

Director
Fernando Checa Montúfar

Dirección Técnica
César Herrera

Publicaciones
Raul Salvador R.

Editor
Pablo Escandón M.
pescandon@ciespal.net

Diseño y diagramación
Diego S. Acevedo A.

Suscripciones
Isaías Sánchez
isanchez@ciespal.net

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE CIESPAL

Presidente
Édgar Samaniego
Universidad Central del Ecuador

Embajador Alejandro Suárez
Delegado del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio
e Integración

Dolores Santistevan de Baca
Delegada del Ministerio de Educación

Héctor Chávez V.
Delegado de la Universidad Estatal de Guayaquil

Antonio Aranibar
Representante de la Organización de Estados Americanos

Rosa Gonzales
Representante de la Comisión Nacional de UNESCO para los
países andinos

Vicente Ordóñez
Presidente de la Unión Nacional de Periodistas

Roberto Manciantí
Representante de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Wilfrido García
Representante de la Federación Nacional de Periodistas

Fernando Checa Montúfar
Director general del CIESPAL

Revista Chasqui es una publicación del CIESPAL

Miembro de la Red Iberoamericana
de Revistas de Comunicación y Cultura
<http://www.felafacs.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en
Ciencias Sociales y Humanidades
<http://redalyc.uaemex.mx>

Impresión
Editorial QUIPUS - CIESPAL

Todos los derechos reservados.
Prohibida la reproducción total o parcial del contenido,
sin autorización previa. Las colaboraciones y artículos
firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores
y no expresan la opinión del CIESPAL.

Teléfonos: (593-2) 250 6148 252 4177
Fax (593-2) 250-2487
web: <http://www.ciespal.net/chasqui>

Apartado Postal 17-01-584
Quito - Ecuador
Registro I.A.T.S.P.027
ISSN 13901679

personaje



Eliseo Verón: una marca de "estilo"
Sandra Valdetaro
Pág. 4

La formación de los estudios de
comunicación en la Argentina y sus
derivadas como campo disciplinar
Ricardo Diviani
Pág.9

El ocaso del modelo intencional, la
noción de "estrategia discursiva"
desde la sociosemiótica
Natalia Raimondo Anselmino
Pág. 14

Comentarios sobre subjetividades y
digitalización
Sandra Valdetaro
Pág. 19

Notas para el estudio del discurso
político en las sociedades
mediatizadas
Tomás Lüders
Pág. 24

Discursos políticos/discursos
artísticos: enunciación y dimensión
institucional
Mario Carlon
Pág. 29

La mediatización del discurso
académico en los decires de los
ingresantes a la universidad
María Cecilia Reviglio
Pág. 33

La mediatización del sonido y la vida
musical
José Luis Fernández
Pág. 38

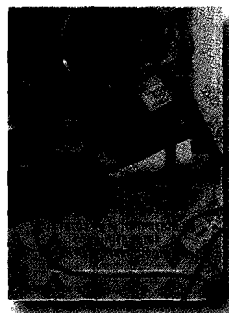
Registro sobre um exercício...
Antonio Fausto Neto
Pág. 42

Tabla de contenidos

portada



ensayos



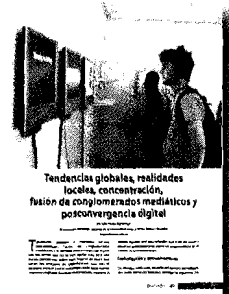
Los retos de la formación de comunicadores en la era tecnológica
Amparo Cadavid
Bringe
Pág. 44



La enseñanza de la Ética Periodística y el autocontrol: convergencias de cinco países andinos
Ma. Luján González
Portela
Pág. 68



Facebook: Entre el cielo y el infierno
Paco Olivares García
Pág. 85



Tendencias globales, realidades locales, concentración, fusión de conglomerados mediáticos y posconvergencia digital
Hernán Reyes Aguinaga
Pág. 49



