



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA  
DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**INFORME DE INVESTIGACIÓN**

DEONTOLOGÍAS PERIODÍSTICAS EN LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS EN  
EL MEDIO DIGITAL EsTV

**AUTORA**

**Loor Baquerizo Sheyla Carolina**

TRABAJO DE TITULACIÓN  
Previo a la obtención del grado académico en  
MAGISTER EN COMUNICACIÓN

**TUTOR**

**Lic. Bladimir Guarnizo Delgado, Mgtr.**

**Santa Elena, Ecuador**

**Año 2023**



**UPSE**

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA  
DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

Los suscritos calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por el Instituto de Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

**Lic. Cesar Arizaga, Mgtr.  
COORDINADOR DEL PROGRAMA**

**Lic. Bladimir Guarnizo Delgado, Mgtr.  
TUTOR**

FIDEL RICARDO  
CHIRIBOGA  
MENDOZA

Firmado digitalmente  
por FIDEL RICARDO  
CHIRIBOGA MENDOZA  
Fecha: 2023.06.26  
06:31:08 -05'00'

**Ing. Fidel Chiriboga Mendoza, Mgtr.  
ESPECIALISTA**

**Lic. Milton González Santos, Mgtr.  
ESPECIALISTA**

**Ab. Victor Coronel Ortiz, Mgtr.  
SECRETARIO GENERAL  
UPSE**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA  
DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que luego de haber dirigido científica y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos, razón por el cual apruebo en todas sus partes el presente trabajo de titulación que fue realizado en su totalidad por Loor Baquerizo Sheyla Carolina, como requerimiento para la obtención del título de Magister en Comunicación.

Atentamente,

---

**Lic. Delgado Guarnizo Bladimir, Mgtr.**

C.I. 1102742143

**TUTOR**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA  
DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, LOOR BAQUERIZO SHEYLA CAROLINA**

**DECLARO QUE:**

El trabajo de Titulación, Deontologías periodísticas en los contenidos informativos en el medio digital EsTV previo a la obtención del título en Magíster en Comunicación, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Santa Elena, a los 29 días del mes de mayo de año 2023

A handwritten signature in black ink that reads "Sheyla Loor B." The signature is written in a cursive style and is positioned above a horizontal line.

---

Loor Baquerizo Sheyla Carolina  
C.I. 2450294414  
**AUTORA**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA  
DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO**

En mi calidad de Tutor **de Informe de Investigación**, “DEONTOLOGÍAS PERIODÍSTICAS EN LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS EN EL MEDIO DIGITAL EsTV”, elaborado por el maestrando LOOR BAQUERIZO SHEYLA CAROLINA, egresado de la maestría en Comunicación, cohorte II, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Magíster en Comunicación, me permito declarar que una vez analizado anti-plagio COMPILATIO, luego de haber cumplido los requerimientos exigidos de valoración, el presente proyecto ejecutado, se encuentra con el **9%** de la estimación permitida, por consiguiente se procede a emitir el presente informe. Adjunto reporte de similitud.

 **CERTIFICADO DE ANÁLISIS**  
magister

**TRABAJO DE INVESTIGACION. LIC.  
SHEYLA LOOR**

**9%** Similitudes  
**5%** Texto entre comillas  
**0%** Idioma no reconocido  
**< 1%** similitudes entre comillas

Nombre del documento: TRABAJO DE INVESTIGACION. LIC. SHEYLA LOOR.docx	Depositante: PAOLA ELIZABETH CORTEZ CLAVIJO	Número de palabras: 13.767
ID del documento: 3a31ec983bb0f84d7711b1a2c651415d4aae3d09	Fecha de depósito: 26/5/2023	Número de caracteres: 91.346
Tamaño del documento original: 4,41 MB	Tipo de carga: interface	
	fecha de fin de análisis: 26/5/2023	

Ubicación de las similitudes en el documento:



**Lic. Delgado Guarnizo Bladimir, Mgtr.**  
C.I. 1102742143



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA  
DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
INSTITUTO DE POSTGRADO**

**AUTORIZACIÓN**

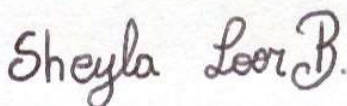
**Yo, LOOR BAQUERIZO SHEYLA CAROLINA**

**DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de Deontologías periodísticas en los contenidos informativos en el medio digital EsTV con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este informe de investigación dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Santa Elena, a los 29 días del mes de mayo de año 2023



---

Loor Baquerizo Sheyla Carolina  
C.I. 2450294414

**AUTORA**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por darme salud y sabiduría para poder culminar con éxito esta meta establecida en mi vida, así también le doy gracias a la universidad por brindarme la oportunidad de poder adquirir una beca, a la coordinadora de la maestría, a mis padres, quienes fueron los que me alentaron a subir un peldaño más y siempre me brindan su apoyo, a mis hermanos quienes siempre me dieron su ayuda, su tiempo y sus conocimientos, a mis suegros y finalmente a mi esposo que es mi pilar, es quien me motiva día a día para seguir superándome y me brinda su amor incondicional frente a cada circunstancia.

*Sheyla Carolina Loor Baquerizo*

## DEDICATORIA

Le dedico esta meta cumplida a mi familia, a mi hijo que me acompañó dentro de mi vientre desde el primer módulo de la maestría, quien fue mi fuerza, mis ganas de seguir adelante para cumplir mis metas y mi gran anhelo de que se sienta orgulloso de su mamá.

A mi esposo que me acompañó, me cuidó, me consintió y me alentó día tras día en mi embarazo y por ende en cada clase de la maestría, quien ejerce su paternidad de forma muy activa para que yo pueda culminar mis estudios.

*Sheyla Carolina Loor Baquerizo*



## ÍNDICE GENERAL

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	II
CERTIFICACIÓN.....	III
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	IV
CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO .....	V
AUTORIZACIÓN .....	VI
AGRADECIMIENTO .....	VII
DEDICATORIA .....	VIII
ÍNDICE GENERAL .....	IX
ÍNDICE DE TABLAS .....	X
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	X
RESUMEN .....	XI
ABSTRACT.....	XII
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO.....	7
1.1    Deontología periodística .....	7
1.2    Ética periodística.....	14
1.3    Contenidos Informativos.....	16
1.4    Medios Digitales .....	19
CAPITULO 2. METODOLOGÍA .....	22
2.1    Contexto de la investigación .....	22
2.2    Diseño y alcance de la investigación .....	22
2.3    Tipo y métodos de investigación.....	23
2.4    Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	24
2.5    Procesamiento de la evaluación: Validez y confiabilidad de los instrumentos aplicados para el levantamiento de información.....	27

CAPÍTULO 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	27
CONCLUSIONES .....	36
RECOMENDACIONES.....	38
REFERENCIAS.....	40
ANEXOS .....	44

### **ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1 .....	18
Tabla 2 .....	25
Tabla 3 .....	25
Tabla 4 .....	26
Tabla 5 .....	31

### **ÍNDICE DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1: Título del espacio: Bajo la lupa .....	33
Ilustración 2: Título del espacio: 30 minutos al día.....	34
Ilustración 3: Título del espacio: Noticias, Urgente .....	35

## RESUMEN

La deontología periodística mantiene un orden en el accionar periodístico y en la forma en la que se difunde la información, basándose en las normas éticas y morales de quienes son partícipes de la difusión. En sus inicios las plataformas digitales eran utilizadas para el ocio, entretenimiento y comunicación a distancia, hoy en día los contenidos periodísticos informativos se encuentran inmersos en diversas plataformas digitales, ya no solo en los medios tradicionales, el contenido que es publicado no se encuentra regulado por normas o códigos que verifique la intencionalidad y veracidad de la información, es por esto que la investigación analiza las deontologías periodísticas para la producción de los contenidos informativos en el ejercicio profesional periodístico ético en el medio digital EsTV, se realizó mediante una investigación cualitativa un análisis documental, tabla de análisis y entrevistas, el estudio tiene una investigación con diseño no experimental transversal de tipo documental básica con alcance descriptivo, durante el análisis se diferencia la importancia de la ética, la deontología y la responsabilidad no solo en los medios sino en los periodistas.

**Palabras claves:** Deontologías periodísticas, contenidos informativos, medio digital

## **ABSTRACT**

Journalistic deontology maintains an order in the journalistic actions and in the way in which information is disseminated, based on the ethical and moral standards of those who participate in the dissemination. In the beginning, digital platforms were used for leisure, entertainment and remote communication, today the journalistic information content is immersed in various digital platforms, not only in traditional media, the content that is published is not regulated by standards or codes that verify the intentionality and veracity of the information, This is why the research analyzes the journalistic deontologies for the production of informative contents in the ethical journalistic professional exercise in the digital media EsTV, it was carried out through a qualitative research, a documentary analysis, analysis table and interviews, the study has a non-experimental transversal research design of basic documentary type with descriptive scope, during the analysis the importance of ethics, deontology and responsibility not only in the media but also in journalists is differentiated.

**Keywords:** Journalistic Deontologies, Information Content, Digital Media

## INTRODUCCIÓN

La comunicación ha evolucionado acorde a los desarrollos tecnológicos que la sociedad va acoplando a su vida cotidiana, el Internet y las redes sociales son hoy en día una fuente de información para las personas, ya sea por medios digitales o de cuentas personales en donde se difunde todo tipo de contenidos. El espacio en donde se desarrollan los medios de comunicación digitales generalmente es solo por medio de diferentes plataformas en donde se crea y se difunde la información.

Los medios de comunicación, se va adaptando a todos los cambios que implica la tecnología y digitalización, pero mientras algunos medios no lo han logrado, otros han surgido, como los medios nativos digitales (Paredes, 2020). Los objetivos frecuentes de los medios digitales, son los mismos que los medios de comunicación tradicional; sin embargo, en las plataformas digitales no se toma en cuenta la regulación de contenidos informativos de manera legal como en los medios de comunicación tradicional, en los cuales se evidencia la estructuración de la noticia, la fuente verificada, contrastada y los contenidos de calidad.

La generación de contenidos periodísticos, elaborados por quienes cumplen funciones de comunicadores, no están sujetos a los principios adaptados a la moral, por lo que, se dificulta tomar decisiones apropiadas, a la hora de publicar los diferentes mensajes en el medio de comunicación digital. En la actualidad, las plataformas de redes sociales se han convertido en herramientas ideales para generar periodismo o, al menos, explorar y crear contenido que tenga potencial para transformarse en noticias (Renó, 2011). La falta de verificación de información y querer generar inmediatez, es uno de los rasgos que más sobresalen en la información, descrita en los medios digitales, estas características se dan por la facilidad y premura del Internet, esto crea la acción de dejar en segundo plano la ética profesional de cada periodista que publica información en redes sociales de manera inmediata. La relación entre periodistas y fuentes de información intervienen una cantidad y complejidad de elementos que impactan en la producción de las noticias (Koziner, 2018).

