



APLICACIÓN DEONTOLÓGICA EN EL PERIODISMO

Cristina Fernanda Tamay Clavón¹

Estudiante Investigador de la Universidad Politécnica Salesiana (Quito-Ecuador),
ctamay@est.ups.edu.ec,

Jeverson Santiago Quishpe Saibor²

Docente Investigador de la Universidad Politécnica Salesiana (Quito-Ecuador),
jquishpe@esdu.ups.ec,

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Cristina Fernanda Tamay Clavón y Jeverson Santiago Qishpe Gaibor (2019): "Aplicación deontológica en el periodismo", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (diciembre 2019). En línea:
<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/12/aplicacion-deontologica-periodismo.html>

RESUMEN

En la presenta investigación se conocerá y explicara de manera más como inicia el PERIODISMO, desde sus inicios y como ha estado evolucionando a lo largo de la historia para ser considerado como la voz del pueblo.

El periodismo es visto de forma ofensiva para las personas y para los gobiernos en turno, pero en realidad lo que el periodismo quiere hacer entender a sus lectores es una forma más adecuada de ver la información que la información llegue al receptor final de una manera concisa y sin traslapes con esto la información debería ser transparente y no estar involucrada en hechos polémicos. La libertad de expresión es información de lo que sucede realmente, sin embargo, los dueños de medios hacen y deshacen lo que les viene en ganas e imponen a los periodistas sus censuras de determinada información, pero además quien los regula a ellos para evitar lo que tú dices. Las regulaciones son mal interpretadas según los dueños o los líderes de los medios de comunicación el periodismo solo tiene por objetivo imponer un información veraz y responsabilidad para que sus lectores sepan cual es la realidad del interés que pueden estar sucediendo en este momento así se podrá crear un sistema donde la información no se burla y dogmatizada por la sociedad: el periodismo lo único que haces es crear interés propios y veracidad de la información.

Entonces todos debemos estar en acuerdo que se tienen que informar y denunciar los abusos del poder Estatal, pero también los abusos del poder económico empresarial.

Palabras Clave: *Periodismo, Violencia, Credibilidad, Antivalores.*

ABSTRACT

In the present investigation, it will be known and explained in a more way how JOURNALISM begins, from its beginnings and how it has been evolving throughout history to be considered as the voice of the people.

¹ C.Tamay, Estudiante, Ingeniera Mecánica, 10mo Semestre, Universidad Politécnica Salesiana

² J. Quishpe, Docente, Universidad Politécnica Salesiana

Journalism is viewed offensively for people and for governments in turn, but in reality what journalism wants to make its readers understand is a more appropriate way to see the information that the information reaches the final recipient in a concise way and without overlapping with this the information should be transparent and not be involved in controversial events. Freedom of expression is information of what actually happens, however, media owners do and undo what they want and impose on journalists their censorship of certain information, but also who regulates them to avoid what you say. The regulations are misinterpreted according to the owners or leaders of the media. Journalism only aims to impose truthful information and responsibility so that its readers know what is the reality of the interest that may be happening at this time so it can be created a system where information is not mocked and dogmatized by society: journalism, all you do is create your own interest and accuracy of information.

Then we must all agree that they have to report and denounce the abuses of State power, but also the abuses of corporate economic power.

Keywords: Journalism, Violence, Credibility, Anti-variant.

1. HISTORIA

Tenemos que la comunicación es esencia de la humanidad, el motor que alienta a la expresión del desarrollo del hombre y la sociedad en que nos vemos rodeados. (Historia, 2010).

La evolución de la comunicación siempre ha estado basada en intentar superar la rapidez, forma y facilidad de hacer llegar el mensaje al receptor. Creo que todavía queda muchísimo por descubrir, sobre todo en temas de velocidad y posibles comunicaciones planetarias. Esto se relaciona con una información veraz. (Comunicación, 2011)

La historia de la comunicación empieza con el nacimiento del lenguaje. Al lenguaje es considerado como una habilidad genuina de los seres humanos. Entonces empezó como una necesidad de transmitir a los demás lo que querían expresar. Paso a paso la civilización fue adquiriendo más conocimientos acerca del amplio universo que les rodea, se destacaron y su perspicacia los convirtió en una civilización más preparada. La cuna de la civilización data de los egipcios personas con un amplio estándar de perfeccionen todo lo que realizaban la comunicación fue parte fundamente en el crecimiento y diseño para su imperio. (Lifeder.com, 2009)