Estereotipos femeninos en series de TV
David Caldevilla Domínguez
Pág. 73



La fotografía como medio de participación
María Cecilia Pérez Berrocal
Pág. 94



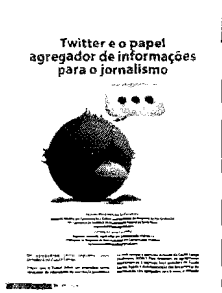
Comunicación radiofónica, usos culturales y construcción de ciudadanía en la post convergencia digital
Claudia Villamayor
Pág. 55



Dibujos animados: Estereotipos de género
Ramón Reig
Dra. Rosalba Mancinas Chávez
Pág. 79



El reto digital para las radios públicas y ciudadanas
José Ignacio López Vigil
Tachi Arriola Iglesias
Pág. 61



Twitter e o papel agregador de informações para o jornalismo
Eugenia Mariano da Rocha Barichello
Luciana Menezes Carvalho
Pág. 84

Bibliografía	98
Actividades del CIESPAL	101



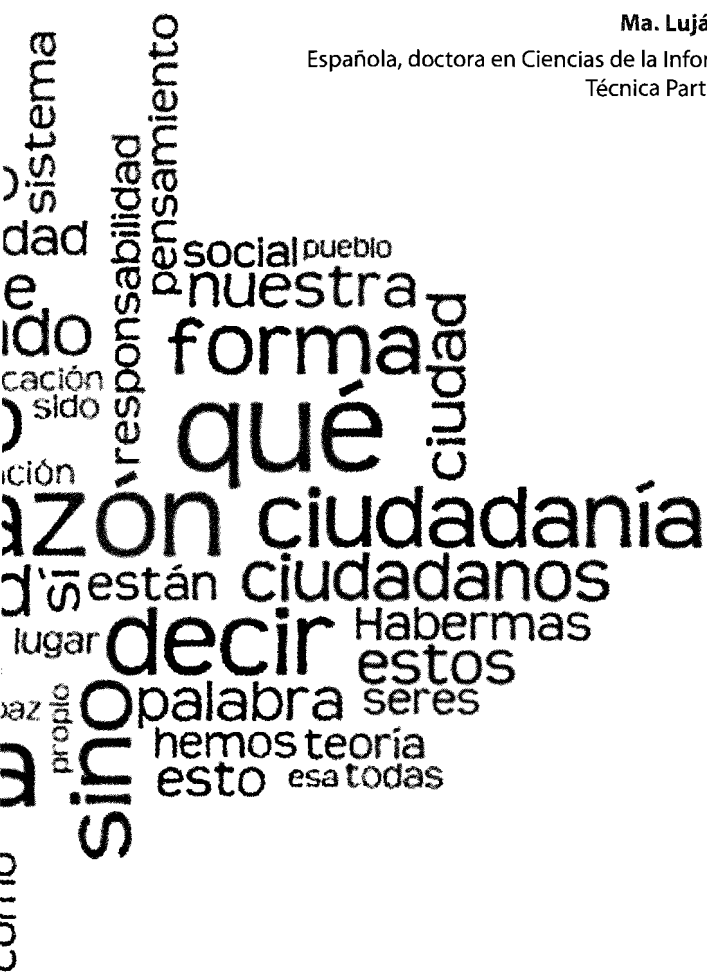
Eliseo Verón:

una marca
de "estilo"

Ética Periodística y el autocontrol: convergencias de cinco países andinos

Ma. Luján González Portela

Española, doctora en Ciencias de la Información y profesora-investigadora de la Universidad
Técnica Particular de Loja (Ecuador).