Entre los temas que aún son tradicionales e importantes en el periodismo están las responsabilidades deontológicas, principios y criterios éticos que son aceptados y puestos en práctica por los periodistas en su ejercicio laboral diario (Aznar, 1999, como se citó en

Paredes, 2020) En el año 2013 los medios de comunicación de Ecuador sufrieron un cambio en su estructura y en la manera en la que se desarrollan, se creó la Ley Orgánica de comunicación (LOC), donde los medios se sometían a cumplir las normas ya planteadas por la ley, el artículo Art. 9 mencionaba la creación y ejecución ineludible para todos los medios de comunicación de códigos deontológicos por los cuales tendrían que regirse y ellos mismos ser juzgados según sus actos y publicaciones. (Martínez-Villalba, 2018) parafraseo.

En el año 2019 la Asamblea Nacional de la República del Ecuador realizó una reforma a la LOC, en donde se vio erradicado el Art. 9 y Art. 10 en donde hacen referencia a los códigos deontológicos en cada medio de comunicación, con la intención de mejorar el estado de la información y la libertad de expresión, haciendo énfasis en algunos otros artículos para lograr una equidad.

La responsabilidad al compartir información, no se basa en los códigos deontológicos que norma la Ley Orgánica de Comunicación; por ello, este estudio realiza un acercamiento a un medio digital y analiza los contenidos informativos que se difunden, sustentado en la deontología periodística, descrita en los contenidos que presenta el medio digital, de manera particular en las notas informativas de interés social, sin dejar de lado, que en aplicación a la LOC, no se consideran de manera explícita a los medios nativos digitales como medios de comunicación, lo que implica que sus contenidos no están regulados por la ley. De igual manera, la información que es compartida por los medios digitales, puede ser de todo tipo o inclusive combinar algunos géneros periodísticos, los periodistas y presentadores de noticias tienen la libertad de poder expresar su criterio o juicios personales sobre cualquier tema en los diferentes sitios web o redes sociales sin la presión de ser juzgados por la Ley Orgánica de Comunicación (Paredes, 2020).

De esta manera, la presente investigación y describe las deontologías periodísticas del medio digital EsTV tanto en la creación como en la difusión de contenidos informativos al ser un medio de información masiva, con credibilidad, y calidez para su localidad. En el primer capítulo de la investigación se realiza una investigación exhaustiva en las bases teóricas sobre deontología y ética periodística, medios digitales y contenido informativo con la finalidad entender varios aspectos teóricos, diferentes criterios y definiciones sobre la labor periodística y los códigos deontológicos que manejan.

El segundo capítulo, se expone la ubicación detallada del sitio donde se realizó la investigación, el medio, el contexto y la situación en relación con la metodología utilizada, En esta sección, se desarrolla la estrategia metodológica que orienta el sentido de la investigación mediante la elección idónea del diseño de investigación, alcance, tipo de investigación, método, técnicas de investigación, instrumentos de recolección y el levantamiento de confiabilidad estadística. En el capítulo tres se presentan los resultados y discusión de los hallazgos encontrados del estudio.

### **Planteamiento de la investigación**

En Ecuador, el fenómeno de las noticias falsas, se produce, especialmente en las redes sociales donde se aprovechan contextos electorales o políticos para la creación de contenidos que tienen como fin crear oposición hacia figuras o temas específicos. (Benítez y Hidalgo, 2020), por lo cual los medios digitales desarrollan su contenido informativo en redes sociales publicando noticias, reportajes y reseñas de ciudadanos o denuncias que carecen de investigación profunda y verificada por ser anunciadas al momento en el que ocurren los hechos.

A pesar de los códigos éticos, que forman parte de la vida profesional de los periodistas, a la hora de ponerse en práctica en los medios, también existen aquellos que no se basan netamente en proyectar la realidad de cada contexto que se vive en las noticias, más bien, se concentran en competir con medios de la misma localidad, creando contenido a favor o en contra de algún suceso, empresa o institución que patrocine dicho medio (Loor, 2022). De manera individual, la persona que ejerce el periodismo debe tener como norma principal, el ejercicio ético de su profesión, ya que su función, es la de informar, orientar y educar a los ciudadanos.

Rysachd Kapuscinki, en su obra “Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo” hace referencia a una característica esencial que tiene que tener el periodista para poner en práctica su profesión de manera correcta:

Creo que, para ejercer el periodismo, ante todo, hay que ser un buen hombre o una buena mujer; buenos seres humanos. Las malas personas no pueden ser buenos periodistas. Si se es una buena persona se puede intentar comprender a los demás, sus intenciones, su fé, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias. Y convertirse,

inmediatamente, desde el primer momento en parte de su destino (Kapuściński, 2002, p.38).

La universidad de Ecuador TECH (2022) en uno de sus artículos menciona el gran valor de los códigos deontológicos, que surge desde la misma profesión y en el momento en el que se va formando y educando al futuro periodista, ya que estos códigos en el país carecen de validez jurídica. Los propios profesionales de la información son quienes, de forma independiente y particular, pongan en práctica o ignoren los códigos deontológicos. Aunque no son expuestos a ninguna condena jurídica, sin embargo, el incumplimiento de cada norma genera un juicio social y como consecuencia se genera la pérdida de prestigio y credibilidad del profesional y del medio. De este modo, la presente investigación pretende responder a la siguiente pregunta de investigación ¿De qué manera la deontología periodística incide en la producción y difusión de contenidos informativos del medio digital EsTV de la provincia de Santa Elena?

### **Objetivo General:**

Analizar las deontologías periodísticas para la producción de los contenidos informativos mediante la caracterización del código deontológico en el ejercicio profesional periodístico ético en el medio digital EsTV.

### **Objetivos Específicos:**

1. Diagnosticar el estado de la producción de contenidos informativos, con base a los códigos deontológicas usados por quienes cumplen funciones periodísticas en el medio digital EsTV.
2. Identificar los contenidos informativos usados el medio digital EsTV.
3. Identificar Caracterizar el código deontológico para el medio digital EsTV en sus publicaciones.



## **Preguntas científicas**

- ¿Cuáles son las responsabilidades deontológicas que están presentes y ausentes en las publicaciones del medio digital EsTV?
- ¿Cómo se utilizan los principios y criterios básicos deontológicos en el medio digital EsTV?
- ¿Cuáles son los contenidos informativos utilizados en el medio digital EsTV?  
¿Cuáles son las características de los códigos éticos que utiliza el medio digital EsTV en sus publicaciones informativas?

## **Justificación**

A partir de la inmersión del internet y las redes sociales en los medios de comunicación, nacieron diversas necesidades por parte de los usuarios para lograr tener una mejor aceptación en este espacio, la cual los profesionales tuvieron que adaptarse e incluso transformar la forma en la ejercían su profesión, con nuevas herramientas y estrategias que esto conlleva, el estudio se realiza a el medio de comunicación nativo digital EsTV de la provincia de Santa Elena tomándolo como referente para generar un análisis sobre cómo se pone en práctica los códigos deontológicos en sus contenidos informativos mediante publicaciones y transmisiones. La investigación genera relevancia para la sociedad ya que es un tema a analizar que va en conjunto con el contenido de calidad que los medios deben difundir ejerciendo su ética profesional mediante códigos deontológicos que cada medio de comunicación debería proporcionarles a sus periodistas. Este proceso de investigación beneficiará al medio analizado, porque permitirá, a través de los resultados, generar un cambio positivo en las falencias que se logre identificar en el proceso de exploración, así mismo favorece a la sociedad en general ya que se sustenta la importancia de los códigos deontológicos y la información que se obtenga puede llegar a servir para comentar, desarrollar o apoyar una teoría que sirve para próximas investigaciones que desarrollaran en este mismo campo comunicacional.

# CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO

## 1.1 Deontología periodística

Uno de los primeros registros de deontología periodística es el “credo” considerado como el primer código deontológico del periodista Benjamín Harris, publicado en Boston en 1690, que tiene grandes coincidencias y similitudes con los códigos modernos. Está considerado como el primer código mundial de la ética periodística, pues se considera que en aquellos años la profesión periodística no era reconocida como tal (Barroso, 2011, p.143).

El código deontológico no se encontraba consolidado, se basaban en las normas éticas que ayudaban a ir formando bases para luego a sentar las bases “Un código deontológico es de esta forma la constelación de criterios y principios o normas y reglas que de forma explícita y sistematizada un grupo profesional se compromete a respetar y seguir en sus comportamientos como tales profesionales” (Barroso, 2011, p.141). Las normas y reglas de los códigos deontológicos son indispensables para cualquier profesión y el periodismo y la comunicación no es la excepción.

La carrera profesional de periodismo en Ecuador tiene alrededor de 80 años y ha liderado la inclusión y evolución de nuevos modelos periodísticos (Espinosa, 2022, p. 48). Se destaca que la carrera ha liderado la inclusión y evolución de nuevos modelos periodísticos, lo cual sugiere un rol importante en la adaptación a los cambios y avances en el campo del periodismo. En cuanto a los códigos deontológicos de la profesión periodística, los podemos definir como un conjunto de “principios y normas de conducta profesional de los periodistas referentes a sus derechos, deberes y responsabilidades éticas”. Estos códigos sirven como guía para garantizar una práctica periodística ética y responsable. Barroso (2011) menciona el origen del tema deontológico

La palabra castellana deontología arranca, como tantas otras en nuestro idioma, de la lengua griega. En concreto de deov = participio neutro del verbo impersonal dei, que significa: “lo obligatorio, lo justo, lo adecuado, lo conveniente, el deber. El otro vocablo griego es logos que significa: tratado, investigación, estudio, ciencia. (p.142)

Al tener presentes los elementos que componen el origen de la palabra deontología y ponerlas en práctica, los periodistas se comprometen a proceder con responsabilidad y ética, fomentando la búsqueda de la veracidad y el respeto por sus colegas, al tiempo que aseguran la honradez y eficacia de la información que brindan a la sociedad. López Cedeño y Cotera Gracia (2017) mencionan que los códigos deontológicos se los definen 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. Estos códigos son significativos para establecer esquemas éticos y garantizar la moralidad en el proceso periodístico.

La Deontología no es otra acción más que el conocimiento ético y moral que incita a la autorrealización del ser humano mediante el ejercicio digno, virtuoso y decente de sus actividades competitivas (Brajnovic, 1978). Este enfoque sugiere que la Deontología no se limita únicamente a la aplicación de reglas éticas, sino que busca promover la compleción y el desarrollo particular a través de la honestidad en el ejercicio profesional. Estos códigos sirven como pautas para los periodistas profesionales, ya que establecen normas y principios que promueven prácticas de información responsables y éticas. Desde el principio, el código deontológico surgió como una necesidad de ofrecer una orientación que diera forma a la práctica del periodismo. Además, aseguraba el cumplimiento de las normas éticas y deontológicas que promueven la libertad de comunicación e información (TECH, 2022). La Deontología se encuentra muy asociada y va de la mano con las normas éticas, ya que fundamentan el cumplimiento de las mismas, sin embargo los términos no dan como resultado el mismo concepto.

