

e estudios/Working Papers

(WP-2014-36)

Título

Las orientaciones éticas de los periodistas dentro de la cultura periodística de Ecuador

Autor(es):

Oller, Martín; Chavero, Palmira; Cevallos, Patricio; Carrillo, Julia



Recibido: 01/11/2014
Aceptado: 01/01/2015
Publicado: 19/01/2015



Creative Commons License 3.0 (España) Reconocimiento-No Comercial-Sin Obras Derivadas.

Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las condiciones siguientes: Reconocimiento - Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciadore (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra). No comercial - No puede utilizar esta obra para fines comerciales. Sin obras derivadas - No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra. Más información en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/>



Las orientaciones éticas de los periodistas dentro de la cultura periodística de Ecuador

Oller, Martín; Chavero, Palmira; Cevallos, Patricio; Carrillo, Julia

Resumen/Abstract:

Este artículo presenta los resultados relacionados con los valores éticos de los periodistas ecuatorianos obtenidos del proyecto Cultura Periodística de Ecuador (CPE). El principal objetivo de este estudio es determinar las orientaciones éticas tradicionales y comunes que comparten los entrevistados, ya que estos principios definen la responsabilidad, las decisiones, la autonomía y el ejercicio profesional de los periodistas. La ética profesional es uno de los principales factores que determina el nivel de profesionalismo de los periodistas y la profesionalización del periodismo; la regulación del mercado mediático –basado en el modelo económico y empresarial de los medios–; la autorregulación de los medios –códigos deontológicos–; el intervencionismo del Estado y la implicación de la sociedad civil en el proceso comunicativo –participación y acceso a la información de los ciudadanos–. En este estudio se realizaron 31 entrevistas en profundidad a periodistas en activo de 6 medios de comunicación nacionales y un análisis contextual de la cultura periodística de Ecuador. Los resultados muestran que los periodistas entrevistados en Ecuador quedan clasificados dentro del contexto periodístico, según las perspectivas propuestas por Plaisance (2005) y Hanitzsch (2007) basadas en las ideologías éticas, como eminentemente absolutistas, tendientes al situacionismo y en menor medida al excepcionismo.

Palabras clave/Keywords:

Cultura Periodística; Ecuador; ética periodística; deontología; autorregulación; profesionalismo.

Extracto curricular/Authors Information:

El Dr. Martín Oller es profesor investigador en la Universidad de las Américas (UDLA), Ecuador (martin.olleralonso@gmail.com). Palmira Chavero es doctora en Periodismo por la UCM (España) e investigadora del GIGAPP Grupo de Investigación en Gobierno, Administración y Políticas Públicas (pchavero@gmail.com). El Mag. Patricio Cevallos es profesor e investigador en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (pcevallosl@puce.edu.ec). La Mag. Julia Carrillo es profesora investigadora en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (jmcarrillo@puce.edu.ec)

Las orientaciones éticas de los periodistas dentro de la cultura periodística de Ecuador

Oller, Martín; Chavero, Palmira; Cevallos, Patricio; Carrillo, Julia

1. Introducción

La cultura periodística de América Latina, los países andinos y, concretamente, Ecuador, ha sido escasamente analizada en profundidad debido a la falta de tradición investigativa en la región. Actualmente, comienzan a aparecer trabajos al respecto; por estos motivos, el proyecto Cultura Periodística de Ecuador (CPE) pretende aportar una serie de insumos que ayuden a entender y explicar la idiosincrasia y las particularidades de una cultura periodística definida a partir de la actividad profesional de los periodistas que la integran y el contexto que la delimita y la define.

Si se pretende profundizar en el análisis de la cultura periodística de Ecuador se hace necesario establecer las dimensiones que definen a los periodistas dentro de un contexto cambiante, que influye directamente en el trabajo que desarrollan y que complejiza cada vez más la profesión. Por estos motivos, el análisis de los valores e ideologías éticas de los periodistas presentado en este artículo parte del estudio de la influencia contextual, que es desestructurada en tres niveles (Oller y Meier, 2012): 1) nivel externo o de sistemas, 2) nivel intermedio o de organización y 3) nivel interno o de actor.

La ética profesional toma especial protagonismo dentro del contexto mediático actual debido a la creciente influencia procedente de los agentes económicos y los diferentes focos de poder. Esta situación ha llevado a los medios de comunicación a generar distintas vías de regulación y autorregulación que les permitan cierto grado de independencia y autonomía. De modo que los periodistas sustentan parte de su credibilidad profesional en una ética periodística definida, según Prado (1999), por un conjunto de principios, valores y estándares que juzgan las conductas éticas que caracterizan a un grupo particular de profesionales.

El proyecto Cultura Periodística de Ecuador analiza entre otros aspectos la idea que tienen los periodistas ecuatorianos de ética profesional a partir de las dimensiones de análisis de Hanitzsch (2007). Para ello se llevaron a cabo 31 entrevistas en profundidad a periodistas de 6 medios de comunicación de Ecuador y un análisis de las influencias que reciben los periodistas y determinan su actividad profesional basados en el contexto cultural, político, económico y social.

Los objetivos de esta investigación son: 1) Conocer si los periodistas entrevistados consideran que existen unos principios éticos universales que deben ser seguidos por todos los

profesionales o, por el contrario, deben poseer sus propios códigos éticos de conducta individuales; 2) identificar si los periodistas entrevistados creen que deben rechazar los métodos periodísticos éticamente cuestionables o que puedan dañar a terceros y 3) establecer las principales prácticas periodísticas consideradas como “reprochables” o “poco éticas” por los periodistas entrevistados.


2. Metodología

El proyecto CPE lleva a cabo una construcción teórica de la cultura periodística de Ecuador. Para ello se ha realizado, en primer lugar, una desestructuración de esta en dimensiones de análisis (Hanitzsch, 2007) y, en segundo lugar, un estudio del contexto. Las dimensiones propuestas por este autor quedan divididas en tres bloques: 1) Bloque de papeles institucionales: intervencionismo, distancia del poder y orientación de mercado; 2) Bloque de epistemología: objetividad y empirismo y 3) Bloque de ideología ética: relativismo e idealismo.

A estas dimensiones se ha añadido el análisis de la percepción que los periodistas entrevistados tienen de su grado de autonomía profesional y su nivel de confianza en las instituciones del país. Concretamente, en este artículo se mostrarán los resultados obtenidos en torno a la dimensión de ética periodística.

Para conocer la idea de ética profesional se han realizado un total de 31 entrevistas en profundidad a periodistas ecuatorianos en activo con responsabilidad editorial¹ en 6 medios de comunicación –prensa, radio y televisión; públicos, privados y comunitarios– de calidad² de Ecuador.

Tabla 1: Parámetros básicos de la muestra del estudio Cultura Periodística de Ecuador (CPE)

Parámetros básicos	Ecuador
Periodistas entrevistados	31
Mujeres periodistas (%)	32
Edad (M)	35
Grado universitario en comunicación (%)	81
Años de experiencia como periodistas (M)	11,1
Años de trabajo en el medio actual (M)	6,3
Datos sociodemográficos	
Autoubicación ideológica (%)	Izquierda o Centro-Izquierda: 41,9 Centro: 35,5 Derecha: 6,5
Ocupación de un cargo político (%)	No: 96,8 Sí: 3,2
Interés en la política	Bastante o mucho  Medio: 9 Poco o nada: 8

FUENTE: Elaboración propia a partir de los resultados del estudio CPE

¹ Dentro de las redacciones de los medios se seleccionaron periodistas situados en distintas jerarquías en relación con la información: redactores, coordinadores de sección, editores y jefes de redacción.

² Denominados así por su influencia sobre otros medios y su mediación en la opinión pública y en el proceso de creación de agenda en base a los temas actuales (Jarren y Vogel, 2008: 18).

El trabajo de campo se llevó a cabo en Ecuador -fundamentalmente en Quito, Guayaquil y Cuenca- durante el primer semestre de 2014. Las entrevistas se realizaron en las redacciones de cada uno de los medios en los que trabajan los periodistas entrevistados sin la presencia física de los jefes inmediatos.

3. La cultura periodística de Ecuador

La cultura periodística de un país está influenciada por el contexto político, económico, social y multi-inter-cultural, proporcionándole unas características y rasgos específicos que la definen y la diferencian de otras –p.e. occidentales–. Los profesionales de la comunicación desarrollan su trabajo dentro de una cultura periodística enraizada dentro de la cultura general de una región o país, de forma que la construcción teórica de una cultura periodística, como es en este caso la de Ecuador, es algo tan complejo que requiere comenzar el análisis a partir de la representación de todas las instituciones y los sistemas implicados en el proceso comunicativo en cada una de sus diferentes vertientes.

Ecuador queda englobado dentro de la denominada cultura periodística intermedia de América Latina³, que bajo este paradigma “es estudiada en base a características propias locales –aspectos sociales, políticos, ideológicos, tecnológicos, históricos, étnicos y económicos– y globales –influencias procedentes de la cultura periodística occidental, impregnadas de connotaciones mercantiles, estandarizadoras, colonialistas e imperialistas–” (Oller, 2014:128). “Hoy, más que nunca, estas culturas fragmentadas pigmentan y desarrollan el concepto estático y monocromo basado en la estandarización de todos los rasgos periodísticos internacionales. De esta manera se presenta el fenómeno de la globalización como algo más que una simple homogeneización de la cultura en general y de la cultura periodística en particular. A partir del concepto bipolar globalización-convergencia se llega al denominado fenómeno 'glocal', el cual ubica de forma más precisa las situaciones de cambio y evolución de las diferentes culturas periodísticas en todo el mundo (Oller y Barredo, 2013: 11).

En este artículo se desarrolla un marco teórico en torno a las perspectivas no occidentales dentro de la discusión epistemológica de los principios éticos universales dentro de los medios y el periodismo de Ecuador. Rao y Wasserman (2007), siguiendo la teoría poscolonial, argumentan que los principios éticos universales deben tener en cuenta la historia del colonialismo, los diferentes poderes entre las naciones y los pueblos y la importancia de la teoría indígena. Estas condiciones poscoloniales y de indigenismo influyen en cómo los medios profesionales y los periodistas toman sus decisiones éticas. Esta perspectiva lleva a un análisis de las ideologías éticas de los periodistas en Ecuador basado en las condiciones de poscolonialismo como principio que sustenta las ideas éticas, políticas y culturales del país, sobre todo porque existe la necesidad de “superar la crisis de entendimiento producida por la ineficacia de las viejas categorías éticas para definir el mundo” (Dirlik, 1994), un mundo diverso en el que estas categorías de análisis deben adecuarse a los diferentes contextos periodísticos para poder llegar a un entendimiento más profundo del fenómeno.