Una de las cuestiones objeto de preocupación permanente para los estudiosos de la ética de la comunicación y para otros investigadores sociales es la necesidad de conjugar la libertad de expresión de que gozan los medios de comunicación con la responsabilidad que la sociedad está en obligación de exigirles. En la presente investigación, fruto de una tesis doctoral defendida en la Universidad Complutense de Madrid en octubre de 2008, partimos de que el autocontrol o la autorregulación ética, sustentado en el enfoque que aporta el derecho a la información, es la mejor manera de articular esas dos caras de la misma moneda como son la libertad y la responsabilidad de la prensa. La razón es que el autocontrol implica, por un lado, que los profesionales y las empresas periodísticas deciden poner remedio por ellos mismos a sus deficiencias éticas, evitando la iniciativas externas legales o estatales, siempre incómodas y arriesgadas, pero a la vez, y lo que es más importante, empiezan a tener en cuenta los derechos y las opiniones de sus audiencias.

Asimismo, podríamos considerar al autocontrol como fruto lógico de un cambio de paradigma: el paso de una libertad de expresión concebida desde y para la prensa, y entendida como conquista frente al poder, a un concepto de libertad derivada del derecho universal a la información, perteneciente a todo ser humano, y, por tanto, ni prerrogativa ni concesión de nadie.

Con estos presupuestos, esta investigación consistió, fundamentalmente, en dos puntos: el primero, constatar

que el cambio de paradigma que implicó el nacimiento del derecho a la información, en 1948, en paralelo a la teoría de la responsabilidad social, se refleja, en la región andina, en el progresivo desarrollo de mecanismos de autocontrol y en la enseñanza de la ética periodística. En segundo lugar, se buscó comprobar que el grado de avance del autocontrol ético, con el aumento de conciencia profesional y social que ello significa, guarda bastante relación con el nivel de inserción y el enfoque de la enseñanza de la ética periodística en las universidades. En este sentido, partimos de que por su función potenciadora y garantizadora del autocontrol, se puede considerar a la enseñanza de la ética, en sí misma, como un modo más de autocontrol, sumándonos al criterio de autores como Bertrand¹. A esta correlación entre autocontrol y enseñanza de la ética vamos a dedicar este artículo.

A la pertinencia del tema se unen, al menos, otros dos motivos que hacen oportuna esta investigación. En primer lugar, que el campo de estudio haya sido la comunidad andina, a excepción de Bolivia, esto es: Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile; una región en la que no abundan investigaciones especializadas, y sobre todo comparadas, en el campo de la ética periodística y su enseñanza. Por otro lado, la vinculación del desarrollo del autocontrol (deontología, *ombudsman*, observatorios de medios, consejos de prensa, tribunales de ética, consejos de autorregulación publicitaria) con la emergencia de una sociedad civil, en Latinoamérica y en la región andina, que va creciendo en organización, madurez y conciencia de sus derechos. Es decir, que estos mecanismos de autocontrol están favoreciendo la aparición de un público que reclama una mayor atención de los medios a sus necesidades así como la participación en las agendas informativas, como parte de su derecho a la información. De este modo, el autocontrol en la región se está convirtiendo en otro espacio de construcción de ciudadanía y, por tanto, de democracia.

La enseñanza de la ética periodística, como objeto de investigación

Como hemos mencionado, uno de los objetivos propuestos fue analizar el papel que la enseñanza de la ética periodística está desempeñando en la aparición y expansión de mecanismos de autocontrol, incluyendo el resurgir de la deontología, en todo lo cual el público tiene una función cada vez más esencial. Y la elección de este objeto de estudio no es caprichoso. Primero, la materia de ética periodística forma parte de casi la totalidad de los currícula universitarios de las cinco naciones como asignatura obligatoria. Segundo, hay una correlación entre el enfoque de las asignaturas de ética periodística y el grado de desarrollo del

autocontrol en un país. Tercero, es en estos cinco países andinos donde se está dando el mayor auge y expansión del autocontrol en Latinoamérica, excepto Brasil, pionero en el tema.