La deontología no es sinónimo de ética, en esta los valores éticos son asumidos por las personas como parte de su convicción personal, mientras que la deontología se fundamenta en la ética pues establece normas, reglas y principios que responden a realidades determinadas en cada profesión y son acordadas por un grupo de personas que pertenecen a esas organizaciones o asociaciones profesionales, esto con el fin de aplicar y seguir dichas normas (Morales, et al. 2012).

En el mundo hay mucha información de medios de comunicación que han sido objeto de estudio, en el área deontológica, que sirven de sustento en la investigación. Navarro y Casas (2009) realizan un estudio a la transformación de los códigos deontológicos en su investigación denominada “Evolución de los códigos deontológicos en España”, en donde hacen énfasis a la importancia de los códigos para la regulación de contenidos que se emiten, sin dejar de lado la importancia la libertad de expresión. Ahora bien, la implementación de los códigos deontológicos suele generar controversia y en algunos casos es mal visto por dueños de medios de comunicación, el periodista tiene deberes y derechos que cumplir.

En Latinoamérica se registra como primer antecedente de deontología periodística a la creación del Código deontológico de Brasil en el año 1923, con las aprobación legal y declaración de São Paulo, lo que genero inspiración para tomar la iniciativa de crear los códigos en otras naciones como en Cuba, Perú, Argentina, Venezuela o Chile, y otras de tipo supranacional (López-Talavera, 1998 citado en Del Campo Lozano y Chaparro Domínguez ,2018, p. 1144).

Del Campo Lozano y Chaparro Domínguez (2020) realizaron un análisis significativo a los códigos deontológicos existentes de América latina con la finalidad de verificar en qué medida los códigos son apropiados para la realidad del periodismo (computacional) y son válidos para ejercer la profesional, y ética. en donde se proyecta como resultado que República Dominicana, Colombia y El Salvador son los tres países con los que cuentan con mayor número de principios específicos y adaptados a el periodismo.

Las mejoras en los procesos deontológicos que ha tenido Ecuador, se han venido desarrollado en diferentes etapas, las leyes han jugado un papel fundamental en el progreso y eficacia de cada avance que lograban. Paredes (2020) evidencia esta sucesión de procesos deontológicos en Ecuador con sustentos legales de la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista:

De esta manera, en el país en cuanto a deontología el primer intento de una normativa en esta área se dio con la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista (LEPP) publicada en 1975 por la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador (FENAPE) en la que se señalaba en su artículo 2 que esta organización privada

sería la encargada de elaborar un Código de Ética Profesional, aunque en ninguno de sus artículos escribe palabra relacionada con deontología.

En noviembre de 1978 la FENAPE aprobó y difundió el Código de Ética Profesional del Periodista, pero no fue hasta febrero de 1980 que el Ministerio de Educación y Cultura lo publicó en el Registro Oficial No. 120 (FENAPE), en este informe se identificaron 44 artículos cuyo propósito era difundir los deberes y derechos que los profesionales del periodismo en Ecuador poseían.

En el 2013 se aprobó la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) con 107 votos a favor y 20 en contra (Asamblea Nacional 2013), esto fue un hito para el país ya que se trataba de una ley que empezó a regir la actividad periodística junto a la creación de la Superintendencia de la Información y Comunicación y el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información.

A partir de junio de 2013, la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) comenzó a ser aplicada, incluyendo varias características destacadas. Entre ellas se encuentran los principios y códigos deontológicos establecidos en los artículos 9 y 10, que buscan promover una conducta ética en el ámbito de la comunicación. Asimismo, la LOC regula los contenidos en el artículo 60, estableciendo pautas para garantizar la calidad y veracidad de la información difundida.

Art. 9.- Códigos deontológicos. - Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deberán expedir por sí mismos códigos deontológicos orientados a mejorar sus prácticas de gestión interna y su trabajo comunicacional. Estos códigos deberán considerar las normas establecidas en el artículo 10 de esta Ley. Los códigos deontológicos no pueden suplir a la ley.

Art. 10.- Normas deontológicas. - Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

1. Referidos a la dignidad humana:

a. Respetar la honra y la reputación de las personas;

- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios;  
y,
- c. Respetar la intimidad personal y familiar.

2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

- a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;
- b. Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;
- c. Evitar la representación positiva o avalorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;
- d. Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;
- e. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,
- f. Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

3. Concernientes al ejercicio profesional:

- a. Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general;
- b. Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas;
- c. Abstenerse de obtener información o imágenes con métodos ilícitos;
- d. Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares;
- e. Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia;

- f. Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla;
- g. No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística;
- h. Ejercer y respetar los derechos a la reserva de fuente y el secreto profesional;
- i. Abstenerse de usar la condición de periodista o comunicador social para obtener beneficios personales;
- j. No utilizar en provecho propio información privilegiada, obtenida en forma confidencial en el ejercicio de su función informativa; y,
- k. Respetar los derechos de autor y las normas de citas.

4. Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:

- a. Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica;
- b. Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;
- c. Respetar el derecho a la presunción de inocencia;
- d. Abstenerse de difundir publireportajes como si fuese material informativo;
- e. Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;
- f. Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones;
- g. Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario;
- h. Evitar difundir, de forma positiva o avalorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente;
- i. Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan; y,
- j. Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiendo por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o por terceros, a través de los medios de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

El incumplimiento de las normas deontológicas establecidas en este artículo podrá ser denunciado por cualquier ciudadano u organización ante la Superintendencia

de la Información y Comunicación, la que, luego de comprobar la veracidad de lo denunciado, emitirá una amonestación escrita, siempre que no constituya una infracción que amerite otra sanción o medida administrativa establecida en esta Ley (Ley Organica de Comunicación [LOC.] Art. 9. y 10. 2013).

Dentro de las leyes y deberes que debe cumplir cada persona, también existen los derechos en los que se respaldan, “Hay países en los que existe libertad de expresión, en los que no se da una censura oficial, pero la libertad del periodista está limitada por los intereses de la cabecera para la que trabaja” (Kapuściński, 2002) siendo así una realidad que se vive en algunos medios de comunicación, en los que lidera el interés del beneficio propio y no el comunitario dejando un lado los valores, la justicia y empatía.

En Ecuador se encuentra vigente el derecho a la libertad de expresión en la Declaración Universal de Derechos Humanos en el siguiente artículo:

Art. 17.- Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones. (Declaración Universal de Derechos Humanos, s.f.)

A menudo se observa que los profesionales mencionan la importancia de la ética y la deontología en su ámbito laboral, pero en muchas ocasiones estas referencias son superficiales. Es crucial que los profesionales comprendan que la ética y la deontología no son conceptos abstractos, sino principios fundamentales que deben guiar su desempeño diario. “Generalmente los profesionales mencionan la ética y la deontología, pero no las llenan de contenido ni de compromiso” (AZNAR, 2000). Se requiere un compromiso auténtico para actuar de manera ética y cumplir con las responsabilidades profesionales de manera íntegra. Solo cuando se dota de un contenido real a la ética y la deontología, y se asume un compromiso consciente, se fomenta una cultura profesional arraigada en valores y responsabilidad ética.

Una aplicación adecuada de los códigos deontológicos puede fomentar una práctica profesional que sea ética y esté comprometida con el beneficio de la comunidad en general. “los códigos deontológicos. Instrumentos necesarios para la autorregulación,



contienen las normas, criterios y valores para buscar esa comunicación responsable tan difícil de realizar entre la especialización, la técnica y la rentabilidad económica.” (AZNAR, 2000). Elementos que son muy importantes en el desarrollo de cualquier profesión.

## **1.2 Ética periodística**

Es crucial poder distinguir entre los conceptos de ética profesional y deontología profesional, aunque a menudo se los confunda. García y Cerón (2005) mencionan que es adecuado diferenciar la ética profesional de la deontología profesional, pues a menudo se cree que son lo mismo. Sin embargo, el discurso de la ética profesional se centra en decir en qué consiste una buena actuación, mientras que el de la deontología formula los deberes y las obligaciones del profesional que se inscriben en un código que avala el gremio (p.3). La distinción entre ambos conceptos es relevante, ya que la ética profesional se ocupa de establecer un estándar de calidad y rectitud en la actuación del profesional, mientras que la deontología proporciona un marco normativo concreto que guía la conducta y responsabilidades específicas de los miembros de la profesión.

El periodista juega un papel muy importante en la responsabilidad con la que se informa a la ciudadanía, es el autor principal, que debe aportar con sus principios éticos. Vinuesa y Nicolas (2022) mencionan que “los periodistas en lugar de trabajar de forma ética para enfrentar a los diferentes poderes económicos y políticos que quieren poner en duda la profesión y los medios participan en el juego de la desinformación” (p.2). Sin embargo esto va de la mano con la forma en la que están acostumbrados a generar periodismo y desde los altos mandos imponen normas.

En el ámbito profesional al que pertenecemos, es fundamental realizar continuos ajustes, adaptaciones y mejoras. Es imprescindible respetar ciertas normas generales establecidas. Uno de nuestros principales deberes es ejercer nuestra labor de forma éticamente apropiada (Kapuściński, 2002, p.38).

El periodista en condiciones precarias, con muy poco tiempo de antigüedad laboral en la empresa y, por tanto, con derecho a una indemnización muy escasa, que sabe además que le espera el desempleo, puede sentir la tentación de acallar su conciencia cuando entre en conflicto con las nuevas condiciones editoriales; es

posible que se traicione a sí mismo y a partir de entonces tendrá que adoptar una actitud falsa en su trabajo de interpretar la realidad o, de lo contrario, tarde o temprano, aparecerá el conflicto de conciencia, y el empresario recurrirá al despido.(Barroso, 2009, p. 128)

Tanto el medio de comunicación, el formato utilizado, la rapidez en la entrega de la información, no pueden ser utilizados como justificación para prácticas profesionales incorrectas que perjudican la precisión de la información. Asimismo, el periodismo ético no tolera conductas como conflictos de interés, parcialidad, falta de sensibilidad, falta de compasión, estereotipos o morbo. Estas malas prácticas no tienen lugar en un periodismo ético y responsable. (Pérez y López, 2019, p 4).

La amplitud de la ética profesional al no limitarse solo a los deberes, sino también abarcar diversos elementos que lo complementan el accionar. La ética profesional abarca no solo los deberes (como en la deontología), sino también recomendaciones, metas, ideales y virtudes. Apela a la conciencia del profesional y se espera que actúe de manera adecuada de manera voluntaria. Su objetivo es asegurar que los profesionales sean responsables en su trabajo. (García y Cerón, 2005, p.5). Se enfatiza que se espera una actuación adecuada de forma voluntaria, lo que implica que los profesionales asumen la responsabilidad de actuar éticamente sin necesidad de imposiciones externas. Los autores resaltan la importancia de la ética profesional en garantizar que los profesionales sean responsables en su trabajo y actúen de manera ética y consciente.