2. TIPOS DE COMUNICACIÓN

a) Comunicación Verbal

Comunicación verbal es la elaboración de fonemas que los seres humanos utilizamos para manifestar nuestros pensamientos, deseos mediante el habla y la expresión. Mientras que la comunicación no verbal es la que se utiliza un lenguaje mímico que es basado en señas. (Comunicacion, 2013)

Independientemente del tipo de comunicación se puede realizarse de 2 formas oral (palabras habladas, silbidos, llantos, risas) o escrita Cada uno puede tener una interpretación, pero lo más importante es:

- Conocer de lo que se está hablando.
- Reunir ámbitos puntuales
- Ser prolijo
- Tener las ideas y pensamientos ordenados.

b) Comunicación no Verbal

La comunicación no verbal es la primera forma de comunicarse que adopta el ser humano, por ejemplo, un bebé no sabe comunicarse y comienza a llorar, el llanto no es una palabra, pero vale como forma de comunicación.

Luego los gestos sirven para demostrar fácilmente las emociones, los gestos faciales, sonrisa, entrecejo fruncido, ojos medio cerrados, etc. Y además los ademanes que haces con las manos mientras hablas. La comunicación no verbal se mantiene aun cuando aprendes a comunicarte con palabras, porque los gestos sirven para darle énfasis a las palabras. La mayoría de la gente usa la comunicación gestual al mismo tiempo que habla y cuando está mintiendo o diciendo cosas que no sabe, su comunicación gestual lo demuestra porque ninguna persona aprende a mentir con los gestos ya que no lo han practicado de niños. Solo tal vez los buenos actores pueden hacer eso. Un individuo puede decidir no hablar, o ser incapaz de comunicarse verbalmente, pero todavía sigue emitiendo mensajes sobre sí mismo a los demás por medio de su cara y de su cuerpo. (Ecuared, 2014)

c) Comunicación Grafica

La comunicación gráfica, se encarga de transmitir un mensaje con determinada intención de manera visual, que permita impactar y a la vez genere un cambio consciente en el receptor de dicho mensaje ; para llegar a ello, es necesario pasar por un proceso creativo que involucra una serie de pasos: como la investigación, recolección de información, interpretación, la traducción semiótica y pragmática, según el contexto socio cultural, la etapa de votación, la generación de propuestas y el prototipado, presentación de resultados y soluciones al problema previo que finalmente se publicará en alguno medio, bajo una

estrategia de mercadeo, basada en un objetivo comunicacional, la intención, el cómo, el cuándo, el por qué el dónde y el destinatario, según aspectos como su personalidad, su edad, su profesión, sus gustos y disgustos entre muchas otras variables que determinan el plan de acción de la estrategia. (Teico, 2015)

3. PRENSA ESCRITA

La prensa escrita es el conjunto de publicaciones impresas en papel que tienen como objetivo informar y comprender al público que no es prensa. En prensa escrita se puede encontrar de todo desde la minúscula noticia hasta el más gran acontecimiento del mundo y universo de todo tipo. Los periódicos de información diaria conforman la variedad de prensa escrita a mayor escala. Se publican a diario y ofrecen información general sobre temas como política, sociedad, deportes, cultura, y carácter comico. (Hiru, 2003)

Existen también publicaciones más espaciadas en el tiempo (semanal, mensual) especializadas en todo tipo de temas: corazón, motor, salud, naturaleza, cine, medicina

4. TIPOS DE PRENSA ESCRITA

Para establecer una tipología de los medios escritos (periódicos y revistas) se emplean criterios variados. A efectos de lo que interesa a una asociación nos fijaremos en dos de ellos: los contenidos y su área de difusión; ambos tienen mucho que ver con el público al que la asociación quiere dirigirse. (Educarchile, 2002)

Según los contenidos

- **De información general:** cubre todos los aspectos de la actualidad y está dirigida a todo tipo de público B.
- **Especializada:** abarca un solo ámbito temático o un tipo de público definido por alguna característica común (edad, sexo, profesión, afición.).

Según su área de difusión.