La investigación implicó dos acciones: en un primer momento, determinar el nivel de implantación de la materia de ética periodística en la currícula universitaria, trabajo que fundamentalmente fue a través de la web y, en algunos casos, contactando a las universidades para solicitar dicha información. En un segundo momento, analizamos el enfoque y los contenidos de la materia de ética periodística. Se trataba de identificar la importancia y atención concedida tanto al autocontrol en sí mismo, como al derecho a la información, como conceptos que materializan o desarrollan la armonización de la libertad y la responsabilidad de la prensa. Para ello, y con la base de datos obtenida en la primera fase, se elaboró y aplicó una encuesta, a través de la web, a los profesores de ética periodística, o materias afines, de las universidades de los países seleccionados, a la vez que se recopilaron los syllabus o programas académicos de dichos profesores. Por la interacción y rapidez que, en un principio, se pensaba que proporcionaría la web y el correo electrónico, se decidió trabajar con todo el universo de facultades y escuelas de comunicación (160), lo que en la práctica dilató más de lo previsto el tiempo de recopilación de información, que abarcó desde enero de 2007 a mayo de 2008. No obstante, creemos que fue un esfuerzo que mereció la pena a juzgar por la abundante y valiosa información obtenida: la respuesta del 74% de los profesores de ética periodística de los cinco países (procedentes de 111 universidades de un total de 151 que disponen de la materia); y la recopilación del 63% de los syllabus (un total de 90 syllabus, entre los cinco países)². Este corpus documental y la metodología de análisis diseñada creemos que dota de importantes herramientas a los estudiosos del tema.

Resultados sobre la enseñanza de la ética periodística

De los datos arrojados por la encuesta y del análisis de los 90 syllabus, nos circunscribimos aquí a los resultados que se refieren al nivel de implantación de la materia y al enfoque y contenidos de la misma. Todo ello refleja la orientación con que se está formando éticamente a los periodistas de la subregión y demuestra la clara contribución de la enseñanza de la ética al desarrollo del autocontrol, con los rasgos comunes que comparten los cinco países y las peculiaridades de cada uno.

Sobre el **nivel de implantación de la materia**, casi la totalidad de los currícula universitarios la contemplan: el 97% en Ecuador; el 95% en Colombia; el 94% en Perú,

el 91% en Chile y el 80% en Venezuela, lo cual implica, en promedio, que el 91,4% de universidades imparten la materia, y de ellas, en el 98% de los casos la asignatura es obligatoria. Este dato habla por sí mismo pues evidencia la importancia que le conceden a la formación ética las universidades de nuestros cinco países en porcentajes muy similares, en menor medida Venezuela. Esto nos permite afirmar que la enseñanza universitaria puede convertirse en un importante espacio de autocontrol, como proceso a largo plazo. De este modo, si se aprovecha bien ese tiempo y contenido curricular, y se articula con el conjunto de la acción formativa, puede ser un medio muy eficaz de acompañamiento del futuro periodista en la permanente labor de hacerse con una recta conciencia moral.

Enfoque y contenidos de la materia.

Tanto en la encuesta como en el análisis de los syllabus se confirma que el enfoque con que se imparte la ética periodística es el de la responsabilidad de la prensa, el del derecho a la información y el autocontrol. La encuesta refleja que, de veinte temas, los valorados con el máximo puntaje (10) fueron: g) 'la responsabilidad de la prensa con la verdad y la exactitud' (74,4%) y b) 'la responsabilidad de la prensa. Deberes de los periodistas y de los medios' (72%), seguidos del a) 'la libertad de expresión' (69,3%) y del ñ) 'la relación de equilibrio entre libertad y responsabilidad de la prensa' (62%). Además, tomando en cuenta todos aquellos temas valorados de 8 a 10 puntos, vuelven a aparecer en primer y segundo lugar el b) y el g), y en tercer lugar el tema c) 'Derecho del público a la información: el deber del periodista de informar' (88,8%). El tema de los códigos fue el octavo más elegido (79,4%) y el de corrección de errores, rectificación, *ombudsman* y otros mecanismos ocupó una 13ª. posición (69,9%), lo que demuestra que los profesores prefieren centrarse en los fundamentos y diversos aspectos de la responsabilidad y del derecho a la información, más que en el análisis de los tipos de autocontrol, que sería la aplicación de dichos presupuestos teóricos.