Haciendo énfasis Villegas menciona que; “En los códigos deontológicos la ética del profesional se concreta en deberes y serán estos los que permitan llevar a cabo un análisis de la información” (Villegas, 2013). La ética periodística sirve de soporte moral de los Códigos Deontológicos para poder cumplir con sus objetivos y funciones generando información de calidad.

Novedad del código deontológico europeo es que toda la argumentación sobre los deberes éticos del periodismo se basan en un concepto de ética pública, no privada, ya que la ética del periodismo es como toda ética individual pero al referirse a acciones que por definición tienen función de información pública con inmediata incidencia social y colectiva debe considerarse como ética pública y por tanto con responsabilidad de los emisores de la información no sólo ante su conciencia, ante

sí mismos, sino también ante todos los ciudadanos titulares del derecho a la información veraz, plural y ética. Es una ética asumida individual y voluntariamente por todos los que participan en la actividad de los medios, porque la ética nunca debe imponerse (Nuñez, 2006, p.72).

Se resalta que; en el ámbito del periodismo, la ética se relaciona con acciones que tienen un impacto directo en la sociedad y en la difusión de información pública, lo cual implica considerarla como una ética de carácter público. Esto implica que los responsables de transmitir la información tienen la obligación de rendir cuentas no solo a su propia conciencia, sino también a todos los ciudadanos que tienen el derecho de recibir información precisa, diversa y ética. Se enfatiza que esta ética es adoptada de manera individual y voluntaria por todos los profesionales de los medios de comunicación, ya que no se debe imponer de forma externa.

### **1.3 Contenidos Informativos**

Uno de los contenidos más difundidos y consumidos en el mundo es el contenido informativo, en él se presentan datos de relevancia para la sociedad. Miranda (2018) menciona que;

Los contenidos explicativos o informativos en la actualidad se los utilizan a menudo, sin importar en ocasiones hasta el lugar en que se encuentren, estos actos son comunes en los jóvenes y adolescentes, siendo partícipes de la demanda mundial de artefactos que aporten a la difusión de espacios publicitarios, programas televisivos o hechos impresos, estos en el caso de los periódicos. (p.1)

La relevancia de los medios de comunicación radica en su papel fundamental como el principal medio utilizado en la sociedad contemporánea para transmitir información en diversas formas, como texto, audio, imágenes o Vídeos. En algunos casos, estos medios se emplean para comunicarse con una amplia audiencia, como en la televisión o los periódicos digitales, mientras que en otros casos se utilizan para informar a grupos más reducidos, como en los periódicos locales o corporativos (Miranda 2018). Estos medios se emplean tanto para llegar a audiencias masivas a través de la televisión y los periódicos digitales, como para informar a grupos más específicos mediante periódicos locales o

corporativos. Su versatilidad y capacidad de alcance los convierten en herramientas clave en la sociedad contemporánea.

Según Sordo (2017), se observa una mayor frecuencia de diversos tipos de contenidos informativos en la actualidad. Entre estos, se encuentran los siguientes:

- Vídeos
- Redes sociales
- Artículos de noticias
- Contenidos de investigación
- Clases en líneas
- Juegos educativos (Conde, 2018, p.4).

Ley orgánica de comunicación en uno de sus artículos menciona la importancia y el derecho de todos los ciudadanos al recibir información de calidad por parte de los medios de comunicación, en él se derivan ciertos puntos:

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 expresa en la nota periodística.

La precisión implica recoger y publicar con exactitud los datos cuantitativos y cualitativos que se integran a la narración periodística de los hechos. Son datos cualitativos los nombres, parentesco, función, cargo, actividad o cualquier otro que establezca conexidad de las personas con los hechos narrados. Si no fuese posible verificar los datos cuantitativos o cualitativos, los primeros serán presentados como estimaciones y los segundos serán presentados como suposiciones.

La contextualización implica poner en conocimiento de la audiencia los antecedentes sobre los hechos y las personas que forman parte de la narración periodística. (Ley orgánica de comunicación [LOC.] Art. 22. 2019).

La información de calidad no solo garantiza la credibilidad de los medios, sino que también promueve una sociedad informada y participativa. Los lectores, espectadores y oyentes merecen recibir información objetiva y veraz para poder formarse opiniones fundamentadas. La ética periodística y la búsqueda de la información de calidad son fundamentales para preservar la integridad del periodismo y cumplir con la importante labor de mantener a la sociedad bien informada.

Pedro vallejo y Pastora Moreno (2022) realizaron una investigación titulada “Géneros periodísticos transmedia en el Ecuador. El caso de “La Posta” en la cual se analiza el tipo de contenidos existen en medio examinado según un cuadro de análisis realizado por ellos. Este instrumento fue el que se utilizó para determinar el tema de investigación, donde se identificó que el medio EsTV difunde en su mayoría contenido informativo, sin embargo también comparten contenido de todo tipo de géneros periodísticos.

**Tabla 1**

Tipos de contenidos periodísticos

<b>Género Periodístico</b>		<b>Soporte</b>	<b>Formato</b>	<b>Tipo</b>
<b>Dialógico</b>	Entrevistas	Vídeo en Vivo	Completas	Dialógico
		Vídeo	Corte clave	Informativo
		Vídeo	Corte de expectativa	Informativo
<b>Informativo</b>	Coberturas	Vídeo en Vivo	Estudios / Exteriores	Informativo
	Reportajes	Gráfico	Fotografía,	Declarativo
	Noticia	Vídeo incrustado	Meme, Galería, Infografía	Sensacionalista
	Obituario	Gráfico	Fotografía	Informativo
	Publirreportaje	Vídeo	Publicidad	Publicitario
<b>Opinión</b>	Editorial	Vídeo	Meme	Opinión
	Columna	Vídeo	Columna	Opinión
<b>Interpretativo</b>	Caricaturas	Gráfico	Meme	Opinión

Nota: Esta tabla muestra los tipos de contenidos periodísticos. Vallejo, P. y Moreno, E. (2022). Géneros periodísticos transmedia en el Ecuador. El caso de “La Posta” ReHuSo, p. 58. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6522970>

## 1.4 Medios Digitales

Hoy en día, la tecnología es responsable de la aparición de los denominados “nuevos medios” y de los cambios que los mismos están originando en el trabajo diario de la profesión periodística. (Larequi, 2001). Las transformaciones que ocurren y tienen un impacto directo en nuestra labor como periodistas nos obligan a reflexionar sobre ellas. Estas renovaciones nos invitan a considerar sus implicaciones y consecuencias en nuestro trabajo profesional.

En la actualidad, el periodismo ha experimentado cambios significativos en comparación con su forma tradicional. Los periodistas ya no se limitan únicamente a recopilar, editar y publicar información, lo cual en sí mismo presentaba desafíos. En cambio, se encuentran en un entorno donde las fuentes y los insumos de información se multiplican, y es necesario interactuar con redes en medio de una avalancha abrumadora de datos. Esta nueva dinámica del periodismo implica que los profesionales deben adaptarse y enfrentar desafíos adicionales para cumplir con su labor informativa (Suárez-Villegas, 2019).

Según Ruiz (2014), la identidad del periodismo como profesión se basa en el principio de "lo creo cuando lo veo". Este enfoque implica que los receptores confían cada vez más en los medios digitales o multimedia para poder creer la información. En otras palabras, la veracidad y la credibilidad de la información se vuelven fundamentales en la construcción de la identidad del periodismo, y los receptores buscan fuentes visuales y experiencias tangibles para respaldar sus creencias. Este enfoque refuerza la importancia de los medios digitales y multimedia en la era actual de la comunicación.

Los cambios, que tienen los “medios digitales” han permitido que los investigadores y expertos en el área, no logren determinar un solo nombre con el cual referirse a la acción de generar periodismo en plataformas digitales. Salaverria (2019) menciona a diferentes autores que definen en diversos términos a este tipo de periodismo:

En efecto, la definición y, como veremos, la propia designación de esta modalidad periodística, carecen de formas consensuadas. Aún hoy, profesionales y académicos discrepan a la hora de elegir entre expresiones como ‘periodismo digital’ (Kawamoto, 2003), ‘ciberperiodismo’ (Díaz-Noci; Salaverría, 2003),

‘periodismo online’ (Deuze, 2001; Steensen, 2011), ‘periodismo multimedia’ (Deuze, 2004) y un largo catálogo de etiquetas similares (Karlsen; Stavelin, 2014) (Salaverría, 2019, p. 9).

Si bien Internet ha contribuido a la democratización de la información, también ha traído consigo numerosos desafíos éticos para la profesión periodística (Pérez y Lopez 2019, p. 2) La democratización de la información ha implicado una mayor cantidad de fuentes y plataformas, lo que exige a los profesionales periodísticos enfrentar dilemas relacionados con la veracidad, la privacidad, la responsabilidad y la manipulación de la información. La velocidad y la inmediatez de la información en línea también pueden afectar la calidad y el rigor en la práctica periodística. Por lo tanto, es esencial que los periodistas desarrollen habilidades éticas sólidas y se adapten a este entorno digital en constante evolución.

La falta de regulación dentro de los medios digitales hace que la información que se emite no sea de total confianza, gracias a la rapidez con la que una información puede ser publicada en ocasiones carece de verificación. “La proliferación de fuentes de comunicación en Internet no representa un peligro para el periodismo, sino que brinda una nueva oportunidad para aumentar la variedad de contenidos multimedia en el entorno de la convergencia digital, siempre y cuando se mantenga un nivel profesional de calidad y se cumplan los principios éticos requeridos” (Nuñez, 2013). Por ende la expansión de las fuentes de información en línea permite al periodismo aprovechar al máximo las posibilidades de la convergencia digital, siempre y cuando se mantenga la integridad profesional y se respeten las normas deontológicas establecidas.

Por otro lado, la variedad de contenido, fuentes y formas en las que se puede compartir información por internet es un mundo completamente diferente al del periodismo tradicional, por esta razón es necesario analizar y verificar la información de medios digitales. En una investigación realizada por Suárez y Cruz (2019), titulada “Pautas deontológicas para el periodismo digital”, hacen referencia a el análisis antes mencionado:

Si anteriormente los problemas deontológicos derivados de la práctica periodística eran una cuestión importante para la consideración social de la profesión, no cabe duda que hoy día es un elemento capital sin el cual dicha profesión vería

comprometida su supervivencia. El periodismo, en un momento en el que cualquier usuario puede convertirse en un improvisado medio de comunicación, debe surgir como la legítima correa de transmisión entre los ciudadanos y los elementos de poder, haciendo especial hincapié en los códigos deontológicos que corroboran un ejercicio veraz, rigurosos y honesto de la comunicación. (Suárez y Cruz, 2019, p. 250)

También así, como se mencionaba en textos anteriores “la autorregulación del ejercicio profesional no se han adaptado a dicha demanda y continúan careciendo en su mayor parte de referencias explícitas al ámbito digital” (Suárez Y Cruz, 2019, p. 251). Creando un campo abierto a los errores, desaciertos y desinformación que se puedan ver involucrados en la falta de regulación de los medios digitales.