- **Local:** su difusión se restringe a un barrio, a un municipio a una comarca o a una provincia.
- **Regional:** se difunde en un área geográfica mayor, como una o varias comunidades autónomas.
- **Nacional:** cubre el territorio del estado.
- **Internacional:** se publica en más de un país. (Escrita, 2016)

5. TIPOS DE PERIODISMO

Persuasión y halago, oral, escrito, oral, gráfico y visual, de la indagación en cualquiera de sus formas y variedades. Es una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad. (Slideshare, 2006)

- **Periodismo turístico:** Este periodismo tiende a informar sobre lo relacionado con las superestructuras, la planta y la infraestructura turística, sobre el acontecer en los diferentes destinos turísticos y sobre la realidad que viven turistas, poblaciones locales, gobiernos y empresas. También denuncia o investiga aquellos hechos donde los derechos de los turistas o de las comunidades receptoras pueden verse avasallados. (Periodismo P. , 2000)
- **Periodismo ambiental:** Es la especialidad periodística que se ocupa de la actualidad y la información relacionada con el medio ambiente, la naturaleza
- **Periodismo cultural:** periodismo cultural, define el periodismo cultural como la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación con los cuales, pretende promocionar eventos cuya esencia sean las artes y la artesanía. (Contrapeso, 2007)
- **Periodismo económico:** Este periodismo orienta a indaga sobre los acontecimientos relacionados con la economía, incluyendo temas sobre finanzas, banca o el mercado bursátil.
- **Periodismo deportivo:** El periodismo deportivo orienta a toda la información de los deportes o eventos más importantes locales, nacionales y/o internacionales en especial el fútbol; muestra las novedades que se relacionan con las diferentes disciplinas deportivas. Las que más se destacan son: fútbol, tenis, béisbol, baloncesto, atletismo, boxeo, voleibol, que acaparan toda la atención de los aficionados por el deporte. (Ehu, 1998)
- **Periodismo social:** El periodismo social es un periodismo que asume su responsabilidad en los procesos sociales.
- **Periodismo de investigación:** Busca revelar hechos de interés oficial a través de encuestas periodísticas que analizan hechos que afecten el bien común, para lo cual se necesita recabar datos, realizar entrevistas, contrastar denunciar o publicar un reportaje. (KnightCenter, 2004)
- **Periodismo radiofónico:** Es una forma de comunicación social que permite dar a conocer y analizar los hechos de interés público utilizando la radio como medio de difusión o transmisión. Se trata de contar todas las cosas que pasan, en el momento mismo de los hechos, con toda la carga informativa o emotiva, y en el menor tiempo posible. (Calameo, 2005)

6. PRESENTE DEL PERIODISMO

Eugenio Espejo es considerado como uno de los máximos exponentes de la cultura latinoamericana. Su vida estuvo caracterizada por su vocación humanista y sus ideas libertarias. Fue médico, estudió filosofía y periodismo.

Es así que la historia mediática del país se remonta al siglo XVIII, cuando en 1750, de la mano de los jesuitas, llegó la primera imprenta. Desde entonces, el uso de la prensa ha sido históricamente monopolizado por la iglesia

Hoy en día, no solo los periodistas, sino todos los ciudadanos pueden opinar y expresar sus manifestaciones libremente, derechos garantizados por la Constitución de la República del Ecuador aprobada por la mayoría del pueblo en 2008 y la Ley Orgánica de Comunicación. (Legado, 2018)

“Las características del buen profesional del periodismo es dotarse de conocimiento adecuado respecto a los temas, mantener una actitud crítica, y contrastar unas opiniones, incluso aquellas con las que personalmente se sienta identificado, con otras que sean contrapuestas y ofrezcan al lector más elementos de juicio con los que mejor comprender la realidad” (Chasqui, 2017)

7. FUTURO DEL PERIODISMO

Como comentábamos anteriormente, el día a día de la ciudadanía estaba cambiando y el concepto de informador lo hacía de forma simultánea. En la mayoría de ocasiones, acorde a las peticiones, necesidades y exigencias de los lectores, receptores, espectadores...El público ha cambiado. Ya no existe ese receptor que tan solo se limitaba a recibir información, cuyas opiniones quedaban obsoletas en una sala de estar, en la cocina o en el bar de la esquina. Quizá podríamos hablar de alguna carta al director muy de vez en cuando, pero nada que ver con el despliegue de opiniones y criterios de los que somos testigos hoy en día. Las personas quieren ser escuchadas y formar parte de los puntos de vista de informadores, expertos y protagonistas; quieren hablar directamente con el protagonista del hecho y que éste conteste; quieren influir en las consciencias de quienes reciben también la información; quieren que el periodista les comunique lo que ellos quieren saber y entender; en definitiva, quieren ser partícipes de nuestra actualidad. (Pais, 2016)