Corroborando estos resultados, en la pregunta 14, acerca del enfoque con que se plantea la materia, que exigía escoger solo uno de cuatro opciones, una gran mayoría de docentes, el 71%, se decantó por la perspectiva de la responsabilidad y del derecho a la información, frente a un 20% que prefirió la perspectiva de la defensa de la libertad de expresión. Que solo un 5% escogiese como enfoque el análisis de las normas deontológicas y de los sistemas de autorregulación refleja lo que acabamos de subrayar acerca de que los profesores prefieren analizar y

profundizar los fundamentos teóricos de la responsabilidad de la prensa.

Por otro lado, a través del análisis minucioso de los 90 programas de ética periodística se constató que éstos también contemplan ampliamente el enfoque de la responsabilidad, derecho a la información y autocontrol. El estudio consistió en analizar cada programa a la luz de dicha perspectiva, que previamente fue desglosada en una matriz de cinco criterios y 22 subcriterios, verificando la presencia de éstos en los syllabus³. La tabla siguiente resume los resultados del análisis:

Criterios del enfoque de la responsabilidad de la prensa, derecho a la información y autocontrol	Porcentaje (promedio de los cinco países)
1: La misión del periodismo es servir al Derecho a la Información (DI)	45 %
2: La condición para verificar el DI es la libertad (libertad al servicio del DI, libertad responsable, independencia)	92 %
3: El deber fundamental del periodista es decir la verdad	63 %
4: El límite fundamental del DI es la persona	70 %
5: Existencia de mecanismos de autocontrol (como garantía	84 %

Aunque a primera vista el tema del Derecho a la Información y la expresión literal 'derecho a la información del público' parece el menos tratado de los cinco criterios, el sentido del mismo se desarrolla con amplitud en los otros criterios a través de algunos temas recurrentes de los syllabus: la persona humana y su dignidad; la libertad limitada por esta dignidad y por el bien común, la relación libertad-responsabilidad y la necesidad del autocontrol. Prueba de ello es que el tema del autocontrol esté presente en el 84 % de lo syllabus y el de una libertad responsable en el 92%.

Enseñanza y desarrollo del autocontrol

Estos resultados guardan relación con el contexto periodístico de los países andinos estudiados, que están asistiendo a un resurgimiento de su deontología, y al nacimiento, desde fines del siglo XX, de nuevos mecanismos de autorregulación para promover la responsabilidad de los medios y la participación, en esta misión, del público. El caso sintomático lo presentan Perú y Chile, en donde es destacable la extensión y la profundidad que tiene la asignatura de ética. A la vez, son los países, de los cinco, con una deontología y autorregulación más desarrollada. Chile, con el Consejo de Ética de los Medios de Comunicación Social (1991) y

el Tribunal de Ética del Colegio de Periodistas (1999), que actualizó su código de ética en diciembre de 2008; Perú, con el Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana (2000) y con la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social (1999), y país con el mayor número de códigos éticos periodísticos de ámbito nacional (6). Además hay que mencionar que ambos países cuentan con consejos de autorregulación publicitaria (CONAR).

Por su parte, Colombia y Venezuela también tienen un buen desarrollo deontológico, y junto con Ecuador son de los pocos países del continente que cuentan con la figura del *ombudsman*. Colombia tiene defensor del lector en varios diarios como *El Tiempo* (1990) y es la pionera en tener defensor del televidente (1989). En Ecuador, el diario HOY tiene *ombudsman* desde 1993 y cuenta incluso con un Estatuto del Defensor. A ello se añade la reciente expansión de observatorios de medios en Colombia y, aunque en menor medida, en Venezuela y Ecuador.

Todo ello nos permite identificar un paralelismo entre el nivel de implantación y orientación de la materia de ética periodística y la expansión del autocontrol en estos países.