³ Para profundizar más en este tema: http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/CAL_35_Oller.pdf

Así que a partir de la aceptación de la diversidad y del “des crédito de las normas universales” (Christians, 2005:3) –que pretenden aplicarse indistinta y homogéneamente a cualquier contexto– se evalúan las ideologías éticas de los periodistas en Ecuador, en busca de conceptos, intenciones y comportamientos éticos alternativos y característicos de los profesionales de este país. En esta línea argumental la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador (FENAPE)⁴ dictó el 17 de noviembre de 1978 el Código de Ética Profesional en el que se encontraban los principios fundamentales de libertad de expresión, información y opinión; el profesionalismo del periodista; la relación del periodista con la comunidad, el Estado, la empresa y FENAPE y las relaciones internacionales⁵.

4. La ética profesional periodística

La ética es el análisis, la evaluación y la promoción de lo que constituyen las conductas correctas y un carácter virtuoso a la luz de los mejores principios disponibles. Ética no es la simple pregunta de cómo vivir bien. Es la pregunta de cómo debemos vivir bien éticamente (Ward, 2009). Las orientaciones éticas de los periodistas son importantes porque reflejan y crean las guías normativas profesionales y discuten las prácticas básicas del trabajo diario (Plaisance, Skewes y Hanitzsch, 2012), estableciendo cómo los profesionales interpretan, equilibran y modifican sus principios basados en los factores de noticiabilidad (Schulz, citado por Donsbach en Muñoz- Alonso y Rospir, 1995; Bouza, 2007; González y Chavero, 2013), las nuevas tecnologías y las nuevas condiciones sociales (Ward, 2007; 2009). Por este motivo, “los comportamientos éticos se han legitimado como un campo científico necesario dentro de las Ciencias Sociales” (Treviño, 1986: 601). Además, “estos principios éticos no son usados solamente para sugerir cómo deben comportarse los periodistas, también definen quiénes son ellos” (Singer, 2014: 67), dibujando un círculo que protege a “nosotros” (periodistas) y excluye a “ellos”, todas las personas que no son periodistas (Schudson y Anderson, 2009; Singer, 2014).

Schudson (1996) habla de tres puntos a tener en cuenta en la producción informativa y que deben tenerse presentes a la hora de analizar la ética periodística: 1) las perspectivas económica y política donde quedan reflejadas las tendencias del mercado⁶ y el punto de vista o control del Estado⁷; 2) la influencia de las organizaciones sociales en los procesos periodísticos y 3) las relaciones personales y profesionales desde un punto de vista cultural basado en aspectos simbólicos.

Respecto a la regulación del mercado, la estructura empresarial de los medios lleva en ocasiones a “los periodistas a entablar un diálogo entre sus ideas profesionales y las beneficios producidos al seguir la línea comercial y financiera de las organizaciones de los medios”

⁴ Existen distintas asociaciones de periodistas en Ecuador como la Unión Nacional de Periodistas, Confederación Nacional de Periodistas, entre otras.

⁵ <http://goo.gl/S2WFkS>

⁶ Bagdikian (2004) habla del “monopolio de los medios” como un conglomerado propio de canales de comunicación en el mundo cada vez mayor.

⁷ Herman y Chomsky (2002) definen el “modelo de propaganda” como los medios al servicio de los intereses del Estado y la actividad privada.

(Berkowitz y Limor, 2003:784). Hay estudios, como el llevado a cabo por Stavitsky y Dvorkin (2008) sobre el periodismo en Estados Unidos, donde plantean que si las guías de ética son similares y deben aplicarse con base en unos valores sólidos, ¿por qué existe esa relativa diferencia entre los medios comerciales y públicos? Se podría responder a partir de algunos de los principales estudios basados en las orientaciones éticas de los periodistas donde se realiza la distinción entre medios privados y públicos o estatales. Estos afirman que los periodistas que trabajan en los medios comerciales se exponen a grandes presiones mercantiles que les llevan a tener un fuerte relativismo y un bajo nivel de idealismo (Plaisance, Skewes y Hanitzsch, 2012). Estos trabajos muestran cómo la propiedad de los medios juega un rol principal en las ideas y en los comportamientos éticos de los periodistas.

En la actualidad, el panorama mediático de Ecuador está cambiando drásticamente y, con él, su modelo de mercado. Como Maciá-Barber (2014: 98) expone, “la crisis del modelo comercial de los medios de comunicación debe ser considerada como una magnífica oportunidad para consolidar su autorregulación”. Aunque esta autorregulación, que acaba rigiéndose bajo parámetros empresariales o ideológicos, ha demostrado no funcionar de manera eficiente para la profesión, por cuanto relega al ciudadano a un segundo plano (Chavero, en prensa). Estos motivos han sido asimilados por el Estado ecuatoriano en su decisión de toma de control de la regulación de los medios de comunicación. Determinación que conlleva sus riesgos debido a que “la prensa es, desde sus orígenes, una actividad liberal refractaria a las regulaciones externas que suelen restringir el derecho de libre expresión. Entonces, las iniciativas que tomen los periodistas contribuyen a contrarrestar las medidas que pretendan regular una profesión desde afuera” (Amado, 2008: 212). De modo que, según White (2008), existen propuestas estatutarias de regulación de los medios por parte del Gobierno –algunas mejores que otras–. Sin embargo, y según este mismo autor, las mejores están organizadas por los periodistas con representación de la sociedad civil, incluidos los grupos minoritarios y de especial vulnerabilidad.

A pesar de lo anteriormente dicho, el intervencionismo del Estado en ocasiones queda justificado debido a que la regulación de las normas éticas está conectada con el desarrollo de las regulaciones públicas del sistema mediático (Price, Rozumilowicz y Verhulst, 2002; Ward, 2009). Aunque debe tenerse en cuenta la condición de la información, realizando, según Amado y Amadeo (2014: 271), “una clara distinción entre información y propaganda”. De forma que aquí se podría plantear la pregunta que Ward (2009) formula: ¿Qué mecanismos públicos pueden ser utilizados para mejorar el nivel de los medios de comunicación, sabiendo que el periodismo tradicional desea una “autorregulación” e incluyendo la “regulación pública”?

Para intentar responder a esta pregunta, en primer lugar y en relación a la idea de regulación pública, cabe decir que hoy día existen argumentos sobre el rol a ejercer –y ejercido– por el Estado en esta área ya que en el nuevo paisaje informativo la responsabilidad pública de los medios necesita ser revisada. Más si cabe a partir del desarrollo de las nuevas tecnologías. Actualmente, la demarcación de la línea entre los medios de comunicación tradicionales se ha complejizado con la llegada de los servicios *online*, los *blogs* y el resto de medios alternativos. Además, la integración de las redes sociales en la práctica periodística es otro de los retos contemporáneos, sobre todo en la dirección en la que los ciudadanos reciben, interpretan,

juzgan y comentan. Es decir, el modo en el que los ciudadanos controlan la calidad del producto (Maciá-Barber, 2014). Como desarrolló MacBride (1980) en *Many Voices, One World: Towards a New More Just and More Efficient World Information and Communication Order*, libro que enmarca las ideas éticas durante la rápida globalización de las tecnologías en los medios, a lo largo de las tres décadas pasadas se ha producido una concentración económica de la industria mediática en todo el mundo, un aumento de las posibilidades de consolidación política a través de la convergencia de los sistemas de información digital y una consolidación del libre cambio de productos y servicios comunicativos (en Christians, 2014).

En segundo lugar, la capacidad de autorregulación de los medios parte de “las pautas éticas de esta autorregulación que descansa en los presupuestos compartidos de una ética pública, en los valores y principios constitucionales de una sociedad democrática, así como en los criterios y exigencias propios de la comunicación y la información en un marco de libertad y de pluralismo” (Aznar, 2011: 18). Además, va asociada a su nivel de profesionalización; siendo las orientaciones éticas profesionales indicadores del estado de profesionalización del periodismo (Beam, Weaver y Brownlee, 2009). Por lo que, como confirma Aznar (2011: 136), “mejorar las condiciones de trabajo e incrementar la autonomía e independencia profesional de quienes trabajan en los medios pasa, antes que nada, por reconocer que el periodismo es una profesión”. Y concluye diciendo que estas condiciones mínimas son necesarias para que pueda darse una comunicación social plenamente ética, ya que todo lo que contribuya a garantizarlas puede considerarse como una forma más de autorregulación (Aznar, 2011).

La participación de la ciudadanía y su acceso a la información ejercen un rol fundamental en el proceso comunicativo, en la actividad de los periodistas y en sus comportamientos y decisiones éticas. La implicación de los ciudadanos en el proceso comunicativo de los medios de comunicación en la actualidad mantiene dos líneas divergentes. En primer lugar, el creciente aumento del fenómeno de concentración mediática y convergencia de las redacciones. Al igual que los dueños de los medios, los periodistas son reacios a admitir un criticismo abierto, interno e externo, sintiéndose incómodos, escépticos o aterrorizados con la idea de la participación del público en el proceso de creación informativa (Browman y Willis, 2003). En segundo lugar, el nuevo fenómeno de narración llamado “transmedia” (Jenkins, 2008) es una narración que se refiere a un resurgimiento estético en respuesta a la convergencia de los medios, que impone una nueva demanda de los consumidores y depende de la participación activa y del conocimiento de las comunidades (Jenkins, 2008; Maciá-Barber, 2014).

Scolari (2013) afirma que la narración transmedia se define con base en dos variables: en primer lugar, la historia es contada a través de varios medios o plataformas diferentes y, en segundo lugar, las audiencias pueden participar en la construcción del mundo narrativo. De forma que, según Maciá-Barber (2014: 105), “estas iniciativas que contemplan la participación directa del ciudadano están claramente señalando un cambio de tendencia en la esfera periodística y en la esencia estructural de la sociedad democrática”. Así que los profesionales y los medios de comunicación deben tener claro que dentro del campo de la comunicación tienen que partir del hecho de que sus decisiones son de gran relevancia en el desarrollo de la conciencia de su público (Rebeil, 2013).