Suárez y Cruz (2019) menciona uno de los retos de los medios digitales, en la actualidad todo el entorno mediático y los medios de comunicación se encuentran en una competencia de información y publicación constante, ya que la llegada de Internet y las redes sociales a la era de la información tiene como punto estratégico central a la inmediatez para hacer periodismo, contenido que es compartido con gran facilidad en redes sociales e incluso por plataformas de mensajería instantánea, “la ética del profesional juega un papel muy importante en el accionar periodístico, es imprescindible como un criterio de calidad para generar información que cumpla con la responsabilidad de brindar contenido real y que aporte de manera favorable a la ciudadanía”(Suárez y Cruz , 2019 p.250 ).



## **CAPITULO 2. METODOLOGÍA**

### **2.1 Contexto de la investigación**

El proceso de investigación, tendrá como objeto de estudio a el medio de comunicación nativo digital de la provincia de Santa Elena “EsTV”, creado en el año 2019 por Edwin Stalyn Salinas Sánchez, que cuenta con estudios físicos (set de tv) para la transmisión de programas en vivo, entrevistas, noticias, programas deportivos, educativos, culturales y entretenimiento en la provincia de Santa Elena.

La fortaleza del medio es realizar transmisiones de acontecimientos de la localidad en vivo, publicación de noticias nacionales e internacionales. Cuenta con una aceptación considerable por los consumidores de noticias en redes sociales, logrando noventa y seis mil seguidores en su página de Facebook y sus publicaciones han alcanzado hasta las quince mil reacciones y setecientas veces en las que es compartida la información, tomando en cuenta que el canal es digital, sus transmisiones y contenido es realizado y publicado a través de redes sociales, siendo la principal plataforma Facebook de manera alterna se usa Instagram, Twitter , Tik Tok y YouTube. Es uno de los medios que a pesar de su poca trayectoria dentro del periodismo por su constancia logra ser referente de noticias para la comunidad.

### **2.2 Diseño y alcance de la investigación**

Para el desarrollo de la investigación fue pertinente utilizar el diseño no experimental transversal ya que nos permite realizar un estudio sobre los sujetos a analizar, en nuestro caso a los periodistas del medio digital, sus publicaciones y su ejercicio profesional, en el cual son evaluados en su contexto natural sin alterar ninguna situación; así mismo, no se manipulan las variables de estudio. Este diseño recoge los datos en un solo momento y solo una vez. Es como tomar una foto o un extracto de información para luego ser representadas en el desarrollo de la investigación, ya que es una investigación que se centra en analizar la puesta en práctica de los valores éticos y morales mediante códigos deontológicos. El diseño de investigación puede tener alcances exploratorios, descriptivos y correlaciones. (Gonzalez, 2021).

El alcance descriptivo de tipo cualitativo es el que se pondrá en práctica en esta investigación, porque permite realizar un análisis a los fenómenos encontrados en los cuales se pretende describir las acciones del ser humano, Galarza (2020) menciona que, el alcance descriptivo busca realizar estudios de tipo fenomenológicos o narrativos constructivistas, que busquen describir las representaciones subjetivas que emergen en un grupo humano sobre un determinado fenómeno. En este alcance de la investigación, ya se conocen las características del fenómeno y lo que se busca, es exponer su presencia en un determinado grupo humano.

### **2.3 Tipo y métodos de investigación**

La investigación documental e investigación básica son los tipos de investigaciones que se utilizaron para el proceso de análisis del estudio según los conceptos que menciona Gonzalez (2021):

**La investigación documental:** se basa en el análisis de documentos y tiene una amplia aplicación en diferentes campos de interés social. Este enfoque implica examinar una diversidad de fuentes como libros, artículos científicos, páginas web, tesis de grado de tercer y cuarto nivel y con documentos que se relacionan con el tema a tratar con el objetivo de obtener información relevante sobre el tema de investigación. (p.67)

**Investigación básica:** también llamada investigación pura, en este tipo de investigación no se resuelve ningún problema inmediato, más bien, sirven de base teórica para otros tipos de investigación. Se pueden plantear tesis con alcances exploratorios, descriptivos o hasta correlaciones. (p.68)

Los métodos cualitativos de investigación forman parte del presente estudio, ya que son un enfoque que requiere un plan de estudio flexible y adaptable, que se va desarrollando a medida que se profundiza en la comprensión del fenómeno estudiado. Sampieri (2018) en su libro de Metodología de la investigación menciona la importancia de estos enfoques, por lo que son apropiados cuando el investigador tiene interés en comprender el significado profundo de las experiencias y valores humanos, así como en explorar la perspectiva individual y personal de las personas involucradas. Además, son útiles para obtener una visión detallada y cercana de los participantes, y para analizar el entorno natural en el que se lleva a cabo el fenómeno en cuestión.

## 2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica de recolección de información en la investigación es la observación directa no participante en la cual no se ve inmersa la participación del investigador de forma directa, no se ve afectada la realidad, sin embargo, si se considera efectiva la recolección de datos. La observación es formativa y constituye el único medio que se utiliza siempre en todo estudio cualitativo. (Hernández-Sampieri, 2018)

Los instrumentos de recolección de datos son el medio para llegar a los resultados de la investigación, este proceso es uno de los pasos más importantes de todo el cuerpo del informe de búsqueda, por no decir el más importante, los instrumentos que aportan y ayudan a la observación de aquello en nuestro caso son:

**Análisis de documentos o también llamado análisis documental:** el cual es una suma de acciones de revisión que se ejecuta para obtener datos del contenido del documento que se va a utilizar (Gonzalez, 2021). En este caso, las documentaciones deben aportar con contenido legal o con bases teóricas que enriquezcan, validen y sustenten a los análisis y hallazgos a realizar, nos permiten obtener datos y presentar los resultados para concluir el estudio.

**Entrevista:** se utilizó la entrevista estructurada con catorce preguntas abiertas, dirigida a el director del medio a investigar, con la finalidad de analizar sus respuestas y generar un resultado y llegar a una conclusión del uso y practica de los Códigos Deontológicos en el medio digital.

**Tabla de análisis:** la utilización de las tablas de análisis en la investigación genera una estructura para sintetizar información y evitar ambigüedades en los resultados, por esta razón se la utilizo como instrumento de recolección de información. Luka Brajnovik en su libro Deontología periodística menciona varios aspectos que son necesarios al momento de ejercer la deontología periodística y en eso se basó la **Tabla 1** para su construcción, así mismo hace referencia a la responsabilidad ética y deontológica de los que ejercen el periodismo que responde a nuestro segundo objetivo de la investigación en la **Tabla 2**.

**Tabla 2**

Bases de la deontología periodística

Tema	Categoría	Subcategoría
DEONTOLOGÍA PERIODÍSTICA	Los deberes del profesional	Preparación profesional.
		Sentido de responsabilidad.
		Honestidad profesional.
		Lealtad a la dignidad humana y a la profesión.
	El contenido ético	La verdad.
		La justicia.
		La libertad.
	La sociedad	El bien común.
		El servicio a los demás.
		El público.
		La competencia.
	Los vínculos exteriores	Las leyes positivas justas.
		La empresa periodística.
		La organización profesional.
	Las formas periodísticas	Diversos modos de expresión periodística (noticia, entrevista, crónica, comentario, crítica, reportaje...)
	Los cargos específicos	Director, Redactor jefe. Jefe de sección. Redactores, Corresponsal, Reportero, Locutor-Periodista, etc.

Nota: Esta tabla muestra las características deontológicas periodísticas que debe tener un medio. *Luka Brajnovic, Deontología periodística (1978), p.86*

[12https://hdl.handle.net/10171/60376](https://hdl.handle.net/10171/60376)

**Tabla 3**

Criterios de responsabilidad deontológica en el accionar periodístico

RESPONSABILIDAD	Desde el punto de vista del bien moral.	Impedir la libertad de perjudicarlo.
		Estar en concordancia con el deber.
	Desde el punto de vista de uno mismo.	Disciplinar la libertad en beneficio moral propio.
		Fomentar la generosidad desinteresada.
		Ejercer la virtud de la justicia.

	Desde el punto de vista de los demás.	Respetar la libertad ajena.
--	---------------------------------------	-----------------------------

Nota: Esta tabla muestra las responsabilidades que deben ser cumplidas por los periodistas al ejecutar su trabajo. *Luka Brajnovic, Deontología periodística (1978), p.127 <https://hdl.handle.net/10171/60376>*

La siguiente tabla de análisis corresponde a la **Tabla 3**, que nos permite analizar con bases teóricas los principios y criterios básicos deontológicos en el periodismo y su ejecución, Paredes 2020 en su investigación Responsabilidades deontológicas en medios digitales ecuatorianos: La Posta 2019, el cual fue tomado como referencia para recolectar información necesaria para generar los respectivos resultados y lograr nuestros objetivos.

**Tabla 4**

Principios y criterios básicos deontológicos en el contenido informativo

UNIDAD DE ANÁLISIS: CONTENIDO INFORMATIVO		
Categoría	Subcategoría	Marco conceptual/teórico
Principios y criterios básicos deontológicos	Veracidad, imparcialidad y honestidad	El contenido que presentan es veraz, responde a la realidad de los hechos. Son honestos con la información que difunden (FAPE, 2017). El medio da a conocer sus opiniones respecto a un hecho sin juzgar, emite un juicio de valor que no tenga intereses partidistas (Casals, 2005).
	Información exacta, contrastada y sin distorsión	La información que presenta el medio es verificada, presenta las dos versiones de la historia, quiénes y cuántas fuentes tiene. Existen datos que altera o distorsiona la verdad en lo que cuentan (FAPE 2017).
	Diferencia entre opinión e información y entre publicidad e información	El medio digital distingue en todos sus productos el tipo de contenido que es. Mezcla la opinión en la información. Mezcla la publicidad con la información. Emite opiniones en formatos periodísticos que no son de este tipo (FAPE 2017).
	Obtención de información y no ocultar hechos importantes	El medio digital obtuvo la información a través de medios legítimos y dignos. En los hechos que cuentan se está ocultando información relevante (FAPE 2017).
	Especial cuidado con información que afecte a niños, niñas,	La información que presenta el medio afecta a grupos vulnerables, minoritarios, discapacitados, niños, niñas y adolescentes. Se vulnera la integridad de dichos grupos. El

	adolescentes y grupos vulnerables	contenido que presentan es discriminatorio o sexista e incita a la violencia (FAPE 2017).
	Evitar el sensacionalismo	El tratamiento de la información es amarillista, morboso o sensacionalista (FAPE 2017).
	Autonomía e independencia	Qué tan independiente se muestra el medio, sobre todo hacia injerencias políticas o económicas. El medio es racional y analítico con el contenido que difunde. El medio muestra autonomía con respecto a intromisión de poderes políticos o económicos (Casals 2005).