Tres conclusiones últimas


La fructífera interrelación entre la enseñanza de la ética y el desarrollo del autocontrol en la región andina la podemos sintetizar en tres aspectos. En el campo académico, la enseñanza de la ética periodística se está convirtiendo en un espacio privilegiado para investigar en los fundamentos de estos mecanismos y para promoverlos; a la vez, a medida que el fenómeno del autocontrol se va expandiendo y consolidando se convierte en objeto obligado de estudio.

En el segundo aspecto, hay que considerar la enseñanza de la ética como una forma de autocontrol en sí misma. A través de la enseñanza universitaria de la ética, por la cual pasan el 91,4% de los alumnos de Comunicación Social/Periodismo de los cinco países estudiados, se está contribuyendo en buen grado a formar la conciencia profesional de los futuros periodistas, que es, en último término, la instancia donde éstos se juegan las decisiones diarias y a través de las cuales se van forjando un determinado *ethos* o carácter moral profesional. Aquí radica, a nuestro parecer, la eficacia de la enseñanza de

la ética periodística como mecanismo de autocontrol a largo plazo.

En un tercer aspecto, la enseñanza, al aumentar la cultura ética del cuerpo de periodistas, que también podríamos llamar capital ético, es una garantía para la eficacia de los otros mecanismos de autocontrol como los códigos éticos, el *ombudsman*, los consejos de prensa, las comisiones o tribunales de ética y los observatorios. De hecho, sin profesionales convencidos de la necesidad ética de equilibrar su libertad con la responsabilidad contraída con el público, los mecanismos de autocontrol no serían más que declaraciones de buenas intenciones o meras estrategias de marketing, llamados a desaparecer más tarde o más temprano.

Dado todo lo anterior y que, a la vista de su implantación, la enseñanza de la ética es sentida como una necesidad para la formación de periodistas, es obligación de las facultades y escuelas de Periodismo no solo mantener ese espacio curricular, sino fortalecerlo. Sin ignorar que la formación ética no se puede circunscribir a un espacio curricular determinado sino que en ella intervienen todas las áreas y actividades del plan de estudios, tema objeto de trabajos posteriores, creemos que el campo específico de la asignatura de ética periodística es el espacio privilegiado para ello.

Añadamos a todo ello, como epílogo, la vinculación del autocontrol y, por ende, de su enseñanza en las aulas, a un fenómeno esperanzador y desafiante: la emergencia, en la región andina, de una sociedad civil cada vez más madura y el desarrollo de vías para su participación, sobre todo en los procesos de comunicación. Esto indica la creciente sensibilidad de las audiencias con sus derechos y de la comprensión de que actualmente los espacios de comunicación, tanto de los medios tradicionales como de los comunitarios, así como de los propiciados por las TIC's, son los escenarios privilegiados para construir lo que se está denominando como esfera pública comunicativa de la democracia. Para lograrlo, es una exigencia la cooperación entre todos: ciudadanía, medios públicos y privados, periodistas y academia. Una forma muy concreta de articular este trabajo conjunto son precisamente los mecanismos de autocontrol, como modo idóneo de participación del público y de su transformación en una ciudadanía mediática activa. 

1. Claude-Jean Bertrand incluye la educación universitaria como un 'modo de asegurar la responsabilidad social', expresión que él empleaba para referirse a los mecanismos de autocontrol. Cfr. Claude-Jean Bertrand (1999): *L'arsenal de la démocratie. Médias, déontologie et M*A*R*S*. Paris, Economica, p. 8.

2. Hay que mencionar que en Perú, la aplicación de la encuesta y la recopilación de syllabus fue, en buena parte, realizada por la Dra. Rosa Zeta, de la Universidad de Piura. En Chile, fue de un importante

apoyo el profesor Mario Urzúa, de la Universidad Católica Santísima Concepción.

3. Esta metodología está desarrollada en el cap. VI de la tesis doctoral mencionada: González Portela, María Luján (2008): *Libertad y responsabilidad de la prensa en el autocontrol y la enseñanza de la ética de cinco países andinos*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, pp. 249-260. [inédita]