“Los avances tecnológicos y sociales que se están manifestando rápidamente en nuestro mundo, han revolucionado a los medios, pero no sólo ellos han sido afectados por estas olas de cambios las audiencias se han adaptado, han transformado su forma de ver, leer y escuchar.” (Nobbot, 2017)

8. ÉTICA DEL PERIODISMO

Etimológicamente, ética proviene del griego ethos que significa costumbre, carácter, modo de ser a través de los hábitos; y del sufijo ica que significa “perteneciente a”. De esa suerte, en su acepción original y rigurosa, la ética sería la teoría de las costumbres del hombre. En la actualidad, sin embargo, el término ética se concibe como la rama de la filosofía que estudia la bondad, la maldad, la validez, la razón y el juicio de las acciones de los seres humanos. O dicho en palabras de Fagothey: ética es “el estudio de lo que está bien y lo que está mal, de lo bueno y lo malo en la conducta humana”

Otra perspectiva menos maniquea es la que ubica a la ética como una teoría normativa del comportamiento moral de los hombres en sociedad cuyo afán es ayudar a resolver problemas acerca de lo que es justo o debería hacerse. No pocos autores entienden a la ética como una ciencia., por ejemplo, sostiene que su carácter científico reside en que, al igual que todas las ciencias, a la ética le corresponde presentar un paradigma de la conducta valiosa que el ser humano debe realizar.

En esa línea, la ética podría entenderse entonces como una guía de criterios valorativos con fortaleza racional para orientar nuestras acciones hacia virtuosos destinos. Es decir: busca establecer una plataforma valor al que trascienda lo arbitrario del comportamiento humano bajo una luz de raciocinio y en busca de armonía. Ser ético, por tanto, implica buscar en todo momento la excelencia personal y profesional. (Periodismo E., 2019)

“El periodismo es, entonces, una especie de espejo donde se puede intentar entender lo que le pasa al ser humano en cualquier parte del mundo; es una manera de saber qué ocurre en lugares lejanos que no es posible visitar, en las ciudades que ni siquiera sabemos que existen; es, en últimas, la forma más práctica de conocer el mundo y lo que sucede con él.” (Marquez, 2018)

9. ÉTICA AUDIOVISUAL

Con frecuencia, la verdad, la objetividad y la libertad de expresión responsable en los Medios de Comunicación es un constante reclamo a la sociedad. Varios de estos valores han sido, y serán por siempre un tropiezo de la ética informativa. Debemos saber la importancia del impacto y de la evolución de las nuevas tecnologías de la Comunicación social que influye a nuestra sociedad niños jóvenes en todos los campos a nivel que la información capta nuevos sujetos. (Visual, 2013)

10. ÉTICA DIGITAL

Esta se basa en el apego a la veracidad, en la búsqueda de información que sea certera para brindar un mejor servicio informativo a la sociedad. Por ello un ciber medio debe ofrecer información que sea completamente confiable para que el lector pueda creer lo que se le está contando.

El uso de redes sociales como canales de información, implica responsabilidad social; difundir información no es algo que deba tomarse a la ligera, puesto que la mayoría de los lectores usan como referentes las diversas posturas que puedan llegar a notarse. (Utel, 2010)

1. CONCLUSIONES

- ✓ Siempre y cuando sea un periodismo imparcial, objetivo, científico y veraz. No aquella práctica periodística que solo se dirige a la manipulación de la opinión pública mediante mensajes dirigidos a destruir personas o a darle mucha credibilidad a aquellos que no la tienen, y a opiniones de aquellos que mienten deliberadamente en el inmoral juego político, en base a las buenas compensaciones económicas que estos "comunicadores sociales" reciben
- ✓ Hay cosas que no van a cambiar nunca y así debe de ser. El principal reto de comunicar Ciencia sigue estando en dar forma inteligible a los "títulos infumables"
- ✓ Y, por último, contra el rosario de informaciones pesimistas, una reflexión: "Si una empresa va bien, es que ha innovado". Aunque lo normal es que la atención la acaparen las malas noticias, si tu compañía está donde está es gracias a una serie de decisiones acertadas, en la mayoría de los casos innovadoras: Solo hay que buscarlas, y contarlas

