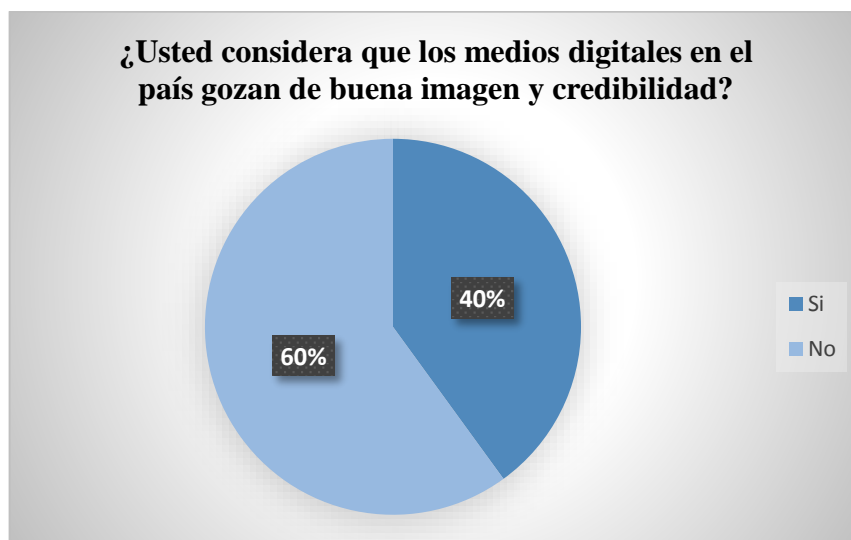


Figura 18 ¿Usted considera que los medios digitales en el país gozan de buena imagen y credibilidad?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: Del 100% de los periodistas encuestados, el 60% de ellos consideraron que, los medios digitales en Ecuador no gozan de una buena imagen ni de credibilidad. El otro 40% indicaron que los medios digitales del país si gozan de una buena reputación.

Tabla 20, pregunta 5 ¿Usted considera que los medios tradicionales en el país gozan de buena imagen y credibilidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	5	50%
No	5	50%
Total	10	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

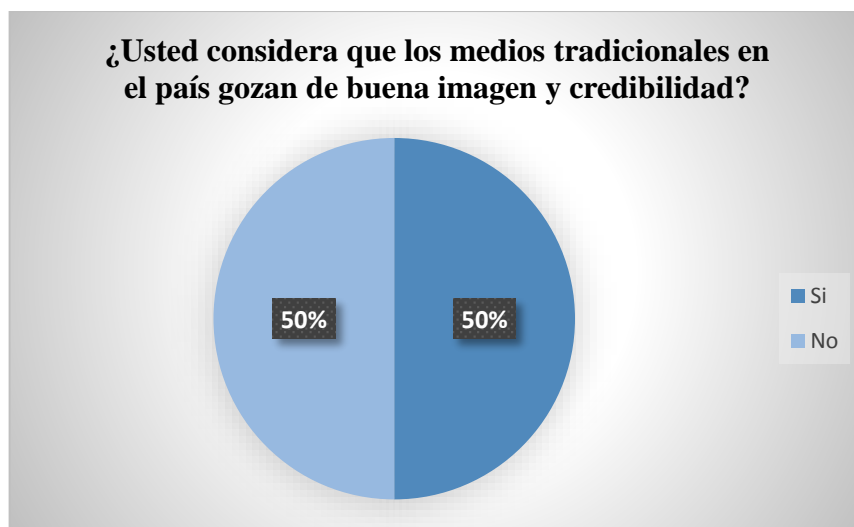


Figura 19 ¿Usted considera que los medios tradicionales en el país gozan de buena imagen y credibilidad?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: En esta interrogante, el 50% manifestaron que, los medios tradicionales sí gozan de una buena imagen y credibilidad. El 50% restante, opina que los medios tradicionales no gozan de una buena imagen ni credibilidad.

Tabla 21, pregunta 6 ¿Usted cree que son fundamentales los códigos deontológicos para preservar la ética periodística en la ciudad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

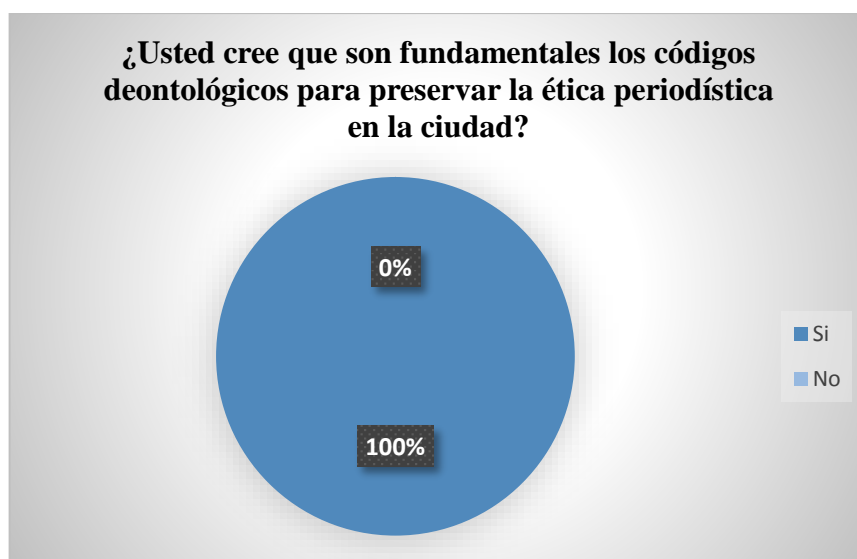


Figura 20 ¿Usted cree que son fundamentales los códigos deontológicos para preservar la ética periodística en la ciudad?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: De los encuestados, el 100% consideraron que, los códigos deontológicos sí son importantes para mantener la ética periodística en la ciudad.

