



LA ÉTICA APLICADA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Robert Andrés Casa Torres
MCs. Jeverson Santiago Quishpe Gaibor
rcasa@est.ups.edu.ec
jquishpe@ups.edu.ec
Universidad Politécnica Salesiana

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Robert Andrés Casa Torres y Jeverson Santiago Quishpe Gaibor (2019): "La ética aplicada a los medios de comunicación", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (mayo 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/05/etica-medios-comunicacion.html>

RESUMEN

Los diferentes medios de comunicación como radio, televisión, internet y prensa escrita da a informar los aspectos de impactantes, relevantes en la sociedad que se emiten en los diferentes voceros de información, esto genera cambios importantes para el desarrollo de la sociedad clases, valores éticos y morales que afectan a la sociedad justificando que la información es maquillada de manera que el medio es justificado sin exponer la verdad por un medio lucrativo, la ideología del sistema dominante afecta mucho a la informar al espectador el cambio de información.

A través de los medios de comunicación el comunicador juega un papel fundamental al momento de revelar o dar a conocer una información el espectador espera que la información revelada tienda a ser 100% real y confiable, para comunicador el método de revelar la información tiene un cumplir un sin número de normas encaminadas a la libertad de expresión, a través de sus programas y contenidos, la toma de decisiones de los gobiernos están implícitas por el alcance, impacto en la sociedad una noticia mal informada puede causar.

La libertad de expresión se tiene que cumplir con responsabilidad y honestidad, los voceros de información tienen que reconocer que la ética tiene diversos puntos de vista, según me medio en que se transmita dicha información.

Palabras clave: Noticia, Medios de comunicación, Periodismo, Ética.

ABSTRACT

The different means of communication such as radio, television, internet and the written press give information on the aspects of impact, relevant in society that are issued in the different information spokespersons, this generates important changes for the development of society classes, ethical values and morals that affect society justifying that information is made up so

that the medium is justified without exposing the truth by a lucrative means, the ideology of the dominant system affects much to inform the viewer the change of information.

Through the media the communicator plays a fundamental role when revealing or disclosing information the viewer expects that the revealed information will tend to be 100% real and reliable, for communicating the method of revealing the information has a fulfilled a number of standards aimed at freedom of expression, through its programs and content, the decision-making of governments are implicit in the scope, impact on society, an ill-informed news can cause.

Freedom of expression has to be fulfilled with responsibility and honesty, the spokespersons of information have to recognize that ethics has different points of view, according to how I transmit this information.

Keywords: News, Journalism, Ethics.

1.- INTRODUCCION

Los medios de comunicación que hacen referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso de comunicación, son instrumentos en constante evolución.

Los medios de comunicación son instrumentos en constante evolución. Muy probablemente la primera forma de comunicarse entre humanos fue la de los signos y señales empleados en la prehistoria, cuyo reflejo en la cultura material son las distintas manifestaciones del arte prehistórico. La aparición de la escritura se toma como hito de inicio de la historia. A partir de ese momento, los cambios económicos y sociales fueron impulsando el nacimiento y desarrollo de distintos medios de comunicación, desde los vinculados a la escritura y su mecanización (impresión –siglo XV–) hasta los medios audiovisuales ligados a la era de la electricidad (primera mitad del siglo XX) y a la revolución de la informática y las telecomunicaciones (revolución científico-técnica o tercera revolución industrial –desde la segunda mitad del siglo XX–), cada uno de ellos esenciales para las distintas fases del denominado proceso de globalización. Se debe tener en cuenta su poca pluralidad. [1]

El avance tecnológico y el desarrollo de la televisión hablan comúnmente del código deontológico y normalizador para evitar los contenidos perniciosos en horario infantil, pero las grandes empresas lo ignoran, debido a la basura que hoy en día venden más. En la actualidad la ética brilla por su ausencia en los medios de comunicación, han apostado por el escándalo gratuito, la farándula, dispuesto a generar el rating con fines de lucro, la gestión de la información y contenido televisivo de forma exponencial permitiendo su vinculación e influencia en la sociedad, encontrándonos hoy en un siglo donde la información y contenido han transformado la calidad de vida de los seres humanos.

La sociedad debe tener en cuenta que con el avance de los tiempos los medios de comunicación producen aspectos negativos y positivos respectivamente, afectando principalmente a consumismo de información, por otro lado el aspecto positivo es que existiría

mayor eficacia y eficiencia como resultado del trabajo y así mejorar la vida de la humanidad en tiempo y resultado en muchos aspectos fundamentales como: educación, medicina, deporte. Cumpliendo con diferentes normas principales como:

2.- RESPONSABILIDAD DE PROGRAMAS INFORMATIVOS EN TELEVISIÓN

Etimológicamente hablando la palabra informativos procede del verbo latino informare y del prefijo in, el verbo latino formare lo podríamos traducir por formar producir.