En un país como Ecuador los efectos y la influencia de la globalización se reflejan, entre otros aspectos, en los cambios actitudinales e ideológicos de los profesionales de los medios. Concretamente, la ética periodística debe llegar a ser más “cosmopolita” en teoría y práctica (Ward, 2009) porque históricamente esta ha sido “parroquial”. Esta ética “parroquial” está siendo minada por la globalización de los medios de comunicación (Callahan, 2003). Y “con el impacto global vienen responsabilidades globales [...], aunque ¿cómo hacer justicia entre lo particular y lo universal?” (Ward, 2009: 305). Responder a esta pregunta es una tarea difícil, tanto más si se tiene en cuenta uno de los riesgos que provoca la globalización: la preponderancia del entramado de intereses económico, políticos y mediáticos que confluyen en el mercado de la información (Serrano, 2009).

a) De los riesgos de una falta de ética profesional a la ética dialógica

La ética periodística y los derechos de libertad de expresión⁸ y de información son amenazados o limitados por actos de autoridad; legislaciones demasiado rígidas; el fenómeno de globalización; la concentración de la propiedad de los medios de comunicación; el influjo de las propias fuentes informativas y los poderes fácticos de diversa naturaleza (Taufic, 2005). Los riesgos intrínsecos a la actividad comunicativa y el intento por salvaguardar la libertad de expresión y el respeto de los derechos humanos han llevado, desde la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, a las principales instituciones internacionales a establecer ciertas normas éticas de conducta de la profesión⁹. En esta esfera transnacional, el código internacional de ética periodística publicado por la UNESCO el 20 de noviembre de 1983 resume en diez puntos las líneas a seguir por todos los periodistas: 1) el derecho del pueblo a una información verídica; 2) la adhesión del periodista a la realidad objetiva; 3) la responsabilidad social del periodista; 4) la integridad profesional del periodista; 5) el acceso y participación del público; 6) el respeto de la vida privada y la dignidad del hombre; 7) el respeto del interés público; 8) el respeto de los valores universales y la diversidad de las culturas; 9) la eliminación de la guerra y otras grandes plagas a las que la humanidad confronta y 10) la promoción de un nuevo orden mundial de la información y la comunicación.

En esta misma línea, Christians (2014a: 34) afirma que “algunas de las principales teorías éticas enfatizan en sus diferentes vías tres principios fundamentales: verdad, dignidad humana y no-violencia. Estos principios emergen desde unas protonormas comunes a todas las principales creencias que se encuentran en las religiones, las filosofías y las culturas que conforman el carácter sagrado de la vida”. Por lo que los periodistas en la actualidad deben confrontar los cambios preguntándose cómo pueden adaptar estos principios básicos a las nuevas situaciones –como las innovaciones comunicacionales– preservando los valores básicos (Singer, 2014).

⁸ El día 3 de mayo de 1996 la FIP celebró el Día Internacional de la Libertad de Expresión (1996) destacando en París que el tema elegido para conmemorar su LXX aniversario era: “No puede haber libertad de prensa si los periodistas trabajan en condiciones de pobreza, corrupción y miedo” (en Aznar, 2011).

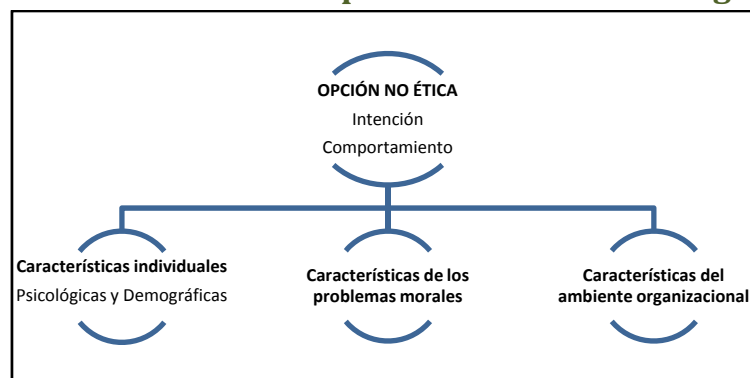
⁹ Algunos ejemplos son: *IFJ Declaration of Principles on the Conduct of Journalists* (World Congress of the International Federation of journalists, 1954); *Declaration on Fundamental Principles concerning the Contribution of the Mass Media* (UNESCO, 1978); *International Principles of Professional Ethics in Journalism* (International organization of Professional Journalists, 1983); *Annual Report the Inter-American Commission* (Inter-American Commission, 1999); *Declaration of Principles on the Freedom of Expression of the Inter-American Commission on Human Rights* (IACHR, 2011); *the World Summit on the Information Society* (United Nations, Geneva, 2003; Tunis, 2005); etc.

Se puede hablar de la ética dialógica a partir de la relación y el ajuste responsable dentro de la vida en comunidad. La ética del diálogo aparece como la ética comunitaria donde personas de diferentes identidades, procedencias culturales, clases sociales y etnias pueden encontrarse precisamente en distintos niveles; ellos reflejan esta ética del diálogo que restablece la esfera pública como un espacio para la hibridación de culturas (Christians, 2014a).

b) Las intenciones, los comportamientos y las opciones éticas y “no” éticas de los profesionales

Kish-Gephart y col. (2010) afirman que el proceso de construcción de las decisiones éticas y “no” éticas comienza en el nivel de las “intenciones” morales y termina en las “acciones” o “comportamientos” morales. Las “intenciones no éticas” se definen como la voluntad o el compromiso para llegar a un comportamiento no ético. Por su parte, los “comportamientos no éticos” se definen como las acciones organizadas que violan profundamente las normas morales aceptadas por la sociedad. Los “comportamientos no éticos” se dividen en dos niveles: desviaciones en el lugar de trabajo y los comportamientos ilegales. De modo que cuando los autores se refieren a las “intenciones no éticas” y a los “comportamientos no éticos” construyen lo que denominan la “opción no ética”.

Figura 1. Marco analítico de la opción “no” ética en el lugar de trabajo



Fuente: Elaboración propia a partir de Kish-Gephart y col. (2010: 3)

Kish-Gephart y col. (2010) dentro del bloque de las características individuales se basan en Kohlberg (1969) cuando se refiere al “desarrollo de la moral cognitiva” (*Cognitive Moral Development*, CMD) como los avances del individuo desde la niñez a la edad adulta en la complejidad y elaboración de sus pensamientos sobre qué acciones son moralmente correctas o incorrectas (Rest, 1979; 1986). Aunque el CMD puede continuar avanzando en la edad adulta con entrenamiento y otras oportunidades para practicar los razonamientos morales (Treviño, 1992). Existen distintos niveles de CMD: el de “principios” (nivel 5) es el más alto de desarrollo, el individuo es capaz cognitivamente de procesar los dilemas éticos más complejos usando razonamientos muy sofisticados. Sin embargo, el nivel “convencional” es aquel en el que la mayoría de los adultos operan. En este los juicios de valor del individuo sobre qué es correcto se ven influenciados por las expectativas de los otros (nivel 3); o por las políticas y las reglas legales (nivel 4). Finalmente, los individuos con los niveles inferiores de CMD se sitúan en estos

cuando los pensamientos sobre qué es correcto o incorrecto se centran en conceptos como el de obediencia o el temor a ser penalizados (nivel 1) o actúan en su propio interés (nivel 2).

En este bloque Kish-Gephart y col. (2010) sitúan, además: 1) Las filosofías morales de los individuos a partir del idealismo y el relativismo propuesto por Forsyth (1980)¹⁰. 2) El maquiavelismo (Gilbert, 1971), entendido como las acciones amorales, las agendas ocultas y los excesos poco éticos; tendiendo a usar las relaciones interpersonales de forma oportunista y engañando a otras personas en beneficio propio (Ghristie y Geis, 1970). 3) El lugar de control (*locus of control*) (Rotter, 1966) que representa un *continuum* que muestra lo que los individuos creen sobre si los resultados de sus acciones se deben a ellos mismos o a acciones de fuerzas externas (las fuerzas internas atribuyen los eventos que suceden en la vida a las propias habilidades o esfuerzo y las fuerzas externas atribuyen los eventos que suceden en la vida del individuo a fuentes externas como el destino, la suerte o al poder de los otros). 4) La satisfacción en el trabajo, en primer lugar, porque al menos es una disposición parcial (Staw, Bell y Clausen, 1986) y, en segundo lugar, porque es la evaluación positiva o negativa de uno mismo en el trabajo (Weiss y Cropanzano, 1996). Y 5) las variables sociodemográficas como género, edad, educación, etc., que han sido ampliamente estudiadas dentro de los comportamientos éticos (O'Fallon y Butterfield, 2005).

Kish-Gephart y col. (2010) dentro del bloque de las características de los problemas morales continúan la línea marcada por Jones (1991) al afirmar que los investigadores necesitan conocer los aspectos que definen estos problemas morales para establecer las características organizacionales de las personas. Para ello hablan de la “intensidad moral” de un problema ético particular que comprende seis elementos distintos: 1) la magnitud de las consecuencias, como el total de daños a la(s) víctima(s) que puede causar una acción u opción “no” ética; 2) el consenso social, como el acuerdo general de que la acción es un error; 3) la probabilidad de los efectos, como las posibilidades de que la acción sea dañina; 4) la inmediatez temporal, como el espacio de tiempo transcurrido antes de los daños que los actos van a producir; 5) la proximidad, la cercanía social, psicológica, cultural y física con las víctimas de los actos y 6) la concentración de los efectos, como el número de personas afectadas por las acciones llevadas a cabo.

Kish-Gephart y col. (2010), dentro del bloque de las características del ambiente organizacional, plantean los comportamientos éticos basados en: el “clima ético” estudiado por autores como Victor y Cullen (1988); la “cultura ética” analizada por autores como Treviño (1986) y los “códigos de conducta” estudiados por autores como Treviño y Weaver (2003).

En primer lugar, el clima ético puede ser conceptualizado como “un grupo de climas prescriptivos que reflejan los procesos organizacionales, las políticas y las prácticas con consecuencias morales” (Martin y Cullen, 2006: 177). Victor y Cullen (1988) afirman que la percepción del clima ético puede dividirse en dos dimensiones: 1) los criterios éticos, que incluyen el egoísmo, la benevolencia y los principios y 2) el lugar de análisis, que incluye el nivel individual, local y cosmopolita.

¹⁰ Estas serán desarrolladas en profundidad en el siguiente apartado.