Tabla 22, pregunta 7 ¿Para usted cuáles son los cuatro factores principales que ponen en riesgo la ética periodística?

Categoría	Total	Frecuencia	Porcentaje
Limitado acceso a fuentes informativas		6	60%
Autocensura profesional		9	90%
Influencia de la línea editorial del medio		5	50%
Restricción a la libertad de expresión		4	40%
Intereses económicos o personales del periodista		8	80%
Intereses del medio		8	80%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

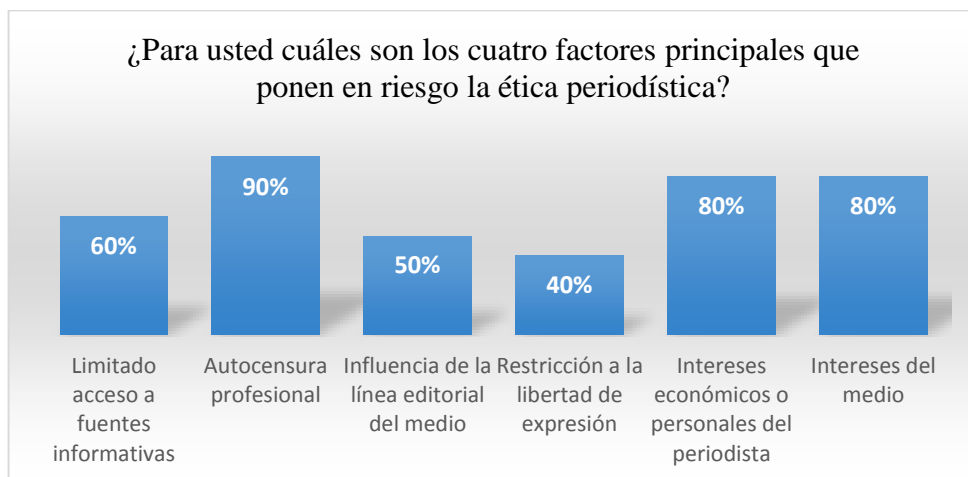


Figura 21 ¿Para usted cuáles son los cuatro factores principales que ponen en riesgo la ética periodística?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: Las personas encuestadas, indicaron que los cuatro principales factores que ponen en riesgo la ética periodística, es la autocensura con el 90%; como segundo factor, el 80% votó por, el interés económico o personales del periodista; como tercer componente, el 80% escogieron, los intereses del medio y como cuarto factor y el 60% seleccionaron al limitado acceso a fuentes.

Tabla 23, pregunta 8 ¿Considera usted que la formación del periodista es clave en el cumplimiento de la ética periodística?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

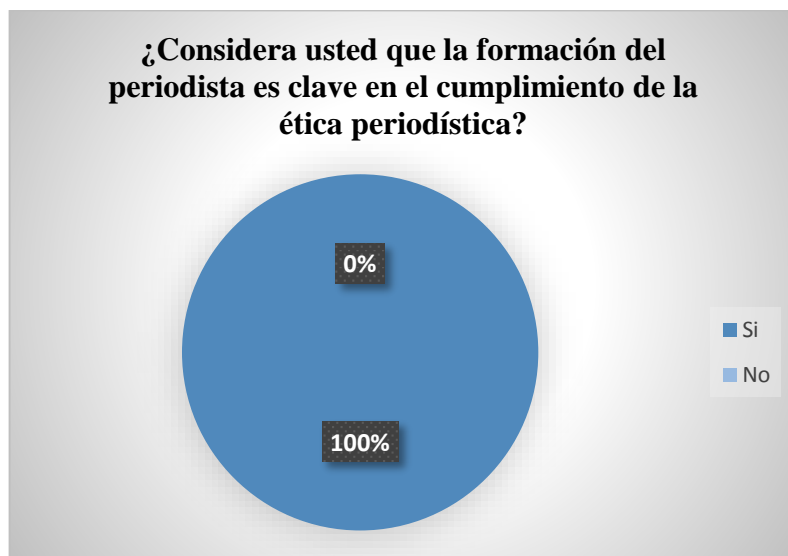


Figura 22 ¿Considera usted que la formación del periodista es clave en el cumplimiento de la ética periodística?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: De los encuestados, el 100% piensa que, la correcta formación de un periodista es relevante, para el cumplimiento de la ética periodística.

Tabla 24, pregunta 9 ¿Cree que el periodismo se fortalece a través de la ética al considerarse como un principio inherente a todas las publicaciones en medios?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

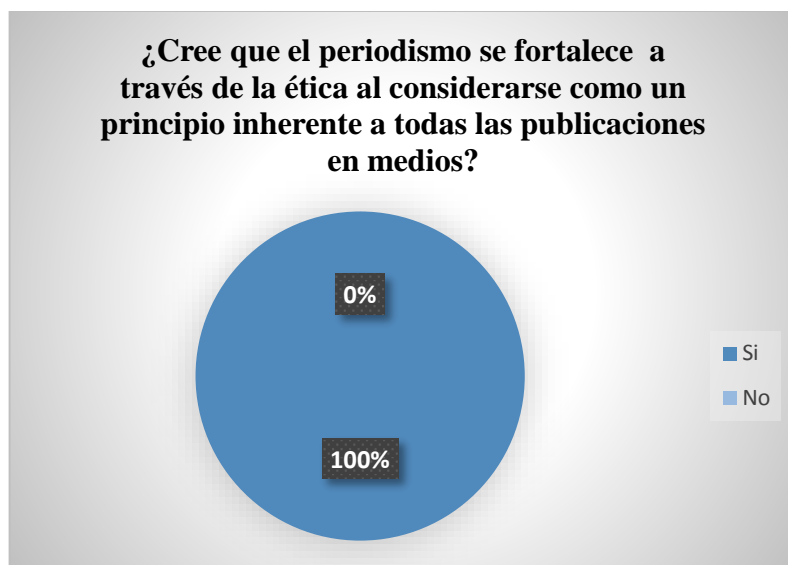


Figura 23 ¿Cree que el periodismo se fortalece a través de la ética al considerarse como un principio inherente a todas las publicaciones en medios?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: En su totalidad, el 100% de los encuestados consideran que, el periodismo sí se fortalece a través de la ética.