Nota: Esta tabla muestra las categorías de los principios y criterios básicos deontológicos en los que se debe regir el medio. *Josefa Fernanda Paredes Paspuel Responsabilidades deontológicas en medios digitales ecuatorianos: La Posta 2019 (2020).*

## **2.5 Procesamiento de la evaluación: Validez y confiabilidad de los instrumentos aplicados para el levantamiento de información.**

Los instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron dados con validez a través de la técnica de validez de constructo en el cual se confirma la estructuración, los instrumentos a través de la teoría encontrada en los estudios previos un instrumento de medición se establece al comparar sus resultados con los de algún criterio externo que pretende medir lo mismo.

## **CAPÍTULO 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Realizando el análisis documental para llegar a los resultados deseados indagamos documentos legales en los que se menciona y fundamenta algunos procesos, deberes y derechos de manera legal en el país, haciendo referencia a aquello tenemos el Art. 81 de la Constitución Política de la Republica del Ecuador en el que se señala lo siguiente:

Art. 81. Los medios de comunicación social deberán participar en los procesos educativos, de promoción cultural y preservación de valores éticos. La ley establecerá los alcances y limitaciones de su participación. Se prohíbe la publicidad que por cualquier medio o modo promueva la violencia, el racismo, el

sexismo, la intolerancia religiosa o política y cuanto afecte a la dignidad del ser humano. (p.23)

Pérez y López (2019) como lo mencionamos en el marco teórico, indica que la inmersión del Internet trae consigo desafíos éticos en los periodistas por los que la información es un poco escueta y ambigua ya que no tiene regulación, Núñez (2013) concuerda con la referencia y acepta que los periodistas mantengan la preservación, de manera legal, de los valores éticos en su accionar mencionando que persistentemente se conserve la calidad profesional y las exigencias deontológicas en la práctica profesional.

De la misma forma Villegas (2013) nos indica que los códigos deontológicos y la ética periodística son acciones diferentes que se encuentran muy vinculadas y sin ética no existen los códigos deontológicos ni su ejecución, por lo que se concretan en deberes y obligaciones dadas por el medio que serán estos los que permitan llevar a cabo un análisis de la información de manera idónea. Morales et al. (2012) afirma esta realidad planteada mencionando que la deontología se fundamenta en la ética porque establece normas, reglas y principios que responden a realidades determinadas en cada profesión. Siendo así, los sujetos que ejecutan el periodismo deben relacionar en primer lugar su manera de actuar y la forma en la que se emite la información poniendo en práctica los valores éticos.

Kapuściński (2002) menciona que “para ser un buen periodista se tiene que primero una buena persona”, la cual tiene deberes y derechos, en Ecuador como en todo el mundo existen las bases legales que cada ciudadano, independientemente de su profesión tiene que cumplir, la Declaración Universal de Derechos Humanos menciona en su Art. 19.- sobre la libertad de expresión;

Art. 19.- Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión. (p.4)

En el estudio titulado Deontología en el ejercicio profesional del periodismo en Cuenca según su análisis los autores Ricardo Juera y Priscila Peralta (2020) indican que existen comunicadores con miedo reprimido, se ven forzados a guardar silencio sobre ciertos temas que afectan a políticos y empresarios que tienen convenios con el medio, por lo que no se genera ni se ubica información con toda libertad de expresión ni acorde a las

normas éticas ni morales que debe tener un periodista, esta acción es realidad netamente por un interés económico, que es el sustento de todos los hogares y familias, se puede evidenciar, no solo en Latinoamérica, sino en todo el mundo.

En el año 2018, hubo cambios en la Ley Orgánica de Comunicación donde entro a reformarse por cuestiones aparentemente políticas y se puso a consideración la eliminación de la Superintendencia de Comunicación, la eliminación de las normas deontológicas y la figura del linchamiento mediático. Luego de poner en consideración los posibles cambios en LOC, dicha ley fue reformada después de seis meses en las que se inició el proceso de cambios, los cambios se dieron en un 76% eliminando de forma definitiva los artículos 9 y 10 de la Ley”. normas que eran necesarias para el mejor proceso de recolección de datos y publicación en el periodismo, información que fue proporcionada a través de noticias del diario nacional El Universo (2018), sin embargo, aún queda un referente para la buena práctica del periodismo en medios digitales. Ecuador se quedó sin sustento legal en los medios de comunicación si nos referimos a códigos deontológicos, ya que la LOC sigue vigente y su última modificación fue en el año 2019, sin embargo, existe El CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL establecido por La Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, las cuales son indispensables para la ejecución del periodista y respalda el accionar antes el contenido que se difunde.

### **Entrevista**

El medio digital fue creado el 2 de mayo del 2019, en la actualidad cuenta con un personal laboral de cuatro personas, de los cuales tres son profesionales, dos de ellos licenciados en educación, una licenciada en comunicación y el gerente del medio se encuentra cursando la carrera de Comunicación y Marketing, sin embargo, cuenta con una experiencia laboral de 23 años dentro de medios de comunicación y ejerciendo el periodismo. Los tres trabajadores que no cuentan con un título profesional en el área de comunicación son considerados periodistas empíricos ya que manejan los términos y conocimientos que se amerita para realizar esta labor.

El medio no cuenta con un código deontológico, el gerente del medio menciona que se encuentra en desarrollo, pero no es primordial su término, ya que no lo lleva a cuestiones legales con el medio digital, sin embargo, considera importante la creación de uno en el



medio ya que regula las acciones profesionales de los trabajadores en cuestiones éticas y se acoplan a la misión y visión del medio.

Finalidad de crearse una imagen como tan solo una red social de información, sino proyectar a un medio de comunicación que a su vez sea utiliza a las redes sociales como un medio de difusión, generan contenido de todo tipo de género periodístico, sin embargo, se concentran más en el contenido informativo, los programas de noticias, reportajes y entrevistas fueron transmitidos hasta el mes de marzo por cuestiones personales de los trabajadores del medio.

### **Misión**

Nuestra misión es que nuestros medios de comunicación digitales siempre se comprometan en brindar contenidos con una programación en vivo de calidad y calidez con contenidos noticiosos, deportivos, culturales y de entretenimiento capaces de llevar siempre mensajes positivos a la sociedad (EsTV, 2019).

### **Visión**

Nuestro Canal y Radio digital tiene como objetivo alcanzar los primeros lugares de sintonía no solo en el entorno local (Provincia de Santa Elena); si no también en el medio nacional. Además, aprovechando la digitalización poder aumentar nuestra cartera selecta de clientes publicitarios e instituciones públicas que confían en nuestro trabajo (EsTV, 2019).

### **Propósito**

Nuestro propósito no es quedarnos quietos, al contrario es seguir siempre innovando e ir de la mano con la era digital tanto en la parte comunicacional como en el marketing; productos que se difunde por el Canal EsTV (EsTV, 2019)

### **Principales Valores son:**

- Responsabilidad
- Puntualidad
- Transparencia
- Imparcialidad

- Respeto

**Tabla 5**

Bases de la deontología periodística

<b>DEONTOLOGÍA PERIODÍSTICA</b>	Los deberes del profesional	Preparación profesional.	El medio cuenta solo con un profesional en la comunicación, el resto son especializados en otras áreas, si cuentan con sentido de responsabilidad, honestidad profesional, al no contar con una especialización acorde a tema de comunicación o periodismo no se conoce a profundidad sobre los códigos éticos del periodismo, sin embargo, ejercen su labor acorde a los valores del medio y trabajan en base a su moral.
		Sentido de responsabilidad.	
		Honestidad profesional.	
		Lealtad a la dignidad humana y a la profesión.	
	El contenido ético	La verdad.	El contenido ético concuerda con los valores que están presentes y con los que se desarrolla el medio, la verdad, la justicia y la libertad
		La justicia.	
		La libertad.	
	La Sociedad	El bien común.	El medio aporta a la sociedad, con información que beneficie al bien común, genere reacción en el público y en la competencia como referente y fuente de información reflejado en el número de seguidores del medio (96mil seguidores).
		El servicio a los demás.	
		El público.	
La competencia.			
Los vínculos exteriores	Las leyes positivas justas.	El medio de comunicación digital es legalmente una empresa consolidada que cuenta actualmente con normas internas, pero no refieren un código deontológico, y no tienen una organización profesional con los roles que desarrollan en el medio	
	La empresa periodística.		
	La organización profesional.		
Las formas periodísticas	Diversos modos de expresión periodística (noticia, entrevista, crónica,	El contenido que se difunde en el medio si es variado, contiene, noticias, entrevistas,	

		comentario, crítica, reportaje...)	crónica, comentarios, crítica y reportajes.
	Los cargos específicos	Director, Redactor jefe, jefe de sección, Redactores, Corresponsal, Reportero, Locutor-Periodista, etc.	Legalmente están consolidados como un medio de comunicación, sin embargo, no cuentan con el equipo humano que se haga cargo de las diferentes áreas de redacción, reporteros, corresponsales, el director del medio tiene que asumir esos papeles.

Nota: Esta tabla muestra los resultados del análisis de las categorías de los principios y criterios básicos deontológicos en los que se debe regir el medio. *Elaboración Propia / Luka Brajnovic, Deontología periodística (1978), p.86*  
[12https://hdl.handle.net/10171/60376](https://hdl.handle.net/10171/60376).

El cuadro de análisis de responsabilidad deontológica aplicada a cada uno de los que ejercen el periodismo en el medio digital estudiado da como resultado que cada uno de ellos ponen en práctica la responsabilidad deontológica, según el cuadro de características de Luka Brajnovic en su libro *Deontología periodística* “la responsabilidad, en este sentido, es la libertad de otorgar una parte de sí misma para aumentar el bien y evitar el mal” (Brajnovic, 1978, p.127), se deduce que la ética y la moral son una parte fundamental en la práctica periodística de los sujetos estudiados ya que dos de ellos tienen como profesión la licenciatura en educación, carrera que se sustenta en el aportar de manera favorable a la humanidad enseñando conocimientos desconocidos a los estudiantes, por otro lado los demás son personas que tienen bases y conocimientos prácticos y teóricos al momento de desenvolverse en la comunicación. También así al tener solo cinco años emitiendo información, se limitan a generar información con responsabilidad para así lograr una imagen pulcra y seguir generando credibilidad, al mismo tiempo mantenerse y aumentar el número de seguidores y visualizaciones.

### **Principios y criterios básicos deontológicos**

Los resultados que se logran a partir del cuadro de análisis de los principios y criterios básicos deontológicos en las publicaciones del medio fueron dirigidos hacia su contenido principal: entrevistas, programas en vivo y redacción de noticias. El medio digital EsTV

proyecta en su página de Facebook, que es donde se difunde su contenido, una imagen en la cual su contenido informativo siempre va de la mano con publicidad, en cada información que se publique. Cumplen con los requisitos de la FAPE, presenta contenido veraz, ya que cita y menciona artículos de la constitución del Ecuador que son verificados y válidos, así mismo hace referencia a información publicada de fuentes oficiales como el concejo de participación ciudadana, se emiten opiniones con respeto, sin juzgar a la persona entrevistada cumpliendo con uno de los principios a los que se refiere Casals (2005), y no se ve inclinaciones políticas a favor o en contra. La información que se brinda en esta entrevista a la ciudadanía no afecta ningún grupo vulnerable ni menciona contenido denigrante ni sexista o que incite a la violencia, la entrevista se concentra en temas políticos que son de interés social en todo el país.