A partir de ahí podemos ver la etimología del sustantivo información, procedente de la latina informatio que significa información, etimológicamente la acción de producir algo en el interior. Y también del adjetivo informativus, a, um, adjetivo de tres terminaciones que unido a un sustantivo, por ejemplo hombre se diría hombre informativo, persona informativa, escrito informativo, y en nuestro caso programas informativos de televisión, y que podríamos traducir en castellano: programa que forma interiormente a una persona o a muchas. [2]

Los escarceos etimológicos anteriores han tenido como fin destacar este aspecto de los programas informativos que, aunque podamos decir que son programas transmisores de noticias, no debemos olvidar que, en última instancia lo que hacen, es influir en el ser de la persona, formándola o deformándola.

3.- ANÁLISIS DE ÉTICA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La televisión y la ética en relación con la información de noticias tiene como referente específico el ente de los derechos humanos, con ampliación social de su contenido de modo que no se considere solamente a todo individuo, pueblo o a toda comunidad cultural en un contexto ecológico, por una serie de tensiones o riesgos relacionados con la seguridad humana, la intimidad, la integridad, la dignidad. [3]

Hablamos de una ética últimamente heterónoma, es decir aquella que califica los actos, en buenos y malos moralmente hablando, por su conformidad o disconformidad con una norma que está fuera del hombre, un acto es bueno si está conforme con esa norma y malo si está disconforme con ella, la norma de la que hablamos es la voluntad del creador de la naturaleza, es bueno aquello que se identifica con el querer de Dios y malo lo que se opone a tal querer.

Por lo tanto es bueno todo aquello que realiza al hombre permitiendo desarrollar todas sus capacidades y malo todo aquello que frustra a ese ser, los programas informativos además de ser morales o inmorales, puedan también ser calificados de legales o ilegales, si están o no de acuerdo con las leyes que regulan estos actos en una sociedad.

Un código deontológico destinado a comités éticos de la investigación para la revisión de procesos tecnificados, y licencias para los diferentes tipos de diseñadores y los usuarios.

4.- LA ÉTICA EN LOS SERVICIOS INFORMATIVOS EN GENERAL:

Contar y cumplir con un código de ética que rijan las actividades del canal de televisión.

Este código de ética debe ser difundido por el canal de televisión de forma que los telespectadores del mismo puedan tener una idea de los principios morales y finalidad que se busca con ese medio.

La ética general exige que cada canal de a conocer la programación del canal así como los horarios de los programas en orden a que los telespectadores puedan discernir cuáles son aptos o no para los niños y adolescentes.

Debe tener mecanismos para brindar información oportuna sobre los cambios en la programación.

Debe estar dotado de medios para que los espectadores puedan establecer comunicación con los responsables y titulares de las cadenas, en orden a solucionar problemas o a recibir sugerencias o quejas, garantizando la privacidad de la comunicación

En los contratos de trabajo que celebren quienes ejerzan la actividad informativa con el titular de un servicio de televisión regirá la Cláusula de Conciencia. En virtud de esta Cláusula de Conciencia todo el que ejerza la actividad informativa tendrá derecho a solicitar la resolución de su contrato o el término de su vínculo laboral cuando hubiese sido conminado u obligado a realizar trabajos contrarios a su conciencia o al Código de Ética establecido por el titular del servicio, así como a resarcir, en el caso de trabajos contrarios al Código de Ética, de los perjuicios causados por la rescisión del contrato.

5.- ÉTICA EN EL DESARROLLO DE PROGRAMAS INFORMATIVOS DE TELEVISIÓN

Donde la ética es la encargada de tener el comportamiento y los valores morales de un ser humano, es una forma de expresar bondad, deber y justicia en el hombre.

La ética ayuda a reflexionar sobre las acciones si son o no correctos, es una guía a la ciencia y la tecnología para el desarrollo correcto del hombre.