Tabla 25, pregunta 10 ¿Cree usted que los códigos éticos que rigen la carrera o formación del periodista deben mejorarse?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	100%
no	0	0%
Total	10	100%

Elaborado por: Cotera, M (2019)

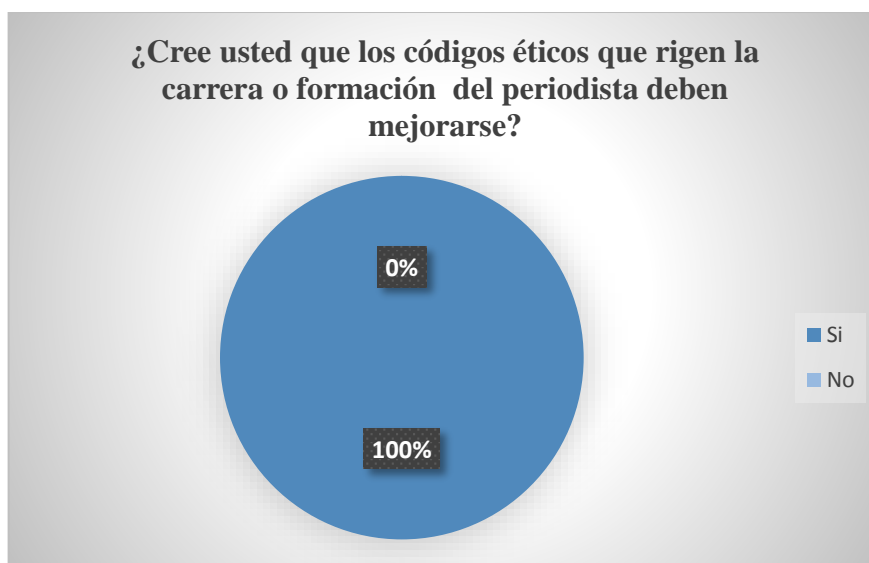


Figura 24 ¿Cree usted que los códigos éticos que rigen la carrera o formación del periodista deben mejorarse?

Elaborado por: Cotera, M (2019)

Análisis: Del 100% de los encuestados, en su totalidad opinaron que los códigos éticos que rigen la formación y la carrera de los periodistas deben ser mejorados.

Análisis de los contenidos digitales de Diario El Universo

➤ Publicación del mes de enero 2019

EL UNIVERSO Juez prohíbe salir del país a exvicepresidenta María Alejandra Vicuña

POLÍTICA | 23 de enero, 2019 - 12h17



Quito -

Actualizado a las 23:50

Prohibición de salida del país y presentación periódica cada ocho días ante el presidente subrogante de la Corte Provincial de Justicia del Guayas es lo que ordenó este miércoles el juez nacional Iván Saquicela en contra de la exvicepresidenta de la República María Alejandra Vicuña, dentro de la instrucción fiscal que durará 90 días por el delito de concusión.

Para la decisión del juez Saquicela pesó la entrega de un **documento por parte de la defensa de Vicuña que hablaba de que ella aún mantiene seguridad presidencial, por haber sido vicepresidenta.**

NOTICIAS RELACIONADAS

Caso Diezmos: María Alejandra Vicuña admite depósitos en su cuenta



Excolaboradora de María Alejandra Vicuña rindió versión en caso "diezmos"



Fiscalía incluye informe de UAFE en caso de María Alejandra Vicuña



Ilustración 4

Fuente: Diario El Universo

- La noticia política sobre la prohibición de salir del país a la exvicepresidenta María Alejandra Vicuña tiene fuentes formales, fidedignas y documentales. El tratamiento del contenido noticioso analizado es ético y responsable por parte del periodista en su ejercicio periodístico.

➤ **Publicación del mes de abril 2019**

EL UNIVERSO Gobierno niega participación en cierre de medio digital Ecuadorinmediato

POLÍTICA | 23 de abril, 2019 - 21h26



El secretario de Contenidos de la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia, **Oscar Montero**, rechazó la noche de este martes, a través de un comunicado, que el Gobierno haya tenido que ver con el cierre del portal digital **Ecuadorinmediato**.

Esto después que el medio publicó en sus redes sociales que había sido cerrado "por orden de la Presidencia de la República".

"Denunciamos al mundo que en las últimas horas sufrimos el cierre y clausura virtual de nuestro medio de comunicación principal, alojado en la página web:

www.ecuadorinmediato.com", se menciona en la cuenta de Facebook del

NOTICIAS RELACIONADAS

Vargas Llosa cree que Ley de Medios de Ecuador es probablemente el peor ataque a la libertad de expresión



Comisión recomendará insistir en Artículo 98 de la Ley Orgánica de Comunicación



Comunicación como servicio público no se eliminó de proyecto de Ley Orgánica de Comunicación



Ilustración 5

Fuente: Diario El Universo

- El manejo ético de la noticia política hace referencia a contar los hechos con la verdad con que se maneja la información, la misma constituye un tratamiento ético, veraz y objetivo.

➤ Publicación del mes de junio 2019

EL UNIVERSO Unos \$ 732 millones están disponibles para financiar obras, dice Banco de Desarrollo

ECONOMIA | 12 de junio, 2019 - 17h17

Quito -



El **Banco de Desarrollo del Ecuador (BDE)** dispone de **\$ 732 millones** para el financiamiento de obras públicas, en el 2019 y que estarían dirigidas, especialmente a los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD). La cifra es 20% mayor en comparación con la que se manejaba en 2018.