En segundo lugar, la cultura ética es una dimensión marcada por las influencias externas, los comportamientos de los individuos son influenciados y provistos de una guía a seguir propuesta por la cultura ética organizacional (Treviño, 1990). “La construcción de la cultura ética se contextualiza como representación del sistema organizativo, de los procesos y las prácticas que guían y apoyan las conductas éticas” (Kish-Gephart y col., 2010: 7).

Y en tercer lugar, los códigos de conducta son quizás, siguiendo a Treviño y Weaver (2001), el primer componente de la cultura ética. Más si cabe porque estos códigos éticos profesionales han sido el formato convencional para establecer los principios morales (White, 1989; Christians, 2014b: 295). Aunque pocos estudios empíricos han estudiado el impacto de la aplicación de estos códigos en la toma de decisiones no ética, se espera que estos códigos de conducta reduzcan este tipo de opciones (Kish-Gephart y col., 2010). A pesar de ello, la existencia de códigos profesionales de conducta ética en los medios de América Latina se sitúa aún en un nivel medio-bajo. Concretamente, según el estudio llevado a cabo por Rebeil (2013), en la región andina solo un 25% de los medios cuenta con él. En el caso de Ecuador, la Ley Orgánica de Comunicación (2013) obliga a que todos los medios de comunicación cuenten con un código deontológico propio (Art. 9 y 10).

c) Las dimensiones de análisis de la ideología ética: relativismo e idealismo

El foco de estudio de este artículo es el tercer bloque de análisis de la cultura periodística propuesto por Hanitzsch (2007): la ideología ética. De acuerdo a la teoría ética, este autor examina cómo los periodistas entrevistados responden ante ciertas prácticas profesionales consideradas o no éticas basados en sus ideologías éticas y sus valores morales¹¹; quedando dividido en cuatro perspectivas dentro de la ética periodística (Keeble, 2005 en Hanitzsch, 2007): 1) el enfoque profesional estándar cuando los periodistas se identifican con los códigos éticos universales y las líneas editoriales de los medios; 2) el enfoque profesional liberal, que es crítico con la anterior perspectiva exponiendo diferentes puntos de vista y argumentos; 3) el enfoque cínico, que aparece cuando los periodistas no dan importancia a los dilemas éticos y 4) la ética relativista, que se encuentra cuando los periodistas promueven soluciones ad hoc (se desarrolla una solución concreta para un problema específico) a los dilemas éticos.

Hanitzsch (2007), basado en el trabajo de Schlenker y Forsyth (1977) y Forsyth (1980), divide en dos dimensiones de análisis el bloque de las ideologías éticas:

- a. El *relativismo* se centra en el grado en que los individuos basan sus filosofías morales personales en las normas éticas universales. En un extremo se encuentran los individuos que rechazan los códigos éticos y las reglas morales universales (alto), en el otro extremo, los que creen en el uso de los absolutos morales (bajo). Según Plaisance, Skewes y Hanitzsch (2012) las tres situaciones que evalúan el relativismo son: en primer lugar, “la ética en periodismo varía de una situación a otra”; en segundo lugar, “los dilemas éticos en la cobertura de las noticias son a menudo tan complejos que los periodistas deben seguir o formular sus propios códigos individuales de conducta” y, en tercer lugar, “hay principios éticos que son tan importantes que deben ser seguidos

¹¹ Las filosofías morales se derivan de las teorías filosóficas normativas (Forsyth, 1980).

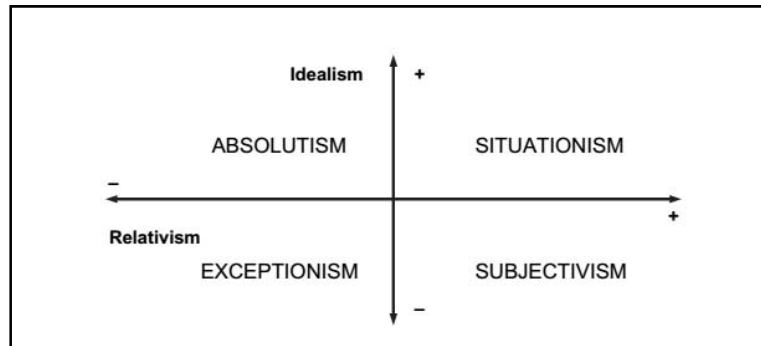
por todos los periodistas, independientemente de la situación o el contexto” (este indica un bajo nivel de relativismo).

- b. El *idealismo* subraya la importancia de las respuestas a los dilemas éticos y los juicios morales. En un extremo se sitúan los individuos más idealistas que asumen que las consecuencias deseadas pueden, a través de las acciones “correctas”, ser obtenidas siempre (alto) y, en el otro extremo, los menos idealistas están más orientados a los resultados, admitiendo que cierto daño en ocasiones es necesario para conseguir un bien mayor (bajo). Según Plaisance, Skewes y Hanitzsch (2012) las tres situaciones que evalúan el idealismo son: en primer lugar, “los periodistas deben evitar los métodos cuestionables de periodismo en todos los casos, incluso si esto provoca que la historia no pueda llegar a publicarse”; en segundo lugar, “reportar o publicar una historia que puede dañar potencialmente a otros es siempre incorrecto, independientemente de los beneficios que produzca” y, en tercer lugar, “hay situaciones en que el daño producido es justificable si los resultados mostrados por la información producen mayores beneficios (este indica un bajo nivel de idealismo).

La intersección de estas dos dimensiones ofrece como resultado cuatro perspectivas diferentes propuestas por Plaisance (2005), que de igual modo se inspiró en Forsyth (1980: 175-176): 1) el *situacionismo*, los situacionistas mantienen una ideología que aboga por un escepticismo ético y por un análisis contextual de las acciones moralmente cuestionables – propone un rechazo de los estándares éticos universales y de las reglas morales, abogando por un análisis individual de cada caso o situación–; 2) el *subjetivismo*, los subjetivistas al igual que los situacionistas son escépticos respecto a la existencia de una ideología ética universal, afirmando que existen muchas formas diferentes de moralidad. Sin embargo, estos piensan que ciertos comportamientos negativos en ocasiones son necesarios para producir un bien mayor¹²; 3) el *absolutismo*, los absolutistas consideran que los mejores resultados se alcanzan a partir de las reglas éticas universales; estando de acuerdo con los enfoques generales de la filosofía moral del conocimiento como las normas deontológicas y 4) el *excepcionismo*, los excepcionistas se acercan a una filosofía ética teleológica que propone que la moralidad de una acción depende de las consecuencias producidas por esta. En este grupo se encuentran los periodistas que se guían por los códigos éticos universales, pero que también se mantienen abiertos a ciertas excepciones que les ayuden a prevenir consecuencias negativas.

¹² Estas dos perspectivas se encuentran dentro del grupo de los relativistas.

Figura 2. Clasificación de las ideologías éticas



Fuente: Hanitzsch (2007: 279) basado en Forsyth (1980: 176)

De forma que dentro del contexto periodístico se puede afirmar (Hanitzsch, 2007: 379):

1. El situacionismo se acerca al enfoque de ética relativista (Keeble, 2005) porque los periodistas situacionistas no creen que los temas éticos puedan decidirse de forma abstracta ya que las decisiones deben tomarse basados en una situación concreta¹³.
2. El *subjetivismo* se aproxima al enfoque cínico de los periodistas (Keeble, 2005), tendiendo los subjetivistas a justificar sus métodos basados en la búsqueda de los mejores resultados.
3. El *absolutismo* se ve reflejado en el respeto a unas normas deontológicas, asociándose al enfoque profesional estándar (Keeble, 2005). De modo que los absolutistas rechazan en todo momento los métodos críticos periodísticos que no se adecúen a unos principios éticos óptimos o adecuados.
4. El *excepcionismo*, aunque estaría de acuerdo con que los principios éticos universales en periodismo son necesarios, se acerca al enfoque profesional liberal (Keeble, 2005). Los excepcionistas son eminentemente prácticos y aceptan que ciertas prácticas no convencionales sean utilizadas en casos excepcionales.

d) Los factores de influencia en las orientaciones éticas de los periodistas

Según Berkowitz y Limor (2003: 784), “tradicionalmente los estudios de la ética periodística se centraron en razones morales de forma aislada respecto al mundo social [...] sin tener en cuenta aspectos como la presión del mercado en los medios, los intereses de las fuentes de noticias o los intereses del público. Esta [necesaria] contextualización hace que las decisiones éticas sean mucho más complejas y relativas”. Además, los valores morales¹⁴ son específicos del contexto cultural en el que se encuentran los profesionales, por lo que esta especificidad debe analizarse basada en las dimensiones contextuales que estructuran la cultura periodística

¹³ Aplicado para la justificación de las prácticas periodísticas no convencionales y potencialmente dañinas (por ejemplo, el acoso a las fuentes informativas, el pago de la información).

¹⁴ “honradez” (sencillez, transparencia), “evitar daños”, “integridad”, “libertad, independencia y autoestima”, “imparcialidad”, “honestidad”, “justicia”, “respeto al honor privado” y “confianza” (Herrscher, 2002: 280-281; Plaisance y Skewes, 2003: 839; Hanitzsch, 2007: 378).

de un país. Como afirma Wyatt (2014), los periodistas forman parte de la cultura en la que ellos viven y trabajan, reflejando su propio punto de vista cultural.

La descripción y la definición de las orientaciones éticas de los periodistas es el tema principal de análisis de este estudio, sin embargo, el interés radica en la interpretación mixta en la que los principios éticos universales son analizados simultáneamente con los sociales e individuales. Así lo demuestran recientes estudios alrededor del mundo que sugieren un fuerte consenso entre las teorías de “los procesos cognitivos”, “la socialización profesional” y “la ideología cultural” como elementos clave en la universalización de los comportamientos periodísticos” (Plaisance, Skewes y Hanitzsch, 2012).

Los resultados hallados en torno a las ideas éticas de los periodistas entrevistados están fundamentados en sus orientaciones éticas individuales y en las influencias procedentes de las organizaciones de medios, en las normas y estándares psicosociales y en las distintas estructuras políticas, económicas y sociales de poder. La influencia en los procesos de toma de decisiones éticas procedente de las redacciones y de los factores organizacionales de los medios son unos fuertes predictores de los puntos de vista de los periodistas (Weaver y Wilhoit, 1986; Hanitzsch, 2005). Además, “el contexto nacional donde elaboran las informaciones los periodistas es uno de los factores fundamentales que estructuran sus decisiones éticas” (Hanitzsch, 2007: 378; Berkowitz y Limor, 2003: 783), ya que estas “dependen del contexto de las situaciones éticas y de la orientación profesional de los periodistas” (Berkowitz y Limor, 2003: 798).