La mayoría de los aspectos concretos exigidos por la ética en los programas informativos de televisión podríamos concretarlos en los siguientes cinco puntos, advirtiendo que el ideal sería que quienes juzgasen de estos cinco puntos fueran los telespectadores, algo que, sin embargo, sólo es posible con telespectadores que tengan una postura crítica fundamentada. [4]

VERDAD Y PRECISIÓN

Cuando se dice verdad se dice algo contrario a la falsedad. La verdad puede ser una verdad a medias. No siempre resulta fácil garantizar la verdad de una noticia, sin embargo el difusor de tal noticia o información debe trabajar al máximo como una exigencia de la conciencia moral que tales noticias o informaciones han sido verificadas, cuando tal verificación no ha sido posible lo ético es no dar la noticia o al menos no calificarla como verdadera.

INDEPENDENCIA.

Los informadores deben ser independientes, es un dato, parece que, admitido generalmente, que ningún medio de información es independiente, que todos en más o menos, responden a determinados intereses, bien sean políticos, empresariales, culturales, en este

aspecto quizás lo más independiente sería dejar clara ante la audiencia quienes somos, de quien dependemos, algo que debería estar bien marcado en el Código ético del que hemos hablado anteriormente.

EQUIDAD E IMPARCIALIDAD.

Describir la realidad es la misión principal de los medios de comunicación. En el ejercicio de esta misión, se ha de tratar de buscar la máxima objetividad posible. Debe explicar los hechos de manera transparente tal y como han ocurrido dado que es un mero administrador de un bien ajeno como es el derecho de los hombres y de las mujeres a saber qué pasa, a saber cómo pasa y a saber por qué pasa.

La televisión tiene la posibilidad de presentar la realidad cuando ésta se está produciendo, en muchos casos el uso de la información en directo puede ser un buen medio, siempre que la misma no se presente manipulada en el sentido técnico de la palabra, en este caso la desnuda presentación de la noticia, deja a espectador el juicio sobre la misma.

La mayoría de las historias tienen, al menos dos lados, de ahí que deban ser contextualizadas.

SENSIBILIDAD.

Partiendo de una advertencia clara de que muchas de las noticias, imágenes pueden producir un impacto doloroso en la vida de los demás.

RESPONSABILIDAD

La etimología de la palabra responsabilidad puede orientarnos acerca de esta exigencia ética, la responsabilidad etimológicamente hablando es la capacidad que tiene una persona de dar una respuesta a lo que ha hecho o dicho ante la propia conciencia, ante los demás y sobre todo ante Dios.

6.- PROPUESTAS PARA UNA ÉTICA DE LA RECEPCIÓN TELEVISIVA.

A partir de todo lo anteriormente expresado, la manera que el lector podría tener en cuenta la elaboración de políticas de televisión éticamente orientadas se basa en:

La primera, institucionalizar formas específicas de interacción entre la familia y la escuela tendientes a la instauración y al desarrollo constante de procesos de formación para la percepción crítica y la expresión creativa en relación con los medios de comunicación social, en este sentido juega un papel importante el rol familiar, la educación escolar y en particular los medios de comunicación social en los procesos de formación de la conciencia moral y de los valores éticos, en coherencia con el reconocimiento de la dignidad de las personas y de los derechos humanos. Se hace indispensable una educación para el uso de los medios, y concretamente de la televisión canal Telesur, en el cual intervengan como participantes activos los miembros de la familia padres e hijos educadores de todos los niveles de enseñanza formal y sus educandos. [5]

Por otra parte, promover y dinamizar formas estables y efectivas de organizaciones de usuarios de la televisión y medios de comunicación, para aprovechar responsablemente los espacios de democracia participativa que se van abriendo paso en nuestro país.

Establecer normas de regulación posterior de los contenidos de los medios, respetando la previa autorregulación y la libertad de expresión, pero también determinando sanciones o terminación de las empresas de televisión que emitan mensajes lesivos de los valores y derechos inherentes a la dignidad de las personas y comunidades humanas

7.- APLICACIÓN PRÁCTICA DE LOS PRINCIPIOS ÉTICOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Si bien es verdad que el primer paso en la eticidad de los contenidos televisivos es adoptar parámetros referenciales para una deontología de la televisión, también lo es que el compromiso de ser éticos adquiere un grado óptimo de expresión práctica cuando el código ético es dotado de un cuerpo autónomo encargado de vigilar su debido cumplimiento y sancionar con la fuerza de la publicidad y su difusión pública su eventual infracción. En este campo, la experiencia comparada ofrece soluciones distintas, a cual más de ellas susceptibles de ser puestas en marcha, según la evolución de las prácticas democráticas y su contagio en las formas y modos de actuación de la industria televisiva del país. [6]

En este sentido cabe identificar tres tipos de organismos de regulación deontológica:

1. El tipo paradigmático. Es el tipo ideal porque es el resultado del convencimiento ético voluntario de la industria televisiva, es una forma de autocontrol, en la cual las empresas televisivas constituyen un cuerpo autónomo con atribuciones para hacer cumplir el código deontológico. Este organismo tiene como encomienda cumplir con tres objetivos principales: a) asistir en la aplicación de estándares específicos en materia de deontología televisiva y vigilar la administración del código de ética; b) proveer un espacio dirigido al público para que pueda expresar sus quejas sobre las infracciones al código y brindar respuestas a las demandas de los televidentes, cuando se han agotado los mecanismos directos establecidos en cada empresa televisiva; y c) mantener informadas a las empresas televisivas de problemas sociales emergentes y aportar propuestas para tratarlos televisivamente. El sistema de quejas sobre programas se maneja en forma casi judicial y expedita y la sanción reside en la publicidad.
2. El tipo cuasi paradigmático. Es el tipo posible en democracias intermedias o recientes, el cual se caracteriza por un esfuerzo compartido entre el poder público, la sociedad organizada y la industria televisiva, entre sus principales objetivos se encuentra: a) vigilar el mantenimiento de estándares aceptables en la televisión mediante la aplicación del Código de Estándares Éticos adoptado por la propia industria televisiva; b) atender las quejas y demandas de los televidentes a propósito del código ético; y c) realizar investigaciones en materia de deontología informativa.

3. El tipo restrictivo. Es el último recurso para dotar a la sociedad de una programación basada en estándares éticos, cuya principal crítica reside en que no involucra en la adopción de los códigos y en la vigilancia de su cumplimiento a la industria televisiva ni a la sociedad civil.

Entre sus principales objetivos se encuentran: a) formular y adoptar el código de ética de la industria televisiva; b) vigilar que el código se refleje en la programación de las empresas de

televisión, y c) atender las quejas de los televidentes por infracción a las diversas disposiciones del código de ética. Este organismo es financiado íntegramente por el presupuesto público. Tiene, al igual que los demás entes mencionados, funciones cuasi jurisdiccionales y las sanciones consisten en imponer a la empresa televisiva sancionada la obligación de transmitir la resolución a que haya habido lugar. [7]

10.- CONCLUSIONES

* La televisión promueve desinformación, manipulación, inseguridad, el linchamiento político, encubridores de las masacres y represiones de los gobiernos hacia el pueblo, para hacernos ver solo los aspectos favorables contemplado a la aprobación y verificación de la sociedad no solo con criterios propios, sino también con criterios éticos.

* La ética aplicada a los diferentes medios de comunicación, es un componente clave para el desarrollo del gobierno pues es la base para mantener la integridad y la estabilidad de un pueblo soberano.

* Para la sociedad el contenido televisivo está ligado al compromiso de ser éticos, referenciales para una deontología de televisión con la sociedad.

11.- REFERENCIAS

- [1] M. McLuhan, «BBC Mundo,» 17 12 2016. [En línea]. Available: http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid_6187000/6187203.stm.
- [2] J. R. GONZÁLEZ, «EL PAIS,» 08 01 2008. [En línea]. Available: https://elpais.com/diario/2008/01/05/opinion/1199487612_850215.html. [Último acceso: 19 01 2019].
- [3] C. Sternal-Johnson., «BACHILLER SANSÓN CARRASCO,» 06 10 2014. [En línea]. Available: <https://bachillersasoncarrasco.wordpress.com/2014/10/06/la-etica-en-los-programas-informativos-de-television/>.
- [4] 6. Juan Bravo, «Código de ética de Canal Sur Televisión (CSTV),» 04 01 1995. [En línea]. Available: <http://www.comisiondequejas.com/otras-normas-eticas/codigos/codigo-de-etica-de-canal-sur-television-cstv/>.
- [5] R. H. y. M. C. Keith, «Informe de la Comisión Especial sobre contenidos televisivos,» 15 05 1995. [En línea]. Available: <http://www.comminit.com/la/node/150420>.
- [6] S. C. ZENTENO, «LA ETICA EN LA TELEVISIÓN MEXICANA,» 12 05 2012. [En línea]. Available: <http://iberoblog.blogspot.com/2012/05/la-etica-en-la-television-mexicana.html>. [Último acceso: 19 01 2019].
- [7] G. J.Perez, «Ética y televisión,» *Signo y pensamiento*, vol. 24, nº 1, p. 16, 1994.
- [8] K. Giorgadze, «La iniciativa de comunicación,» 24 05 2002. [En línea]. Available: <http://www.comminit.com/la/node/150420>.