NOTICIAS RELACIONADAS

BDE suspende crédito para ampliación de vía Alóag-Santo Domingo



Unos \$ 1.300 millones más prestará la banca pública



Sin embargo, al haber sido un año electoral, la gerencia del Banco está empeñada en realizar reuniones con las autoridades recién electas, a fin de que estas puedan acceder al beneficio del financiamiento.

Así, este miércoles el gerente del BDE, **Carlos Julio Jaramillo**, se reunió con 43 alcaldes y 5 prefectos de la zona norte (Esmeraldas, Carchi, Imbabura, Pichincha, Orellana, Sucumbios y Napo) a fin de presentarles el portafolio de productos y explicarles la metodología para acceder efectivamente a los

rf.taboola.com...

Ilustración 6

Fuente: Diario El Universo

- La investigación económica en la noticia estudiada resalta las cifras con fuentes directas y formales. Desarrolla un contenido responsable sin juicios de valor u opinión lo que, en definitiva las informaciones son manejadas con ética profesional periodística.

Entrevistas a periodistas de medios digitales

Tema: Ética periodística informativa en los procesos de comunicación digital.

Objetivo: Analizar el manejo de la ética en el ejercicio periodístico de los diarios El Universo y El Comercio en la versión digital y su incidencia en la construcción de normativas deontológicas del periodista guayaquileño 3.0.

La entrevista se realizó a Marlon Puertas-Periodista y fundador del portal web “La Historia.Ec”; y a Carlos Jijón-Periodista y Director del portal web “La República.Ec”

3.8. INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

El periodista Marlon Puertas enfatizó que, la ética debe ser generalizada por ello indicó que es necesario crear espacios específicos para desarrollar la ética, para él es una lástima que en Ecuador no exista ninguna organización que fomente la ética periodística; también piensa que ningún gobierno en el pasado y mucho menos el actual está interesado en lo más mínimo en promover la ética al momento de emitir una información y mucho menos tienen la intención de desarrollar la libertad de expresión, además que los gobiernos no han tenido un plan o una organización destinada a la implementación de programas con la finalidad del fortalecimiento de la ética en el ejercicio del periodismo.

En relación con la pregunta de que si él aportaría con una propuesta para el fortalecimiento de la ética periodística en la ciudad de Guayaquil, el entrevistado manifestó que en lo personal él no aportaría en esta medida, puesto que considera que la ética es algo que los periodistas deben tener ya con ellos y que eso no es algo que aprendan en un seminario o en un curso impuesto, ya que siente que así no es cómo funciona la ética, que si se tiene este valor se tiene y si no, no es algo que se pueda enseñar en un par de horas.

Al pensar en el caso hipotético entre el periodista y el medio de comunicación en el que trabajan, les sugiera u obligue a alterar la información de la noticia para que esta favorezca al medio, el entrevistado indicó que los periodistas deben rechazar cualquier intención de manipulación de la información, manteniendo una postura de que el interés particular y la mentira deben ser un indicador para que los periodistas se retiren de medio, a fin de no afectar su carrera. El periodista Carlos Jijón por su parte, nos deja la reflexión de que en el país si existen medios que manejan una ética

impecable y profesional que tiene como base la ética periodística, lo cual es esencial para que el medio aumente su audiencia; él afirma que diario El Universo es un medio que tiene una trayectoria, al realizar un buen periodismo, el cual está fuertemente ligado a la ética periodística.

En cuanto si él considera que el gobierno debe promover la ética informativa y libertad de expresión a través de la ley, afirma que el gobierno no tiene entre sus funciones promover la ética periodística de los medios de comunicación y que no está obligado de ninguna forma a implementar programas o leyes para que la ética sea ejercida. Bajo su criterio estima que es un trabajo neto de los periodistas y los medios de comunicación, es que la ética periodística sea llevada a cabo, que esta es la forma profesional por la cual deben manejarse y que de hacerlo correctamente, el medio seguirá con su trayectoria y conseguirá más audiencia que se base en información veraz y contrastada, sin ningún tipo de manipulación.

Él considera que si un periodista se ve irremediamente obligado a manipular la información y emitirla de tal modo que le convenga al medio para el que trabaja, este periodista debe ser fiel a su ética y al cumplimiento de su trabajo, que así es como se podrá mantener íntegro en su labor. En cuanto al manejo de un ambiente periodístico, considera que la ética debe ser manejada por el medio y periodista en cada noticia difundida hacia al lector.

3.9. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Para realizar ese trabajo se encuestó a una muestra intencional de siete periodistas de diario El Comercio y 10 periodistas de El Universo, seleccionados de acuerdo a su especialidad y al ejercicio del periodismo tradicional y digital; por el estudio realizado se concluye que la mayoría de los encuestados coinciden al opinar que, la ética en el ejercicio periodístico es fundamental ya que se encuentra asociado a valores humanos, asimismo los periodistas de ambos diarios informativos indicaron que la línea editorial del medio de comunicación al que pertenecen sí promueve la ética periodística ya que son medios de trayectoria y credibilidad.

El 52% de los periodistas encuestados manifestaron que algunos medios digitales no gozan de una buena imagen, ni credibilidad en su información publicada, mientras que el 47% de ellos opina que los medios digitales del país sí gozan de buena

imagen y credibilidad ya que se han ganado ese espacio gracias a los años en el ejercicio profesional y su compromiso con la sociedad.

Al analizar los factores principales que ponen en riesgo la ética periodística en el país, el 58% de los encuestados indicaron que se debe al limitado acceso de fuentes informativas, mientras que el 76% dijo que son los intereses del medio y la autocensura profesional, la influencia de la línea editorial del medio también influye como factor dejando como resultado el 64%, el 35% de los encuestados opinaron que el factor es la restricción a la libertad de expresión y el 88% los intereses económicos o personales del periodista.