11. BIBLIOGRAFÍA

1. Calameo. (23 de 12 de 2005). *Calameo*. Recuperado el 18 de 6 de 2019, de <https://es.calameo.com/books/00019995080f242c11e95>
2. Chasqui. (12 de 9 de 2017). *Chasqui*. Obtenido de <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/469>
3. *Comunicacion*. (2 de 1 de 2011). Recuperado el 18 de 06 de 2019, de <http://www.historiadelacomunicacion.com>
4. *Comunicacion, P. d.* (2 de 1 de 2013). *Proceso de Comunicacion*. Recuperado el 18 de 6 de 2019, de http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/contenido_tiposcom.htm#La%20Comunicación%20Verbal
5. *Contrapeso*. (12 de 8 de 2007). *Contrapeso*. Recuperado el 18 de 6 de 2019, de <http://contrapeso.info/2012/periodismo-definicion-y-tipos/>
6. *Ecuared*. (2 de 6 de 2014). *Ecuared.cu*. Recuperado el 18 de 6 de 2019, de https://www.ecuared.cu/Comunicación_no_verbal

7. Educarchile. (6 de 5 de 2002). *Educarchile*. Recuperado el 18 de 6 de 2019, de <http://ww2.educarchile.cl/Portal.Base/Web/verContenido.aspx?ID=183371>
8. Ehu. (13 de 9 de 1998). *Ehu*. Recuperado el 18 de 6 de 2019, de <http://www.ehu.eus/jiarmentia/doctorado/doctorado2005/tema9.htm>
9. Escrita, P. (3 de 2 de 2016). *Prensa Escrita*. Recuperado el 18 de 6 de 2019, de <http://prensaescritammc.blogspot.com/2009/08/tipos-de-prensa-escrita.html>
10. Hiru. (3 de 2 de 2003). *Hiru*. Recuperado el 18 de 6 de 2019, de <https://www.hiru.eus/es/medios-de-comunicacion/que-es-la-prensa-escrita>
11. Historia. (3 de 10 de 2010). *Conoce la Historia*. Recuperado el 18 de 06 de 2019, de http://conocelahistoria.com/c-ciencias/historia-de-la-comunicacion/#Historia_de_la_comunicacion
12. KnightCenter. (23 de 10 de 2004). *KnightCenter*. Recuperado el 18 de 6 de 2019, de <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-11937-clases-de-periodismo-lanza-manual-de-estilo-digital>
13. Legado, C. (24 de 6 de 2018). *Comunicacion Legado*. Obtenido de <https://www.comunicacion.gob.ec/el-periodismo-en-el-ecuador-tras-el-legado-de-eugenio-espejo/>
14. Lifeder.com. (3 de 12 de 2009). *Lifeder.com*. Recuperado el 18 de 06 de 2019, de <https://www.lifeder.com/historia-comunicacion/>
15. Marquez, F. G. (6 de 3 de 2018). *Fundacion Garcia Marquez*. Obtenido de <https://fundaciongabo.org/es/consultorio-etico/consulta/669>
16. Nobbot. (18 de 10 de 2017). *Nobbot*. Obtenido de <https://www.nobbot.com/firmas/periodismo-futuro/>
17. Pais, E. (26 de 11 de 2016). *El Pais*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2015/04/22/opinion/1429712123_023108.html
18. Periodismo, E. (3 de 7 de 2019). *Periodismo, Etica*. Obtenido de <https://cdhdf.org.mx/wp-content/uploads/2015/06/etica-y-autorregulacion.pdf>
19. Periodismo, P. (9 de 6 de 2000). *Pbb Periodismo*. Recuperado el 18 de 6 de 2019, de <http://pbbperiodismo.blogspot.com/p/clasificacion-del-periodismo.html>
20. Slideshare. (8 de 6 de 2006). Recuperado el 18 de 6 de 2019, de <https://es.slideshare.net/Macpuelma/tipos-de-periodismo>
21. Teico. (2 de 8 de 2015). *Teico*. Recuperado el 18 de 6 de 2019, de <https://teinco.edu.co/index.php/2018/04/11/comunicacion-grafica-que-es/>
22. Utel. (6 de 3 de 2010). *Utel*. Obtenido de <https://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para-la-etica-del-periodismo-digital/>

23. Visual, A. (5 de 4 de 2013). *Audio visual*.
Obtenido de <http://comunicaudiovisualjosefinagrau.blogspot.com/2008/09/la-tica-en-los-medios-de-comunicacin>.