Las dimensiones sociales estructuran la toma de decisiones éticas desde una perspectiva social que considera múltiples niveles de análisis (Voakes, 1997). Este autor sugiere que los periodistas toman una serie de decisiones comunes con base en el marco profesional en el que se encuentran. Por lo que puede afirmarse que los valores éticos de los periodistas dependen de las influencias percibidas en su trabajo diario. Más específicamente, según Hanitzsch y Mellado (2011), existen seis áreas de influencia: 1) las influencias políticas (gobierno, políticos, censura, etc.); 2) las influencias económicas (expectativas de beneficio, investigación de mercado, público, etc.); 3) las influencias procedentes de las organizaciones (las decisiones editoriales, los dueños de los medios, los supervisores o editores jefe, etc.); 4) las influencias de los procesos (las rutinas y los estándares periodísticos, precariedad de recursos, espacios o reglas, etc.); 5) las influencias profesionales (las ideas de los medios, las leyes, las líneas editoriales, etc.) y 6) las influencias procedentes de los grupos de referencia (otros colegas de trabajo, las audiencias, los amigos, la familia, la competitividad dentro de la organización del medio, etc.).

Estas seis áreas de influencia expuestas por Hanitzsch y Mellado (2011) se adaptan a los tres niveles planteados por Oller y Meier (2012) en su “modelo integrado”. De modo que dentro del 1) nivel de sistemas –la esfera exterior donde se encuentra el sistema de medios de comunicación en relación con el resto de sistemas de una sociedad– se encontraría las influencias políticas y económicas. Por su parte, 2) el nivel de institución –la esfera central en la que se analiza la organización de los medios de comunicación– incluiría las influencias procedentes de las organizaciones y de los procesos. Finalmente, 3) el nivel de actor –la esfera

interna en la que se detallan los intereses y métodos de trabajo de los periodistas a nivel individual—albergaría las influencias procedentes de los grupos de referencia.

El proyecto CPE pretende analizar la cultura periodística de Ecuador de forma contextualizada asumiendo que hay características definitorias y diferenciadoras con respecto a la denominada cultura periodística occidental. Estos resultados, que operan desde diferentes perspectivas, permitirán conocer las similitudes y variaciones entre las distintas culturas periodísticas (Mills y col., 2006: 620), aspecto que facilitará un estudio comparativo a posteriori que enriquecerá los resultados.

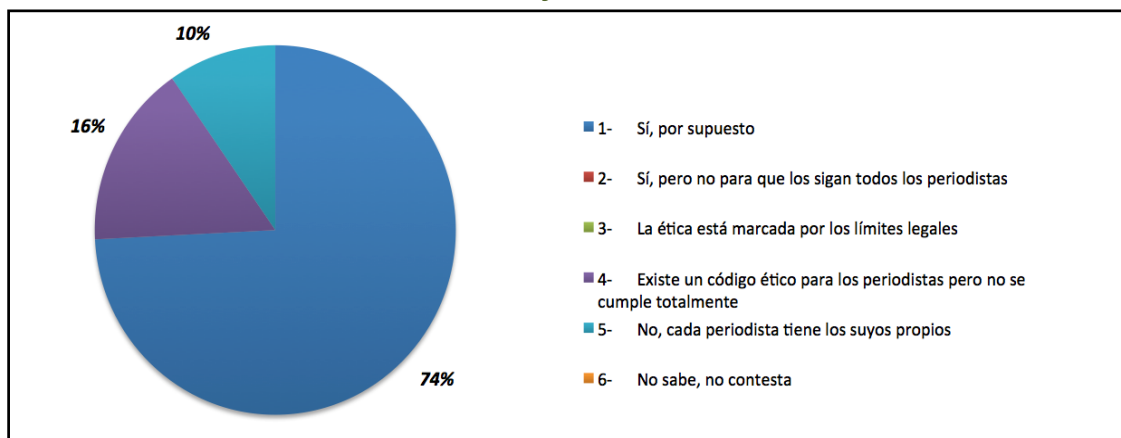
5. Resultados

En cuanto a las ideologías éticas se analiza la forma en la que los periodistas se posicionan frente a los dilemas morales y deontológicos. La mayor parte de los periodistas entrevistados (74%) cree que existen unos principios éticos universales que pueden aplicarse o seguirse en la mayor parte de las situaciones, asimilando estos valores generales a nivel individual para, posteriormente, definir sus propios códigos de intenciones y comportamientos éticos. Esta idea les lleva a alejarse de la dimensión del relativismo y acercarse a la perspectiva absolutista, teniendo presente que sus ideas éticas parten de sus características psicológicas, sociales y demográficas y de su desarrollo moral cognitivo (CMD): “Yo creo que la ética, como valor superior, nos debe a todos mover, antes que otra cosa [...], todo eso debe partir muchas veces de los valores que hemos adquirido desde nuestra infancia” (7); “Afortunadamente la mayoría de periodistas tenemos esa formación ética que sí nos guía diariamente en nuestro trabajo” (15).

A pesar de que los entrevistados mantienen un enfoque profesional estándar, ya que se guían a partir de los códigos éticos universales y las líneas editoriales de los medios, el 16% del total de la muestra reconoce que esos principios no se cumplen por completo. Aspecto que muestra como parte de los periodistas entrevistados son conscientes a nivel individual de la existencia de cierto nivel de maquiavelismo basado en actitudes poco éticas y en acciones amorales: “Sí hay principios éticos que no todos respetan” (29).

El 10% de los entrevistados se acerca a una perspectiva situacionista que aboga por un escepticismo ético, un análisis contextual y por un análisis individual de cada caso a partir de sus propios códigos éticos: “Cada periodista tendrá sus principios, sus valores, su ética y trabajará de acuerdo a su modo. Pero sí estoy claro en que todo periodista debería tener claro cuáles son sus límites al respecto” (8).

Gráfico 1. ¿Considera que existen principios éticos tan importantes que deben ser seguidos por todos los periodistas independientemente de la situación y el contexto?



Fuente: Elaboración propia

Aunque casi dos terceras partes (61%) de los entrevistados afirman que los métodos periodísticos cuestionables deben ser rechazados, existen distintos niveles al respecto. El 42% de los periodistas consultados los rechaza por completo, confirmando la perspectiva absolutista y el enfoque profesional estándar: “El fin no justifica los medios. O sea, no es que por tener la información me acueste con alguien, o por tener la información tuve que invitarle a comer; no, no cabe” (23). Por otra parte, el 16% de los entrevistados, aunque comparte esta opinión, considera que debe aclararse cuáles son esos métodos cuestionables: “No sé a qué se refiere la pregunta con ‘cuestionables’ o qué elementos pueden ser cuestionables, pero si es que hay una nota que no está debidamente fundamentada y que el objetivo es dañar a alguien sin tener mayores elementos para comprobar esa información, obviamente que es totalmente cuestionable” (1). Este resultado muestra cómo este tipo de prácticas periodísticas cuestionables dependen de la intensidad moral del problema ético para que lleguen a ser denominadas como tal.

El anterior resultado se reafirma a partir de otros resultados ya que el 29% de la muestra cree que la utilización de estos métodos de reporterismo pueden o no ser rechazados dependiendo de la situación y de cada periodista, acercándose a una perspectiva situacionista basada en un enfoque de ética relativista: “Al decir ‘cuestionables’ yo creo que sí debería rechazar cuando está en riesgo el derecho de otra persona. Si estaría en riesgo o estaría afectando o vulnerando a otra persona, yo creo que este es el límite” (8); “Sí, por ejemplo pagar por entrevistas. Yo no lo haría. O que alguien me pague por decir algo [...]. Creo que ese podría ser un universo bien amplio, depende también de la formación personal de uno” (28).

Tabla 2. ¿Piensa que debe rechazar los métodos de reporterismo cuestionables, independientemente de la situación y el contexto?

2- RECHAZO	
1- Sí, siempre	42%
2- Sí, pero no está claro cuáles son métodos cuestionables y cuáles no	16%
3- Sí, pero no públicamente	3%
4- Algunos sí, otros no	13%
5- Depende de cada periodista	16%
6- Probablemente no.	3%
7- No	3%
8- No sabe, no contesta	3%

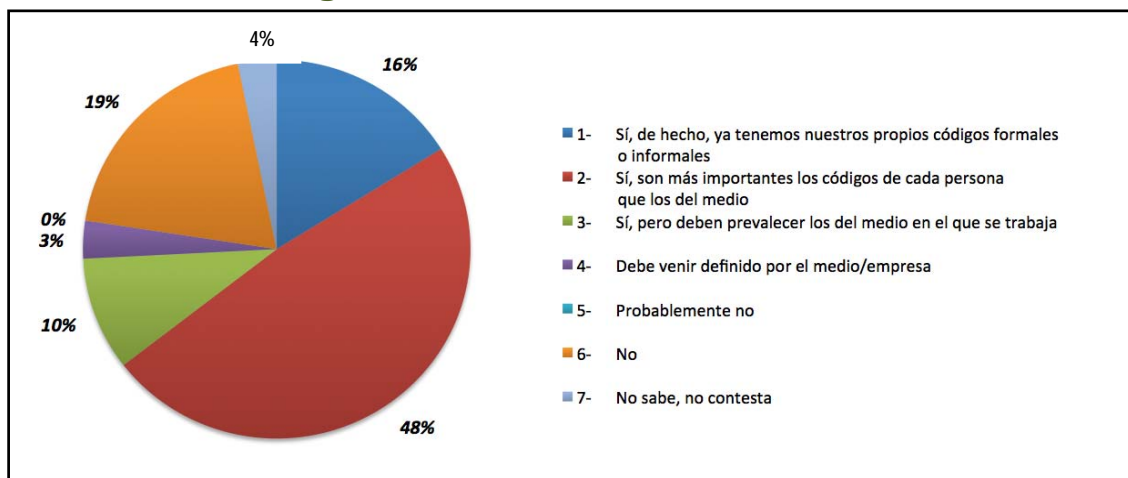
Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran, como se ha visto anteriormente, que el absolutismo es aceptado como principal perspectiva profesional a seguir. La quinta parte de los periodistas consultados (19%) rechaza tajantemente la posibilidad de tener códigos éticos individuales: “Esos códigos deben ser universales. Todos los periodistas debemos tener esos mismos códigos. Quizá pueden ayudarle en un momento determinado a uno, pero esos códigos deben ser universales” (7) y un 10% piensa que los códigos del medio deben prevalecer sobre los personales: “No, tenemos un código general del medio y códigos de ética que deben ser acogidos por todo el personal” (13). A pesar de esto, existe un cierto porcentaje de periodistas entrevistados que se acerca a la ética relativista y la perspectiva situacionista motivado por los complejos dilemas morales y éticos de la profesión periodística.