Por su parte los periodistas entrevistados Marlon Puertas y Carlos Jijón consideraron que es necesario crear espacios específicos para desarrollar la ética periodística, para ellos es una lástima que en Ecuador no exista ninguna organización que la fomente. En relación con la pregunta de que si aportarían con una propuesta para el fortalecimiento de la ética periodística en la ciudad de Guayaquil, los entrevistados manifestaron que en lo personal no aportarían en esta medida, puesto que consideran que la ética es algo que los periodistas deben tener ya con ellos y que eso no es algo que aprendan en un seminario o en un curso impuesto, ya que así no es cómo funciona la ética, que si se tiene este valor se tiene y si no, no es algo que se pueda enseñar en un par de horas.

Al pensar en el caso hipotético que entre el periodista y el medio de comunicación en el que trabajan les sugiera u obligue a alterar la información de la noticia para que esta favorezca al medio, Marlon Puertas indicó que, los periodistas deben rechazar cualquier intención de manipulación de la información, manteniendo una postura de que el interés particular y la mentira deben ser un indicador para que el periodista se retire de ese medio, si no le queda de otra, para no manchar su carrera.

Mientras tanto el periodista Carlos Jijón nos deja la reflexión de que en el país si existen medios que manejan una ética impecable y profesional que tiene como base la ética periodística, lo cual es esencial para que el medio aumente su audiencia, este afirma que el diario El Universo es un medio que tiene una trayectoria impecable, al realizar un buen periodismo, el cual está fuertemente ligado a la ética periodística.

CONCLUSIONES

Los profesionales encuestados en este trabajo de investigación, dan una fiel muestra de que la ética periodística es una base fundamental para ejercer de una manera profesional. Por su parte, los entrevistados consideraron que los periodistas que no estén ligados a este principio de su profesión, están propensos a mancillar su carrera al practicarla con poco profesionalismo.

Las bases teóricas desarrolladas en el presente proyecto de investigación, evidencia que, la información emitida a través de los medios digitales, incide directamente, en la construcción del pensamiento de los ciudadanos de Guayaquil, por este motivo se elaboraron recomendaciones, para que publiquen noticias que se apeguen a la línea de ética periodística.

Según los expertos entrevistados con el objetivo de obtener la primicia, algunos medios dejan a un lado el contraste de la información y la veracidad, lo que en definitiva significa que no todos los medios digitales son éticos al momento de informar a la sociedad.

Sin embargo, en el contenido informativo analizado se observó que los medios estudiados sí cumplen el rol ético periodístico en la construcción de sus notas o noticias. Por su parte los periodistas encuestados indican que los medios digitales no están sujetos a ningún tipo de ley u obligaciones y eso los lleva a ser más responsables a la hora de emitir criterios informativos, lo que significa que antes de subir a su plataforma cualquier tipo de información, ésta primero es contrastada y pasa los filtros de control editorial, para revisar si la fuente que proporcionó la información es confiable.

El manejo de la información por parte de los medios digitales son una extensión de medios tradicionales y para continuar con este rol fundamental en la sociedad de informar, se requiere preservar los principios básicos como periodistas; de buscar la verdad, ser responsables y actuar con transparencia ante la audiencia lectora. De esta manera se puede seguir fortaleciendo el valor de la ética, como principal valor fundamental en el periodista guayaquileño 3.0.

RECOMENDACIONES

Se debe consolidar la formación académica de los nuevos periodistas basados en la ética periodística para que ellos formen una marca personal íntegra y que los medios los tengan como referente de futuras colaboraciones.

Los periodistas profesionales deben anteponer los intereses de la sociedad antes que los de cualquiera; al ser imparciales, informar con veracidad y sin dejarse moldear o manipular por el medio en el que labora.

Los medios deben emitir información contrastada y libre de manipulación, ligada a la ética periodística, la cual no solo es un derecho, sino que ellos como medios están obligados a ser éticos en las noticias que difunden, puesto que esta información puede ser tergiversada en los ciudadanos, y mientras más manipulada este la noticia, mayor es la posibilidad de crear el caos en la ciudad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bianco, G. (2019). Concientización. *CECIES*.

Real Academia Española . (2015). Retrieved from <https://definicionde.org/preconizar/>

Alejos, A. R. (2017). *Principios éticos dy de calidad: Buenas prácticas en la organización del conocimiento*. Lima: Biblioteca Nacional de Perú.

Álvarez, J., & Suárez, C. (2017). Pautas deontológicas para el periodismo digital. *El profesional de la información*, 26(2), 249 - 254.

Amado, A., Oller-Alonso, M., & Baumgratz, M. (2016). *El periodismo por los periodistas. Perfiles profesionales en las democracias de América Latina*. Montevideo: Konrad Adenauer Stiftung. Retrieved from https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=ef1da7ad-6f7a-835e-33bb-41a0798a6885&groupId=252038

Amar, V. (2010). La Educación en medios digitales de comunicación . *Revista de Medios y Educación* , 115 - 124.

Ángel, A. E., & MAr, L. T. (2016). Ética en los emdios de comunicacion: prensa, radio, tv y cine. *Revista Interdisciplinar de Ciencias de la comunicacion y Humanidades* , 347-349.

Arriaza, M. (2016). *Percepción de un grupo de periodistas que laboran en un medio de comunicación escrito sobre la aplicación de la ética profesional en el periodismo*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar .

Asamblea Nacional . (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi: Asamblea Nacional .

Asamblea Nacional. (2013). *Ley Orgánica de la Comunicación*. Quito: Asamblea Nacional. Retrieved 2019, from http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf

Asociación de prensa uruguaya. (2012, Septiembre 26). *Periodismo de calidad y ética profesional una aproximación ba los mecanismos de autorregulación y al análisis comparado de códigos de ética periodistica*.