Ilustración 1: Título del espacio: Bajo la lupa



Nota: Facebook de EsTV. <https://fb.watch/kuY098VMkx/>

El segundo contenido a analizar es un programa de transmisión en vivo de duración de 30 minutos en el cual se presentan noticias ocurridas en el día, la información y evidencia es tomada de medios nacionales que tienen sus noticieros en señal abierta, una presentadora es la encargada de generar el contexto de cada noticia en las instalaciones del medio digital EsTV. La información que es presentada por el medio se obtuvo a través de medios legítimos y dignos, porque son medio de comunicación legalmente consolidados, los cuales, si se encuentran regulados por la LOC, obedece a los parámetros

que menciona la FAPE para cumplir con los principios deontológicos utilizando la ética como norma principal al momento de poner en práctica el periodismo en el medio digital.

Ilustración 2: Título del espacio: 30 minutos al día



Nota: Facebook de EsTV. <https://fb.watch/kuYdy5AIzB/>

El tercer tipo de información a analizar es la redacción de noticias y las imagen que acompaña a estos datos publicados por el medio, la información que presenta el medio no se confirma si es verificada ya que no mencionan fuentes ni investigación propia, tampoco comentarios ni versiones de quienes podrían ser fuentes del acontecimiento, como menciona la FAPE existen datos que podrían entorpecer la recolección de información si no se identifica la veracidad de los hechos por una fuente oficial. El tipo de contenido es difundido e identificado como contenido informativo local, en el cual no se mezcla con la opinión. La información que comparte en esta noticia no afecta a los grupos vulnerable, ni e denigra a ningún grupo social, cumpliendo con el cuidado que menciona la FAPE en el cuadro de análisis, de la misma forma evita el sensacionalismo o amarillismo mostrando imágenes que generen morbo, tampoco se incluyen textos o título que inciten a el sensacionalismo.

En el análisis general de los tres tipos de contenidos podemos evidenciar mediante las publicidades y menciones en su página que no es independiente de manera policía ni económica por que si realizan pautas publicitarias con algunos partidos políticos y

autoridades de la localidad, como menciona Casals 2005 no se muestra una autonomía política y por ende económica y podemos hacer referencia a lo que menciona (Juela 2020), algunos medios no tienen poder de libertad de expresión porque su medio se encuentra patrocinado por un movimiento político o autoridad la cual asegura que el medio no emita comentarios que no favorecen a su imagen política.

Ilustración 3: Título del espacio: Noticias, Urgente



Nota: Facebook de EsTV.

<https://www.facebook.com/100065100606624/posts/pfbid04egzLPgCJsoamcT1op6WQkMrxi7ytcyhN18Qp9qxWKVswFvfuyMgBw745bxUfy7gl/?mibextid=cr9u03>

## CONCLUSIONES

Los códigos deontológicos para los medios de comunicación y los periodistas no se vienen planteando desde hace poco, por lo que son de gran importancia en el desarrollo de aquellos, la LOC fue creada con la finalidad de regularizar y ayudar a los medios con información que se brinda sin quitarle uno de sus mayores derechos, la libertad de expresión. El internet sin duda es un gran cambio en el diseño, método, tipo y forma en el que se genera el periodismo en una red social ya que pueden existir muchos retos, los cuales se ven reflejados en la ética y moral de los periodistas.

La deontología periodística incide de manera significativa en los medios digitales ya que fundamenta la calidad y veracidad de los contenidos informativos, además de establecer los principios éticos y estándares de conducta que los periodistas deben seguir en su trabajo, aunque no se tenga un documento legal, la existencia de las bases deontológicas y éticas dentro del periodismo aseguran aspectos como la privacidad, la protección de derechos, la libertad de expresión y de diversidad de opiniones.

Para ejercer de manera profesional cualquier especialización es importante diferenciar que ética y deontología no son sinónimos. La deontología profesional abarca el conjunto de normas que están relacionadas con un grupo específico y se centra en el deber y la responsabilidad. Por otro lado, la ética profesional es una disciplina que analiza los contenidos normativos de ese mismo grupo y forma parte de la ética aplicada, orientándose hacia lo que se considera como bueno y correcto., sin embargo, no hay deontología si no existen los valores éticos en el profesional

La falta de regulación de contenidos en los medios digitales (Internet), permite que la información difundida no sea del todo cierta o no tenga verificación, acción que se encuentra legalmente aprobada por la LOC y se convierte en un deber de los medios de comunicación, entregar información de calidad a la ciudadanía que, sea verificada y contrastada. Los medios digitales cuentan con elementos totalmente beneficiosos para la sociedad, sin embargo, se encuentra también llenos de retos y ambigüedades que aún no logran ser reguladas.

Incluyendo a los medios nativos digitales se evidencia según los antecedentes de investigaciones revisadas, algunos medios digitales no se sustentan con los principios y criterios básicos deontológicos ya que son desconocidos, por esta razón optan por difundir

contenido mediante redes sociales ya que no se encuentran regulados y no cuentan con una base legal que los norme, no obstante, la buena labor periodística se genera desde que el periodista quiere realizar un beneficio a la comunidad, sin contar con un código o ley que de manera legal se vea obligado a realizar su trabajo de manera correcta.

El medio digital EsTV es un ejemplo de aquello, a pesar de no contar con más de 5 años en funcionamiento, según el análisis con bases teóricas de la investigación se llega a la conclusión que los códigos deontológicos funcionan como referente al momento de generar normas en los que laboran en el medio de comunicación, ellos no cuentan con un código deontológico y según la LOC no se encuentran en la obligación de realizarlo, sin embargo el buen accionar periodístico y las características que nos mencionan Brajnovic, (1978) y Paredes, (2020) en sus tablas y el análisis documental realizado son pocas las características de un código deontológico que no cumple el medio digital, a pesar de no contar con uno, se pone en práctica el profesionalismo de los que laboran en el medio de comunicación y se ven reflejados los valores con los que se fundamenta su trabajo.

La Deontología periodística en medios digitales al igual que otras áreas del periodismo tiene muchos rasgos que mejorar, estos medios son muy consumidos en la actualidad, por lo que debería existir una norma, ley, o regamentos que sustenten y validen la información que es ubicada en este tipo de medios de comunicación.

Además, es importante mencionar que, durante el gobierno del 2017 al 2021, las leyes favorecieron al sector de los medios de comunicación, en el sentido que ellos podían manejar o manipular la información a conveniencia por intereses propios o económicos, al derogar los artículos 9 y 10 que trataban sobre los códigos y normas deontológicas. También es relevante destacar que los medios digitales nativos aún no están incluidos dentro de la categoría de medios de comunicación establecida por la Ley Orgánica de Comunicación.

La ejecución de la metodología cualitativa ayudó a el análisis y comprensión del accionar y los diferentes procesos que se llevan a cabo en el medio digital con la finalidad de conseguir nuestros objetivos planeados, generando un recurso más para posibles investigaciones acorde al tema en el que se desarrolló el estudio, los hallazgos sirven como fuente de antecedentes, y las bases teóricas ayudan a facilitar el entendimiento del



tema según las bases legales y conceptuales del proceso en el cual se ha visto el código deontológico en Ecuador y como es ejecutado en los medios digitales.

## **RECOMENDACIONES**

Los medios digitales son considerados una fuente de información y medios de comunicación, por lo que es necesario que de esta misma forma cumplan con lo estipulado, de igual manera que los medios tradicionales, aunque no se encuentren regulados por la Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador, ya que genera mayor credibilidad en la información que publican y en el accionar periodístico del grupo humano que labora en los medios.

Los medios digitales deben construir códigos deontológicos, sobre el cual se sostenga su actividad para la creación de todo tipo de contenidos. Aportará con valores éticos en el desarrollo laboral de los periodistas, creando un ambiente de armonía acorde a normas de respeto, puntualidad y justicia, así también facilita la toma de decisiones al tener que trabajar con información recolectada, sin dejar a un lado uno de los más importantes derechos, la libertad de expresión.

Es crucial abordar la ética en el ámbito del periodismo en entornos académicos, como las universidades y otras instituciones educativas de nivel superior. Esta atención resulta esencial, ya que ayuda a la formación de profesionales más capacitados y competentes en esta área. Además, es de suma importancia tener un claro entendimiento de las responsabilidades y derechos que los periodistas poseen en los medios de comunicación, a fin de cumplir plenamente con ellos. Los valores y principios éticos deben ser aplicados de manera integral en todas las áreas de nuestras vidas, tanto a nivel profesional como personal.

Los periodistas tienen derechos que les amparan en el ejercicio de su labor. Estos derechos al igual que los deberes deben ser socializados al momento de ingresar a laborar en cualquier medio de comunicación así sea digital, en el proceso de investigación deducimos que la importancia que se les da a las normas y leyes en el medio dependerá

mucho de cómo se maneje el mismo y cuales sean los principios, valores y ética que maneje cada profesional.

El periodista competente debe brindar información clara y pertinente que satisfaga las necesidades de las comunidades a las que se dirige. Es fundamental que pueda separar sus emociones personales de su labor profesional. Esto implica observar los acontecimientos del mundo de manera objetiva y profesional, evitando ser influenciado por ideologías o creencias impuestas por la sociedad. Un buen periodista se esfuerza por presentar los hechos de manera imparcial, proporcionando una perspectiva equilibrada y veraz a sus audiencias.

Es fundamental que aquellos involucrados en el ámbito del periodismo o los periodistas sin formación académica busquen una capacitación continua y especializada en su campo de trabajo, tanto desde el punto de vista profesional como legal. Esto les permitirá evitar cometer errores y desempeñar sus labores de manera eficaz, garantizando así la calidad de su trabajo en el campo periodístico.