Casi dos tercios (64%) consideran que debe poseer, además de un enfoque general de la filosofía moral y un conocimiento de las normas deontológicas, sus propios códigos de ética de conducta individuales. Ante todo, lo más relevante es que casi la mitad (48%) antepone sus propios códigos éticos a los del medio en el que trabaja: “Yo creo que tenemos nuestros propios códigos éticos individuales que son con los cuales nos formamos. Y creo que los medios de comunicación también nos dan elementos. Yo digo que lo mayor o lo mejor para un periodista es trabajar en donde tus principios éticos no se rompan” (1). Estos resultados certifican cómo los entrevistados sitúan sus criterios éticos individuales en primer lugar, a pesar de percibir y tener presente el clima ético como una característica fundamental del ambiente organizacional y la política del medio.

En esta misma línea, un 16% afirma tener sus propios códigos formales o informales que parten de una cultura ética marcada por las influencias externas: “Cada uno tenemos nuestros propios valores y por ende, tenemos nuestra propia ética profesional. Lógicamente, basándonos en la sociedad” (6).

Gráfico 2. Debido a los complejos dilemas éticos en la cobertura de las noticias, ¿usted considera que debe poder formular o tener sus propios códigos éticos de conducta individuales?



Fuente: Elaboración propia

Al analizar las orientaciones éticas de los periodistas de Ecuador se ha llevado a cabo una interpretación mixta, donde los principios morales y éticos universales son analizados de forma simultánea con los factores contextuales. Tanto es así que estos estándares socioculturales determinan las intenciones, los comportamientos y las distintas opciones éticas para casi la mitad (42%) de los entrevistados que asegura que existe una variación permanente de los valores e ideales éticos basados en el consenso social: “La ética es sobre todo una ética personal y una ética que se construye socialmente, y hay parámetros que en ciertas sociedades son aceptados y en otras no, así que yo sí creo que hay esa diferenciación en una construcción cultural” (15).

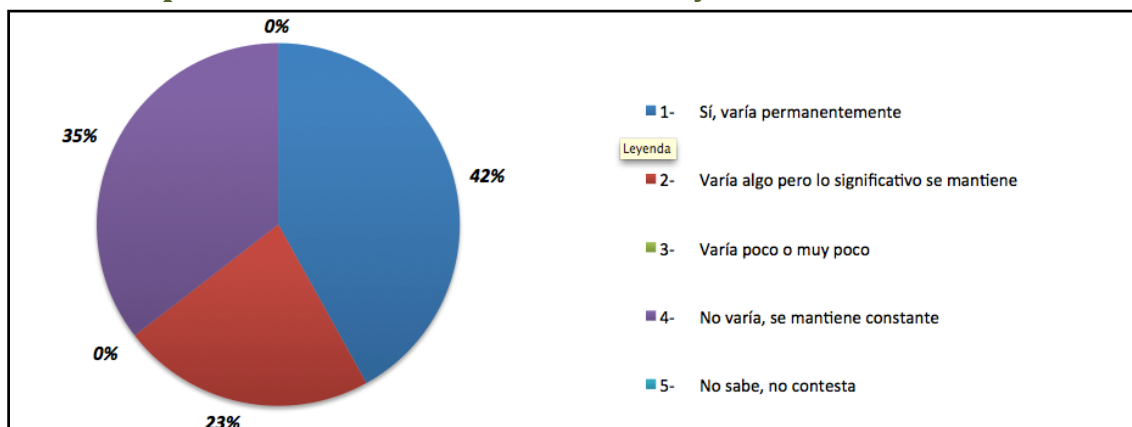
Existe un grupo formado por casi un cuarto de los entrevistados (23%) que mantiene una posición intermedia al aceptar que pueden existir variaciones regionales o entre países en torno a las percepciones éticas, pero que lo significativo se mantiene constante: “La ética es la ética. Puede haber elementos culturales diferentes [...] Creo que hay que profundizar también y entender esos procesos que se dan desde las otras culturas” (1). Este grupo de periodistas se plantea en la actualidad cómo afrontar los cambios en periodismo y en su actividad profesional ajustando los principios éticos básicos a las nuevas realidades mediáticas y periodísticas.

Esta pregunta muestra que el 65% de los entrevistados, aunque basen su ética profesional en un punto de vista estándar –identificado con los códigos éticos universales y las líneas editoriales de los medios–, en la actualidad, en Ecuador, existe una tendencia hacia el enfoque profesional liberal en el que el periodista acentúa su sentido crítico apoyado en diferentes puntos de vista y argumentos.

Finalmente, algo más de un tercio (35%) de la muestra piensa que lo considerado como ético es independiente de las circunstancias, apoyado en la perspectiva absolutista: “Yo creo que el código deontológico del periodismo es muy claro y el ejercicio periodístico también, con sus prácticas básicas, son muy claras. Aquel que quiera hacer un buen periodismo lo hace, y parte

de los principios de veracidad, responsabilidad, independencia, equilibrio, contrastación de fuentes” (4).

Gráfico 3. ¿Estima usted que lo considerado como ético en periodismo puede variar de unas situaciones y culturas a otras?



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la disyuntiva de elaborar una noticia que pudiera perjudicar a un tercero en aras de un bien mayor, más de tres cuartas partes (80%) de los entrevistados llevarían a cabo la nota informativa tras un análisis exhaustivo de la misma y de las posibles consecuencias. Lo demuestra un primer grupo compuesto por el 35% que publicaría la información siempre que esta fuese sólida y tuviese relevancia: “Un caso de corrupción obviamente va a afectar a la gente que está siendo corrupta, pero qué importa eso si la verdad va a beneficiar al Estado” (31); “Yo creo que lo haría, tiene que ser argumentada, tiene que ser netamente argumentada” (1). Y un segundo grupo formado por el 45% de los periodistas entrevistados afirma que analizaría cada caso particular antes de tomar la decisión: “Hay que pensarlo mucho. Porque el momento en que estás afectando a una persona estás mal utilizando un medio de comunicación. Si es que el impacto es muy grande, creo que habrá que ser equilibrados y tratar de dar los elementos suficientes como para que la ciudadanía pueda entender que esta postura beneficia a muchos, pero afecta a otros” (4); “Creo que tendría que enfrentarme a esa situación en ese momento para tomar una decisión” (7).

Una quinta parte (19%) de los periodistas entrevistados afirma que nunca publicaría una nota que pudiera dañar a terceros, acercándose a la dimensión del idealismo: “A lo único que estamos dedicados es a informar y nada más, y no a buscar intereses [...] No lo haría” (6).

Tabla 3. ¿Llevaría usted a cabo una noticia en la que pudiera dañar a terceros si los resultados de la noticia produjeran un bien mayor?

5- DAÑO A TERCEROS	
1- Sí, por supuesto	19%
2- Sí, si fuese importante o sólida	16%
3- Probablemente sí	0%
4- Depende del caso, tendría que analizarlo	45%
5- Probablemente no	0%
6- Seguramente no	3%
7- No, nunca	16%
8- No sabe, no contesta	0%

Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la investigación sobre la valoración de las conductas consideradas como reprochables reflejan una tendencia de los periodistas entrevistados hacia la dimensión del idealismo debido a los altos índices de desaprobación de estas: “Cada persona tiene su concepto de ética, pero, por ejemplo, mi concepto es –no es un cliché pero sí es ser honesto– transparentar las cosas, decir las cosas reales, no por conseguir la noticia o una exclusividad voy a vender el alma o voy a utilizar sistemas o procesos o métodos cuestionables o que luego me van a cuestionar” (5).

Los métodos más rechazados por los periodistas consultados son: 1) aceptar dinero de las fuentes informativas, 2) buscar beneficios personales, 3) pagar para obtener información confidencial y 4) publicar información sin verificar. A continuación, con un alto índice de desaprobación, se encuentran 5) utilizar documentos personales sin permiso, 6) usar cámaras ocultas, 7) acceder a un lugar como empleado para obtener información y 8) ejercer presión sobre las fuentes de información.

En el otro extremo, las prácticas reprochables que gozan de un mayor nivel de aceptación entre los periodistas entrevistados son: 1) recrear o dramatizar determinado tipo de información y 2) utilizar documentos confidenciales no autorizados de empresas o gobierno.