- Avila, A. (2007, p. 22). *Iniciacion a la Red de Internet*. Retrieved from *Iniciacion a la Red de Internet*: <https://books.google.com.ec/>
- Aznar, H. (2014). Democracia deliberativa. *Ilemata, año 6*, 37-60.
- Barja, L. (2016). *El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Casos El Comercio, RPP Noticias y Epena*. Lima: Universidad Nacional mayor de san Marcos .
- Barrios, R. A., & Zambrano, A. M. (2015). Convergencia digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista. *Anagramas de la Universidad de Medellin*, 221-240.
- Carvajal, J. (2012). *El código de ética periodística y su incidencia en los comunicadores radiales en temas político, provincia Santa Elena*. La libertad: Universidad Estatal Pensínsula de Santa Elena.
- Casasús, J. (2001). Perspectiva ética del periodismo electrónico. *Universidad Pompeu Fabra. Barcelona*(7), 79 - 55.
- Cerbino, M., Chiriboga, C., & Tutivén, C. (2001). *Culturas Juveniles. Cuerpo, música, sociabilidad & género*. Colombia: Convenio Andrés Bello. Retrieved junio 15, 2018, from http://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1424&context=abya_yala
- Chillón, J. (2012). La ética periodística como ética aplicada. *Revista de Filosofía.*, 44, 163 - 183.
- Cobos, T. (2010). Twitter como fuente para periodistas latinoamericanos. *Universidad de los Hemisferios*(73), 120 - 133.
- Comité Ejecutivo Nacional de Federación Nacional. (1978). *Código de ética profesional*. Cuenca. Retrieved 2019, from Comité Ejecutivo Nacional de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador
- Diaz-Campo, J., Chaparro-Dominguez, M. Á., & Segado-Boj, F. (2016). *Ética y Periodismo de datos en los códigos de los medios españoles* . Rioja, España : Universidad Internacional de la Rioja.

- Escalonilla, M. G. (S/F). Periodismo digital: nuevas exigencias para el profesional de la información. *Redes. com N°1*, 61-72.
- Ethical Journalism Network. (2018). *ethicaljournalismnetwork.org*. Retrieved Noviembre Jueves, 2018, from *ethicaljournalismnetwork.org*: <https://ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are/5-principles-of-journalism>
- FUNDAMEDIOS. (2015, Septiembre Viernes). *twitter.com*. Retrieved Noviembre Sábado, 2018, from FUNDAMEDIOS: <https://twitter.com/FUNDAMEDIOS/status/647429065205522432>
- García , J. (2009). La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 102-113.
- García , R. (2015). Representación política y democracia deliberativa. ¿Qué puede significar hoy la participación política? *Estudios Políticos, Universidad de Antioquia*, 47–66.
- García, G. J. (2014). El empirismo y la filosofía hoy. *Suplemento 19 (2014) de Contrastes. Revista internacional de filosofía*, 159-177.
- García, J. (2014). El empirismo y la filosofía hoy. *Universidad de Málaga* , 160-174.
- Gonzalez, J. J., & Rodríguez, I. V. (2017). *Satisfacción de las necesidades informativas: el uso ético de la información*. México DF : Universidad autónoma de México .
- Guzmán, V. (2016). *El periodismo como poder protagonista de cambios sociales. Estudio de casos específicos: Watergate y Wikileaks*. Cuenca: Universidad de Cuenca .
- Hurel, A. T. (2016). *El valor de la ética en el ejercicio periodístico*. Cuenca - Ecuador: Universidad politécnica salesiana.
- Hurel, T. (2016). *El valor de la ética en el ejercicio periodístico*. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana.
- International Center for Journalists. (2018). *Ética Periodística en la era digital* . Washington DC : UNESCO .

- Journalism in the Americas . (2019, Septiembre 26). *Conjunto de guías éticas para hacer periodismo en la web* . Retrieved from file:///C:/Users/user/Documents/propuestas%20eticas/guias_eticas_SPANISH_2011.pdf
- López, G. (2015). Periodismo digital: Redes, audiencias y modelos de negocio. *CALEIDOSCOPIO: Periodismo digital*, 10, 175 -176.
- Martín-Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía* (Quinta Edición ed.). Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Medina, A. (2017). *Herramientas de la planificación estratégica para su aplicación en el ejercicio periodístico de los nuevos medios digitales en el país. Caso portal web del diario El Comercio, de Ecuador* . Quito: Universidad Andina Simón Bolívar .
- Miller, K. H. (2019, Septiembre 26). *Ética periodística. Conceptos y prácticas desde sus actores* . Retrieved from www.derejo.org: <http://www.derejo.org/omar/etica-conceptos.pdf>
- Muñoz , G. (2014). DEONTOLOGÍA PROFESIONAL: LOS CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS . *Universidad Miguel Hernández*.
- Osuna, S., & Busón, C. (2012). Sociedad del conocimiento, Convergencia de Medios. In S. Osuna, & C. Busón, *Sociedad del conocimiento, Convergencia de Medios* (p. 131). Barcelona: Icaria.
- Ramos, J. (2014). *Uso de las herramientas informáticas del periodismo 2.0 y las habilidades del estudiantado de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Ambato* . Ambato : Universidad Técnica de Ambato.
- Redondo, M., Sánchez, P., & Etura, D. (2017). Investigación de la enseñanza ética de los periodistas en España. Análisis bibliométrico y prescripciones formativas aplicadas (2005-2015). *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 235 - 252.
- Reyes, G. L., & Montano, M. M. (2018). *Ética periodística y su percepción en los principales medios escritos El nuevo Diario de Nicaragua y la Nación de Costa Rica por las y los lectores de las metrópolis de ambos países en el primer*

semestre del 2017. Managua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN - Managua.