## REFERENCIAS

- Antonio Navarro Rodríguez, D. C. (2009). Evolución de los códigos deontológicos en España. Una perspectiva general a partir del análisis de dos casos concretos. *Cuadernos de comunicación*.
- AZNAR, H. (2000). Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 350-352.
- Barroso, P. (2011). Códigos de deontología periodística: análisis comparativo. *Universitas. Revista de ciencias sociales y humanas*.
- Brajnovic, L. (1978). Deontología periodística. *Ediciones Universidad de Navarra, S. A. {EUNSA}*. ISBN, 84-313-0496-0. doi:<https://hdl.handle.net/10171/60376>
- Carro, M. J. (2005). *Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa*. Madrid: Editorial Fragua.
- Chal Jimenez Vinueza, R. N. (2022). PERIODISMO DEONTOLÓGICO VS PERIODISMO DIGITAL, ¿Las dos caras de la misma moneda? *International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual* , 2-10.
- Claudia García Benítez, A. U. (2005). Entre la ética y deontología profesionales. Reflexión sobre el campo periodístico. *En REencuentro. Análisis de Problemas Universitarios*, <https://bit.ly/3gUgITs>, 1-13.
- Comunicación, L. O. (2013). Ley Orgánica de Comunicación. *Ley 0*, 1-46.
- Comunicación, L. O. (20 de Febrero de 2019). *Ley 0*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicación.pdf>
- Conde, G. J. (2018). *CONTENIDOS INFORMATIVO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL CANTÓN BABAHOYO Y SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO DE LOS HABITANTES DEL SECTOR "BY PASS" EN LA CIUDAD CAPITAL DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS*. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/5128>

- ECUADOR, C. P. (11 de Agosto de 1998). *CONSTITUCION POLITICA DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic2\\_ecu\\_anexo15.pdf](https://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic2_ecu_anexo15.pdf)
- ENCABO, M. N. (2006). Los orígenes del Código Deontológico de la FAPE. *CUADERNOS DE PERIODISTAS, ABRIL DE 2006*, 67-74.
- Encabo, M. N. (2013). Necesidad y retos deontológicos de la autorregulación del periodismo multimedia. *En Revista Científica de Información y Comunicación. N° 10*, 203-214.
- FAPE. (22 de Abril de 2017). *Código Deontológico*. doi:<https://fape.es/home/codigo-deontologico/>
- Galarza, C. R. (2020). LOS ALCANCES DE UNA INVESTIGACIÓN. *CienciAmérica Vol. 9(3)*.
- Gonzalez, J. L. (2021). Diseño y Metodología de la Investigación. ISBN: 978-612-48444-2-3. doi:<http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>
- Hernández-Sampieri, R. (2018). Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixtas. *McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V.*
- HUMANOS, D. U. (s.f.). Obtenido de [https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/declaracion\\_universal\\_derechos.pdf](https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/declaracion_universal_derechos.pdf)
- Jesus Díaz Campo, M.-Á. C. (2020). Periodismo computacional y ética. Análisis de los códigos deontológicos de América Latina. *Icono 14, 18 (1)*, 10-32. doi: [10.7195/ri14.v18i1.1488](https://doi.org/10.7195/ri14.v18i1.1488).
- Jesús Díaz del Campo-Lozano, M.-Á. C.-D. (2018). Los desafíos éticos del periodismo en la era del big data: análisis de códigos deontológicos latinoamericanos. *Palabra Clave, 21(4)*, 1136-1163. DOI: [10.5294/pacla.2018.21.4.8](https://doi.org/10.5294/pacla.2018.21.4.8).
- Jesús Morales León, S. M. (2012). Código deontológico para profesionales de la Comunicación en Nuevo León (México). *En Actas IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: comunicación, control y resistencias. Sociedad Latina de Comunicación Social*, 188.

- Kapuściński, R. (2002). Los cínicos no sirven para este oficio. Para un buen periodista. *España: Anagrama. Información recuperada en URL: <http://biblioteca.upacifico.cl/wp/wp-content/uploads/2012/05/Periodismo-Marzo.pdf> (Fecha 07/05/2016).*, 7-124.
- KARLA LÓPEZ CEDEÑO, M. F. (2017). LA CONSTRUCCIÓN DE CONTENIDOS INFORMATIVOS A PARTIR DE LA ÉTICA DEL PERIODISTA GUAYAQUILEÑO 3.0. *ALTERNATIVAS ISSN: 1390-1915 • VOL. 20 • N.O 1 • 2019 • 14-27.*
- Koziner, N. (2018). Periodistas y fuentes en la prensa argentina. Revisión teórica a partir de un caso empírico. *Rev. mex. opinión pública no.24 Ciudad de México .* doi: <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.61707>
- Larequi, J. C. (2001). Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico ISSN: 1134-1629*, 33-48.
- Martínez-Villalba, J. C. (2018). CONTENIDO DE LOS CÓDIGOS DEONTOLOGÍCOS. *#PerDebate, 1.* <https://doi.org/10.18272/pd.v1i0.1201>.
- Michelle Alexandra Benítez Vite, P. E. (2020). Comportamientos generacionales y contenidos informativos que construyen el mundo de las Fake News en Ecuador. *Revista Científica, 5(16), 208-229, e-ISSN: 2542-2987. Recuperado de: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2020.5.16.11.208-229>.*
- Paredes, J. F. (2020). *Responsabilidades deontológicas en medios digitales ecuatorianos: La Posta 2019.* doi:<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/17568/2/TFLACSO-2021JFPP.pdf>
- Pedro Vicene Vallejo Calderón, P. M. (2022). Géneros periodísticos transmedia en el Ecuador. El caso de "La Posta". *ReHuSo*, 46-61. doi:10.5281/zenodo.6522970
- PENÍNSULAR, E. C. (2019). *"EsTv Canal PENÍNSULAR Y Radio La dura Corp.* Obtenido de [https://estvradioPENÍNSULAR.com/?page\\_id=3311](https://estvradioPENÍNSULAR.com/?page_id=3311)
- Porfirio Barroso, M. d. (2009). La cláusula de conciencia en los códigos de ética periodística: análisis comparativo. *Signo pensam. vol.28 no.55 Bogotá July/Dec. 2009*, 124-135.

- Renó, D. P. (2011). PERIODISMO, REDES SOCIALES Y TRANSMEDIACIÓN. *RAZÓN Y PALABRA Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación* .
- Ricardo Adrián Juela Culcay, P. P. (2020). Deontología en el ejercicio profesional del periodismo en Cuenca. *Universidad de Cuenca. Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación*.
- Ruiz, F. J. (2014). Cómo entender al periodismo. *Selección de la obra de Wolfgang Donsbach*.
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *El profesional de la información*, v. 28, n. 1, e280101.
- Sanchez, F. (9 de enero de 2012). *CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA EN EL ECUADOR*. Obtenido de <https://facso2012.blogspot.com/2012/01/codigo-de-etica-profesional-del.html>
- Sara Pérez, X. L. (2019). La ética del Periodismo Inmersivo a debate. *En Hipertext.net. Número 18.*, 1-13. doi:<https://bit.ly/2Av7PKt>
- Sheyla Carolina Loor Baquerizo, S. B. (2022). La práctica del periodismo investigativo en el noticiero de Radio Récord. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR. Vol. 5*, 102-117.
- Suárez-Villegas, J. C.-Á.-C. (2019). PAUTAS DEONTOLÓGICAS PARA EL PERIODISMO DIGITAL. *El profesional de la información*, 249-254.
- TECNOLOGICA, T. U. (29 de JULIO de 2022). *TECH Universidad Tecnológica*. Obtenido de TECH Universidad Tecnológica: <https://www.techtitute.com/ec/periodismo-comunicacion/blog/etica-y-deontologia-periodistica>
- Universo, E. (3 de diciembre de 2018). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/12/03/nota/7081764/normas-deontologicas-eliminadas-loc/>
- Villegas, J. C. (2013). ¿EXISTE UN MÉTODO DE ANÁLISIS DE LA ÉTICA PERIODÍSTICA? *Actas del 2º Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación* .

## ANEXOS

### Anexo 1: Responsabilidad Deontológica

#### 1.1 Sujeto 1

Edwin Salinas Sánchez

Gerente de EsTv Canal PENÍNSULAR

			Presente	Ausente
<b>RESPONSABILIDAD</b>	Desde el punto de vista del bien moral.	Impedir la libertad de perjudicarlo.	x	
		Estar en concordancia con el deber.	x	
	Desde el punto de vista de uno mismo.	Disciplinar la libertad en beneficio moral propio.	x	
		Fomentar la generosidad desinteresada.	x	
	Desde el punto de vista de los demás.	Ejercer la virtud de la justicia.	x	
		Respetar la libertad ajena.	x	

#### 1.2 Sujeto 2

Lcda. Gicela Vélez

Directora de programación

			Presente	Ausente
<b>RESPONSABILIDAD</b>	Desde el punto de vista del bien moral.	Impedir la libertad de perjudicarlo.	x	
		Estar en concordancia con el deber.	X	
	Desde el punto de vista de uno mismo.	Disciplinar la libertad en beneficio moral propio.	X	
		Fomentar la generosidad desinteresada.	X	
	Desde el punto de vista de los demás.	Ejercer la virtud de la justicia.	X	
		Respetar la libertad ajena.	X	

### 1.3 Sujeto 3

Lcdo. Jefferson Salinas

Director de Radio La Dura

			Presente	Ausente
<b>RESPONSABILIDAD</b>	Desde el punto de vista del bien moral.	Impedir la libertad de perjudicarlo.	X	
		Estar en concordancia con el deber.	X	
	Desde el punto de vista de uno mismo.	Disciplinar la libertad en beneficio moral propio.	x	
		Fomentar la generosidad desinteresada.	X	
	Desde el punto de vista de los demás.	Ejercer la virtud de la justicia.	X	
		Respetar la libertad ajena.	x	

### 1.4 Sujeto 4

Lcda. Dayana Vásquez

Producción y Marketing

			Presente	Ausente
<b>RESPONSABILIDAD</b>	Desde el punto de vista del bien moral.	Impedir la libertad de perjudicarlo.	x	
		Estar en concordancia con el deber.	x	
	Desde el punto de vista de uno mismo.	Disciplinar la libertad en beneficio moral propio.	x	
		Fomentar la generosidad desinteresada.	x	
	Desde el punto de vista de los demás.	Ejercer la virtud de la justicia.	x	
		Respetar la libertad ajena.	x	

### Anexo 2: Entrevista

N°	Preguntas
N°1	¿Cuántas personas laboran en el medio?
N°2	¿Cuántos de ellos son periodistas o comunicadores?
N°3	¿Cuál es la importancia de la Deontología en la profesión?



<b>N°4</b>	¿Consideran indispensable un código deontológico para controlar las acciones profesionales de los periodistas?
<b>N°5</b>	¿Cuentan con un código deontológico?
<b>N°6</b>	¿Cuándo fue creado el código deontológico?
<b>N°7</b>	¿En qué fecha fue creado el código deontológico?
<b>N°8</b>	¿Quién creó el código deontológico?
<b>N°9</b>	¿El código está creado en base a la misión, visión y objetivos del medio?
<b>N°10</b>	¿Es socializado el código deontológico con todas las personas que laboran en el medio digital?
<b>N°11</b>	¿Qué contenido es más difundido?

### **Anexo 3: El Código De Ética Profesional establecido por la Federación Nacional De Periodistas del Ecuador**

La Federación Nacional de Periodistas del Ecuador dicta el siguiente CODIGO DE ETICA PROFESIONAL para normar la conducta profesional de los periodistas ecuatorianos: (Sanchez, 2012)

#### 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.

## 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.

## 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.

#### 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.

## 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.

## 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.

## CAPITULO VII

### DISPOSICION FINAL

Artículo 44.- El presente CODIGO DE ETICA PROFESIONAL fue aprobado por el Comité Ejecutivo Nacional de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, en la ciudad de Cuenca, el 17 de noviembre de 1978.

Promulgado en el Registro Oficial No. 120, de 4 de febrero de 1980