Tabla 4. Evalúe de 1 a 10 las siguientes prácticas consideradas como “reprochables” dentro de la práctica periodística (siendo 1 igual a muy poco o nada reproachable, y 10 a mucho o totalmente reproachable)

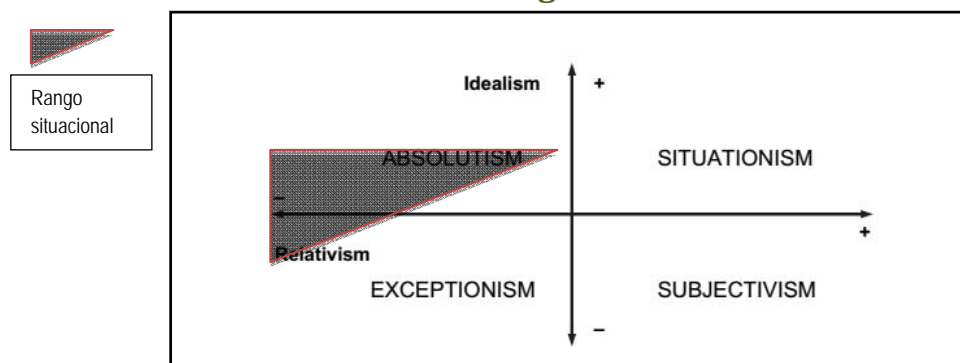
6.- CONDUCTAS (REPROCHABLE-NO REPROCHABLE)	M	DE
Pagar a ciertas personas para obtener información confidencial	9,43	1,34
Usar documentos confidenciales de una empresa o del gobierno sin autorización previa	6,65	2,91
Pretender obtener beneficios personales	10,00	0,00
Ejercer presión sobre los informantes que no están dispuestos a ofrecer información sobre una historia	8,35	2,30
Hacer uso sin permiso de los documentos personales, como cartas o fotografías	8,87	1,85
Acceder como empleado en una empresa u organización para obtener información privilegiada	8,48	2,25
Uso de micrófonos o cámaras ocultas	8,48	2,33
Uso de recreaciones o dramatizaciones de noticias por parte de actores	5,04	3,93
Publicación de las historias con contenido no verificado	9,83	0,57
Aceptar dinero de las fuentes	10,00	0,00

Fuente: Elaboración propia

Los periodistas entrevistados se muestran principalmente influenciados por el nivel de sistemas y la intervención del Estado: “Nosotros tenemos una gran responsabilidad frente al público que nos está viendo. Y aparte de eso, hay un marco legal, que ahora sí es mucho más estricto, más fuerte, que debemos respetar” (7); “Si es que es una información que favorecerá a más personas, pero estamos pasando por sobre parámetros de confidencialidad o de afectar la honra de una persona... también incluso iríamos en contra de la ley misma, más allá de lo ético” (13); “A ver, dando gracias, la Ley de Comunicación es clara [...] Si la justicia no se ha pronunciado, uno no tiene por qué estar poniendo nombres” (3). En las preguntas cuantitativas, asimismo, varios de los periodistas entrevistados no solo valoraban el nivel de desaprobación de los métodos cuestionables, sino que acotaban con frecuencia que dichas prácticas están expresamente prohibidas, tanto en los códigos deontológicos de su medio como en la Ley Orgánica de Comunicación.

Finalmente, basados en los resultados obtenidos, los periodistas entrevistados, según sus ideologías éticas, quedarían clasificados como eminentemente absolutistas, tendiendo al situacionismo y en menor medida al excepcionalismo:

Figura 3. Situación de los periodistas ecuatorianos basada en sus ideologías éticas



Fuente: Elaboración propia basada en el esquema de Hanitzsch (2007: 279)

6. Conclusiones

Los periodistas entrevistados en Ecuador quedan clasificados dentro del contexto periodístico, según las perspectivas propuestas por Plaisance (2005) y Hanitzsch (2007) basados en las ideologías éticas, como eminentemente absolutistas, tendiendo al situacionismo y en menor medida al excepcionismo. Se llega a esta conclusión porque la mayor parte de los entrevistados considera que existen unos principios y reglas éticas y morales universales que deben y son asimiladas por todos los profesionales en la mayoría de las situaciones y prácticas periodísticas. De modo que, tras la interiorización de estos presupuestos universales se forman los valores individuales y los propios códigos éticos.

Estas ideas llevan a los periodistas entrevistados a acercarse a la dimensión idealista, que destaca la importancia de los dilemas éticos y los juicios morales, y les aleja de la dimensión relativista basada en la moral personal de cada profesional. De acuerdo a este posicionamiento, sus prácticas periodísticas mantienen un enfoque profesional estándar y se guían a partir de los códigos éticos universales y las líneas editoriales de los medios. Sin embargo, esta situación no es tan clara debido a que los resultados muestran que: en primer lugar, existe una tendencia a la perspectiva situacionista que aboga por un escepticismo ético, un análisis contextual y un análisis individual de cada caso; en segundo lugar, se reconoce que estos principios generales no siempre se cumplen y aparece un cierto grado de maquiavelismo en propio beneficio; en tercer lugar, aunque una gran parte de los periodistas considera que los métodos periodísticos cuestionables deben ser rechazados, reconocen que la situación depende de cada periodista y de la intensidad moral del problema ético y, en cuarto lugar, porque la mayor parte de los entrevistados publicaría una información, tras un análisis exhaustivo, que perjudicara a alguien siempre que el bien fuera mayor.

Estas conclusiones muestran que la mayor parte de los periodistas, a pesar de orientar su actividad profesional a partir de las perspectivas absolutista y situacionista –más cercanas a la dimensión del idealismo–, confirma estar en cierto modo orientados a los resultados y admite que el daño en ocasiones es necesario para conseguir un bien mayor. Esto les acercaría a una ética relativista que promueve soluciones concretas para un problema específico y a una perspectiva profesional basada en el excepcionismo que afirma que aunque los principios éticos universales en periodismo son necesarios, en ocasiones se aceptan ciertas prácticas no convencionales. El resultado confirma, en primer lugar, la tendencia del paso de una perspectiva profesional estándar a una liberal y, en segundo lugar, la relación de los procesos profesionales periodísticos y el contexto –concretamente con el nivel de sistemas en el caso de Ecuador– porque aunque los entrevistados afirman seguir unos códigos éticos universales, actúan de determinadas formas consideradas como poco éticas en favor del beneficio social y en contra de las personas y procesos corruptos.

El alto nivel de rechazo por parte de los entrevistados a los métodos profesionales considerados como reprochables demuestra su distanciamiento de la perspectiva subjetivista que apoya la idea de que existen ciertos comportamientos o métodos negativos que en ocasiones son necesarios y que son justificables basados en la búsqueda de los mejores resultados. De forma que el enfoque cínico queda reducido a su mínima expresión porque los periodistas entrevistados dan un alto nivel de importancia a sus dilemas éticos.

Queda patente que los entrevistados tienen presente en todo momento que sus ideas éticas, a pesar de existir unos estándares profesionales universales, parten de sus características individuales psicológicas y demográficas y de su desarrollo moral cognitivo (CMD). Por este motivo, los estándares socioculturales de Ecuador provocan que sus ideales éticos requieran una adaptación al contexto y a la sociedad. Además, destaca que los entrevistados sitúan sus criterios éticos individuales por encima de los medios –los resultados demuestran que no existen grandes diferencias en la ideología ética de los periodistas que trabajan en medios públicos, privados o concertados– aunque sean conscientes del carácter fundamental del ambiente organizacional y de la política del medio.

Respecto a la procedencia de las principales influencias percibidas por los periodistas entrevistados, los resultados muestran que estas provienen del nivel de sistemas debido a la nueva legislación y al intervencionismo del Estado. De forma que aunque los periodistas sitúan sus ideales éticos por encima de los de sus medios de comunicación, tienen presente en todo momento los influjos procedentes de la nueva legislación y del Estado, confirmándose que existe el temor a ser sancionados. Esta situación demuestra que a mayor nivel de intervencionismo estatal menor desarrollo de la moral cognitiva (CMD) de los periodistas. En el caso de Ecuador, los entrevistados se situarían en un nivel moral convencional al estructurar sus dilemas éticos y morales con base en las políticas y las reglas legales y las expectativas de los otros –ciudadanos–.


Estas conclusiones llevan a plantear si existe o no una ideología ética característica que define la profesión periodística en Ecuador. Aunque Forsyth (1980) no propuso directamente un enlace entre la “filosofía moral” y la opción “no” ética, se podría establecer, a partir de los resultados, que la comparación entre relativistas e idealistas sería como juzgar críticamente las acciones “no” éticas. En este sentido, el idealismo se relacionaría negativamente con las elecciones “no” éticas al centrarse más en el daño que se puede causar a otros. Por el contrario, el relativismo se relacionaría positivamente con las posibilidades “no” éticas, porque estas posibilidades son fácilmente racionalizadas por los relativistas, al carecer de guías morales estrictas. Los resultados muestran que, aunque los entrevistados se definen como idealistas, existen evidencias de que hay una tendencia al relativismo y, por lo tanto, la necesidad de que las organizaciones creen una cultura ética en torno al periodista basada en la selección, la formación y la puesta en marcha de prácticas que eviten las conductas basadas en la falta de ética.

Más allá de que el Estado o la sociedad establezcan unas normas mínimas de regulación de la actividad periodística que garanticen el bien común –tal y como establece el Plan Nacional del Buen Vivir–, los medios de comunicación deben crear un marco propio, explícito y transparente de conducta que determine unas normas de autorregulación basadas en el manual de estilo, el código de ética y las declaraciones de principios. Esta situación resulta fundamental en cuanto que el gobierno de turno puede cambiar y la sociedad no es un ente estático, por lo que la profesionalización del periodismo y los medios de comunicación debe sustentarse en bases sólidas propiamente creadas que propicien un ejercicio periodístico responsable y plural.

En esta línea, Ward (2009) afirma que el futuro de la ética periodística depende del éxito de la unión entre dos grandes proyectos: 1) el desarrollo de una rica teoría básica de las éticas periodísticas –esta requiere de un adecuado desarrollo epistemológico del periodismo– y 2) el desarrollo de una “ética mixta de los medios”, asociada a un conjunto de principios y normas como plataforma múltiple –este es un proyecto basado en mayor medida en aspectos prácticos de la profesión–.


De forma que si los periodistas de Ecuador pretenden estructurar unas normas éticas propias, adecuadas al Plan Nacional del Buen Vivir, deben crear “una moral enraizada en la naturaleza” (Christians y Nordenstreng, 2004: 20) adecuada a la idiosincrasia de su propia cultura periodística –más allá de la idea de las normas éticas universales estandarizadas–. Para ello deben basarse en la idea de “empoderamiento” mostrada por Brislin (2004: 130) y definida como “el grado en el que el periodismo es designado para empoderar a la ciudadanía a partir de sus propias fortalezas en vez de crear una audiencia pasiva de consumidores”.

Estas reflexiones finales coinciden con los resultados obtenidos por Plaisance, Skewes y Hanitzsch (2012) en sus estudios. Estos autores sugieren que existe un alto consenso entre los periodistas al considerar que las presiones procedentes de la profesionalización del periodismo, la diversidad cultural y el contexto ideológico a menudo dirigen las orientaciones éticas de los periodistas. De forma que queda demostrado que los periodistas entrevistados enfocan su actividad profesional a partir de la ética dialógica (Christians, 2014) que relaciona la actividad profesional y la vida responsable en comunidad. Esta ética comunitaria en Ecuador se está desarrollando en mayor medida debido a la potenciación por parte del Estado –a partir del Plan Nacional del Buen Vivir, por ejemplo– del respeto y la consideración de las distintas identidades –en Ecuador existen 18 pueblos y 14 nacionalidades– que se encuentran en un país caracterizado por la hibridación de su sociedad y de su cultura. De forma que, siguiendo a Christians (2014), el comunitarismo no es un sistema ético per se, sino una filosofía social enraizada en el “bien común” y en la autonomía individual. Por lo que las éticas comunitarias reflejan la interactividad, la participación y la filosofía de la cultura y del diálogo de la comunicación.