- Romano, M. J. (2016). *Ética de los Medios de Comunicación. Éticas aplicadas*. Barcelona, España: Colección dirigida por Francisco Torrealba, Editorial Herder S. L.
- Romero, Á. L. (2019, Septiembre 26). *El futuro del periodismo en el mundo globalizado*. Retrieved from file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-ElFuturoDelPeriodismoEnElMundoGlobalizadoTendencia-5073105.pdf
- Rosas, O. (2011). Tecnología y valores periodísticos: Implicaciones de la ética informática para el periodismo digital. *Revista ética de la comunicación a comienzos del siglo XXI*, 1170-1181.
- Rost, A. (2012). *Modelos de uso y gestión de redes sociales en el Periodismo*. Argentina: Universidad Nacional del Comahue.
- Ruiz, F. (2014). *Como entender el periodismo selección de la obra de Wolfgang Donsbach*. Buenos Aires: Fundación Konrad Adenauer Stiftung.
- Salaverria, R. (2015). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Navarra: Universidad de Navarra.
- Santín, M. (2016). Los dilemas éticos del periodismo digital desde la perspectiva de los artículos del defensor del lector de el País. *Palabra Clave*, 19(2), 630 - 659.
- Solórzano, J., & Castro, P. (2013). *Periodistas cuencanos y el uso de las plataformas cibernéticas en prensa, radio y televisión*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Suárez, J. (2015). Aspectos éticos y deontológicos de la actividad periodística online. Su percepción por los profesionales. *Universidad de La Laguna*, 70, 91 - 109.
- Tobón, N. (2018). DERECHO DE RECTIFICACIÓN EN COLOMBIA. *Corte Constitucional*.
- Worldsofjournalism. (2017). *The WJS 2012-2015 Study. Conceptual framework*. Retrieved Noviembre Martes, 2018, from [www.worldsofjournalism.org: http://www.worldsofjournalism.org/research/2012-2016-study/conceptual-framework/](http://www.worldsofjournalism.org/research/2012-2016-study/conceptual-framework/)

ANEXOS

ANEXO 1: Formulario de encuestas

ENCUESTA DIRIGIDA A PERIODISTAS DE GUAYAQUIL

- **TEMA:** ÉTICA PERIODÍSTICA INFORMATIVA EN LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL.
- **OBJETIVO:** Analizar el manejo de la ética en el ejercicio periodístico de los diarios El Universo y El Comercio en la versión digital y su incidencia en la construcción de normativas deontológicas del periodista guayaquileño 3.0.
- **INSTRUCCIONES:**
 1. La encuesta tiene 10 preguntas referentes al tema de tesis.
 2. Haga clic derecho en el casillero según su criterio y se marcará directamente con una **X** el presente cuestionario.

1. ¿Considera usted que la ética del ejercicio periodístico se encuentra asociada a valores humanos?

Sí No

2. ¿Usted cree que la ética en el periodismo es fundamental?

Sí No

3. ¿Cree usted que la línea editorial de su medio de comunicación promueve la ética periodística?

Sí No

4. ¿Usted considera que los **medios digitales** en el país gozan de buena imagen y credibilidad?

Sí No

Si su respuesta es sí, mencione el porqué:

Haga clic aquí para escribir texto.

5. ¿Usted considera que los **medios tradicionales** en el país gozan de buena imagen y credibilidad?

Sí

No

Si su respuesta es sí, mencione el porqué:

Haga clic aquí para escribir texto.

6. ¿Usted cree que son fundamentales los códigos deontológicos para preservar la ética periodística en la ciudad?

Sí

No

7. ¿Para usted cuáles son los cuatro factores principales que ponen en riesgo la ética periodística?

- Limitado acceso a fuentes informativas
- Autocensura profesional
- Influencia de la línea editorial del medio
- Restricción a la libertad de expresión
- Intereses económicos o personales del periodista
- Intereses del medio

8. ¿Considera usted que la formación del periodista es clave en el cumplimiento de la ética periodística?

Sí

No

9. ¿Cree que el periodismo se fortalece a través de la ética al considerarse como un principio inherente a todas las publicaciones en medios?

Sí

No

10. ¿Cree usted que los códigos éticos que rigen la carrera o formación del periodista deben mejorarse?

Sí

No

ENCUESTA DIRIGIDA A PERIODISTAS DE GUAYAQUIL

➤ **TEMA:** ÉTICA PERIODÍSTICA INFORMATIVA EN LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL.

➤ **OBJETIVO:** Analizar los contenidos informativos de los diarios El Universo y El Comercio en la versión digital y su incidencia en la construcción de normativas deontológicas del periodista guayaquileño 3.0.

➤ **INSTRUCCIONES:**

1. La encuesta tiene 10 preguntas referentes al tema de tesis.
2. Conteste con una **X** el presente cuestionario según su criterio.

1. ¿Considera usted que la ética del ejercicio periodístico se encuentra asociado a valores humanos?

Sí

No

2. ¿Usted cree que la ética en el periodismo es fundamental?

Sí

No

3. ¿Cree usted que la línea editorial de su medio de comunicación promueve la ética periodística?

Sí

No

4. ¿Usted considera que los medios digitales en el país gozan de buena imagen y credibilidad?

Sí

No

Si su respuesta es sí, mencione el porqué:

La información se basa en información
verificada y controlada. Además, respeta
los derechos humanos, las audiencias reconocen
la credibilidad del medio El Comercio

5. ¿Usted considera que los medios tradicionales en el país gozan de buena imagen y credibilidad?

Sí

No

Si su respuesta es sí, mencione el porqué:

Por su credibilidad es fundamental.
Mantener la ética tanto en los medios impresos
y plataformas digitales.

6. ¿Usted cree que son fundamentales los códigos deontológicos para preservar la ética periodística en la ciudad?

Sí

No

7. ¿Para usted cuáles son los cuatro factores principales que ponen en riesgo la ética periodística?

- Limitado acceso a fuentes informativas.
- Autocensura profesional
- Influencia de la línea editorial del medio
- Restricción a la libertad de expresión
- Intereses económicos o personales del periodista
- Intereses del medio

8. ¿Considera usted que la formación del periodista es clave en el cumplimiento de la ética periodística?

Sí

No

9. ¿Cree que el periodismo se fortalece a través de la ética al considerarse como un principio inherente a todas las publicaciones en medios?

Sí

No

10. ¿Cree usted que los códigos éticos que rigen la carrera o formación del periodista deben mejorarse?

Sí

No

Los medios deben tener códigos de ética y los periodistas
deben conocerlo y cumplirlo para su cumplimiento
El comercio así lo hace.

ANEXO 2: Entrevistas

FICHA DE ENTREVISTA

Lcdo. Marlon Puertas



1. ¿Usted cree posible hablar de ética en el periodismo de Ecuador?

Yo prefiero siempre que se hable de ética en términos generales, sin crear espacios particulares para una condición necesaria en todas las actividades que desarrollamos.

2. ¿Cree usted que las organizaciones de periodismo en la región fomentan la ética periodística y en especial el diario El Universo y El Comercio?

No conozco ninguna organización que fomente la ética periodística en el país. Y la fundación Gabo, con sede en Colombia, tiene un consultorio de ética que durante muchos años estuvo dirigido por el maestro recién fallecido Xavier Darío Restrepo.

3. ¿Considera que el gobierno promueve la ética informativa y libertad de expresión a través de las leyes propuestas?

Para nada, creo que a ningún gobierno le interesa promover la ética informativa ni la libertad de expresión.

4. ¿Cree usted que el Estado ha implementado planes y programas en función de fortalecer la ética periodística desarrollada en el país desde los últimos años?

Para nada, al Estado no le interesa implementar programas para fortalecer el valor ético en los periodistas.

5. ¿Qué propuestas aportaría para fortalecer la ética periodística en la ciudad de Guayaquil?

Ninguna. La ética no se aprende en seminarios ni cursos. Es una condición humana que, o se la tiene, o no se la tiene. No hay mucho que hacer en ese sentido. Lo que cabe es crear buenos ejemplos.

6. ¿Qué cree usted que deben hacer los periodistas del diario El Universo y El Comercio si se presentara la situación que al momento de publicar información se ven forzados a alterar la información o publicar a conveniencia de algún factor de poder?

Lo que debe hacer cualquier periodista, no solo los de El Comercio y El Universo, es trabajar siempre por la verdad. Rechazar la manipulación, el interés particular y mucho más, la mentira. Y si se pretende imponer eso, no queda otro remedio que abandonar ese lugar.

7. ¿Cómo cree que puede manejarse un ambiente periodístico basado en la ética?
- No tengo ni la más mínima idea. Pero espero que no sea nada parecido a un convento.

8. ¿Puede mencionar algunos indicadores que permitan evaluar el nivel ético del diario El Universo y El Comercio?

No conozco ningún indicador y si lo tuviera, no lo diría.

FICHA DE ENTREVISTA

Abg. Carlos Jijón



1. ¿Usted cree posible hablar de ética en el periodismo de Ecuador?
Sí, en el Ecuador existen medios y profesionales que son éticos, es la base de todo para que la audiencia nos siga y consuma la información.
2. ¿Cree usted que las organizaciones de periodismo en la región fomentan la ética periodística y en especial el diario El Universo y El Comercio?
No he trabajado en ninguno de los dos diarios, pero sigo y leo a diario El universo y realiza un buen periodismo apegado a la ética periodística.
3. ¿Considera que el gobierno promueve la ética informativa y libertad de expresión a través de las leyes propuestas?
El gobierno no tiene entre sus funciones promover la ética, eso es un trabajo de los medios de comunicación y sus periodistas el de ser éticos al momento de informar las noticias.
4. ¿Cree usted que el Estado ha implementado planes y programas en función de fortalecer la ética periodística desarrollada en el país desde los últimos años?
No, porque no es función del estado el de implementar programas sobre el manejo de la ética.
5. ¿Qué propuestas aportaría para fortalecer la ética periodística en la ciudad de Guayaquil?
Es un trabajo de los periodistas y los medios de comunicación, la ética es la materia prima con la que trabajamos los periodistas, es también un elemento muy importante por la credibilidad que debemos tener como

profesionales en el periodismo y si los lectores no creyéramos que estos diarios no fueran veraces no los consumiríamos, es más que claro que la credibilidad periodística es fundamental e incluso para mantener un medio con trayectoria y esta es la que hace que la audiencia nos siga y nos lea. Si no hay ética en los periodistas y en el medio no funciona.

6. ¿Qué cree usted que deben hacer los periodistas del diario El Universo y El Comercio si se presentara la situación que al momento de publicar información se ven forzados a alterar la información o publicar a conveniencia de algún factor de poder?

Eso no funciona, los periodistas y medios de comunicación deben tener la práctica periodística y deben decir la verdad, y si no lo hacen están incumpliendo su trabajo y se hace un daño al mismo medio porque cae la audiencia y desaparecería. La ética es fundamental para la subsistencia de los propios medios de comunicación es por ello que estos medios aún existen y tienen audiencia tanto en el medio digital y tradicional.

7. ¿Cómo cree que puede manejarse un ambiente periodístico basado en la ética?

El ambiente periodístico debe manejarse con ética en cada noticia que se va a dar al lector, antes que nada el medio de comunicación debe ser ético.

8. ¿Puede mencionar algunos indicadores que permitan evaluar el nivel ético del diario El Universo y El Comercio?

No conozco que hayan indicadores de la ética, lo que sí creo es que estos medios son serios en su información, porque el lector se da cuenta que medios dicen la verdad y quienes no lo hacen. Ambos medios son destacados en su trayectoria.