Finalmente, las conclusiones demuestran las ideologías y los rasgos éticos distintivos de los periodistas que forman parte de la cultura periodística de Ecuador; incluso más allá de los principios éticos fundamentales –verdad, dignidad y no-violencia– (Christians, 2014). Esta relación, global y local, demuestra la evolución hacia una perspectiva “no” occidental y poscolonial marcada por unas características propias que los definen en pro de la superación de la “crisis de entendimiento” (Dirlik, 1994) producida por la ineficacia de las viejas categorizaciones éticas para definir sus particularidades. 

Referencias y fuentes/References

- Academia Nacional de Periodismo República Argentina (1983). *Código Internacional de Ética Periodística* UNESCO <http://goo.gl/5zXa2x> [consultado el 23 del 10 de 2014].
- Amado, A. (2008). La autorregulación en el periodismo argentino. En: *Oficios terrestres* (Ed.). Informe Especial, <http://goo.gl/OXzomP> [consultado el 5 del 11 de 2014].
- Amado, A. y Amadeo, B. (2014). Periodismo, ética y propaganda en la Argentina democrática. *Estudios em Jornalismo e Mídia*, 11(1): 266-276.
- Aznar, H. (2011). *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios* (2ª edición). Barcelona: Ariel.
- Bagdikian, B. H. (2004). *The Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Beam, R. A.; Weaver, D. H. y Brownlee, B. J. (2009). Changes in professionalism of U.S. journalists in the turbulent twenty-first century. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86: 277-298.
- Berkowitz, D. y Limor, Y. (2003). Professional confidence and situational ethics: Assessing the Social-Professional dialectic in Journalistic Ethics Decisions. *J&MC Quarterly*, 80(4): 783-801.
- Bouza, F. (2007). La telenovelización de la política (del *nacionalcatolicismo* al *mirón comunitario*). En: Iglesias, M.; Moya, C. y Rodríguez, L. (Comps.). *Lo que hacen los sociólogos*, libro-homenaje a Carlos Moya. Madrid: CIS.
- Bowman, S. y Willis, C. (2003). *Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. Reston, Vir.: The Media Center at The American Press Institute.
- Brislin, T. (2004). Empowerment as a Universal Ethic in Global Journalism. *Journal of Mass Media Ethics*, 19(2): 130-137.
- Callahan, S. (2003). New challenges of globalization for journalism. *Journal of Mass Media Ethics*, 18: 3-15.
- Chavero, P. (en prensa). *Prensa y política en tiempos de crisis. Estudio de la legislatura 2008-2011*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Christians, C. (2005). Ethical Theory in Communications Research. *Journalism Studies*, 6(1): 3-14.
- Christians, C. (2014a). Review of International Media Ethics. *Comunicacao e Sociedade*, 25: 34-48.
- Christians, C. (2014b). Media Ethics in Transnational, Gender Inclusive, and Multicultural Terms. En: Christians, C. y Nordenstreng, K. (Eds.). *Communication theories in a multicultural world*. New York: Peter Lang.
- Christians, C. y Nordenstreng, K. (2004). Social Responsibility Worldwide. *Journal of Mass Media Ethics*, 19(1): 3-28.
- Christie, R. y Geis, F. (1970). *Studies in Machiavellianism*. New York: Academic Press.
- Dirlik, A. (1994). The Postcolonial Aura: Third World Criticism in  Age of Global Capitalism. *Critical Inquiry*, 20: 328-55.
- Donsbach, W. (1995). Contenidos, utilización y efectos de la Comunicación Política. En: Muñoz-Alonso A. y Rospir, J. I. (Eds.). *Comunicación Política*. Madrid: Editorial Universitas.
- Federación Nacional de Periodistas del Ecuador (1978). *Código de ética periodística en el Ecuador*. Cuenca: Federación Nacional de Periodistas del Ecuador [promulgado en el Registro Oficial N° 120 de 4 de febrero de 1980].

- Forsyth, D. R. (1980). A Taxonomy of Ethical Ideologies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30(1): 175 -184.
- Gilbert, F. (1971). Machiavelli. En: Schwoebel, R. (Ed.). *Renaissance men and ideas*. New York: St. Martin's Press.
- González, J.J. y Chavero, P. (2013). Variantes del nega  m informativo en un context de crisis global: la evaluación de los actors politicos y de su interrelación. En: Crespo, I. (Dir.). *Partidos, medios y electores en procesos de cambio*. Valencia: Tirant Humanidades.
- Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing Journalism Culture: Towards a universal theory. *Communication Theory*, 17: 367-385.
- Hanitzsch, T. (2005). Journalists in Indonesia: Educated but timid watchdogs. *Journalism Studies*, 6: 493-508.
- Hanitzsch, T. y Mellado, C. (2011). What Shapes the News around the World? How journalists in 18 countries perceive influences on their work. *International Journal of Press/Politics*, 16: 404-426.
- Hanitzsch, T.; Hanusch, F.; Mellado, C.; Anikina, M.; Berganza, R.; Cangoz, I.; Coman, M.; Hamada, B.; Hernandez, M. E.; Karadjov, C. D.; Moreira, S. V.; Mwesige, P. G.; Plaisance, P. L.; Reich, Z.; Seethaler, J.; Skewes, E. A.; Noor, D. V. y Yuen, K. W. (2011). Mapping Journalism Cultures across Nations: A Comparative Study of 18 Countries. *Journalism Studies*, 12: 273-293.
- Hanitzsch, T.; Anikina, M.; Berganza, R.; Cangoz, I.; Coman, M.; Hamada, B.; Hanusch, F.; Karadjov, C. D.; Mellado, C.; Moreira, S. V.; Mwesige, P. G.; Plaisance, P. L.; Reich, Z.; Seethaler, J.; Skewes, E. A.; Noor, D. V. y Yuen, K. W. (2010): Modeling Perceived Influences on Journalism: Evidence from a Cross-National Survey of Journalists. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 87(1): 7-24.
- Herman, E. S. y Chomsky, N. (2002). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon.
- Jarren, O. y Vogel, M. (2008). Gesellschaftliche Selbstbeobachtung und Ko-Orientierung. Die Leitmedien der modernen Gesellschaft. En: Gendolla, P.; Ligensa, A. y Müller, D. (Eds.). *Alte und neue Leitmedien*. Bielefeld: Transcript Verlag.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Jones, T. M. (1991). Ethical decision making by individuals in organizations: an issue-contingent model. *Academy of Management Review*, 16: 366-395.
- Keeble, R. (2005). Journalism ethics: Towards an Orwellian critique? En: Allan, S. (Ed.). *Journalism: Critical issues*. Maidenhead, UK: Open University Press.
- Kish-Gephart, J. K.; Harrison, D. A.; Klebe, L. (2010). Bad Apples, Bad Cases, and Bad Barrels: Meta-Analytic Evidence About Sources of Unethical Decisions at Work. *Journal of Applied Psychology*, 95(1): 1-31.
- Kohlberg, L. (1969). Stage and sequence: The cognitive-developmental approach to socialization. En: Goslin, D. A. (Ed.). *Handbook of socialization theory and research*. Chicago, IL: Rand McNally.
- Ley Orgánica de Comunicación (2013). Quito, Ecuador.
- Maciá-Barber, C. (2014). New challenges for an enduring code of journalistic ethics: teh news media business model in the face of ethical standards and citizen participation. *Comunicacao e Sociedade*, 25: 97-109.

- Martin, K. D. y Cullen, J. B. (2006). Continuities and extensions of ethical climate theory: A meta-analytic review. *Journal of Business Ethics*, 69: 175-194.
- MacBride, S. y col. (1980). *Many Voices, One World: Towards a New More Just and More Efficient World Information and Communication Order*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Mills y col. (2006). Sharing ideas and research in social sciences learning and teaching. *The Higher Education Academy* <http://goo.gl/vCTQNs> [consultado el 23 del 10 de 2014].
- O'Fallon, M. J. y Butterfield, K. D. (2005). A review of the empirical ethical decision-making literature: 1996-2003. *Journal of Business Ethics*, 59: 375-413.
- Oller, M. (2014). Las culturas periodísticas intermedias: el ejemplo de América Latina. En: Álvarez, F.; Chavero, P. y Oller, M. (Eds.). *Amawta. Seminarios de investigación*. Quito: Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN).
- Oller, M. y Barredo, D. (2013). *Las culturas periodísticas intermedias. Estudios comparativos internacionales en Periodismo*. La Laguna, Tenerife: Cuadernos Artesanos Latina.
- Oller, M. y Meier, K. (2012). *La cultura periodística de España y Suiza*. Madrid: Editorial Fragua.
- Plaisance, P. L. (2005). An assessment of media ethics education: Course content and the values and ethical ideologies of media ethics students. *55th Annual Conference on the international communication Association*, New York.
- Plaisance, P. L.; Skewe, E. A. y Hanitzsch, T. (2012). Ethical Orientations of Journalists Around the Globe: Implications From a Cross-National Survey. *Communication Research*, 39(5): 641-661.
- Prado, J. (1999). Ética, Profesión y Medios. La ética y sus fundamentos: Desde dónde hablamos. En: Prado, J. (Ed.). *La apuesta por la libertad en el éxtasis de la comunicación*. México: Universidad Iberoamericana.
- Price, M.; Rozumilowicz, B. y Verbult, S. (Eds.) (2002). *Media reform. Democratizing the media, democratizing the state*. London: Routledge.
- Rao, S. y Wasserman, H. (2007). Global media ethics revisited: A postcolonial critique. *Global Media and Communication*, 3(1): 29-50.
- Rebeil, M. A. (2013). Regulation of communication in Latin America, Spain and Portugal: overview of the professional codes of ethics. En: Suarez, J. C.; Zurbano, A. y Saadi, O. (Eds.). *II International conference on media ethics*. Sevilla: Dykinson S.L.
- Rest, J. (1979; 1986). *Development in judging moral issues*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Rotter, J. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, 80(1) [todo el número 609].
- Schlenker, B. P. y Forsyth, D. R. (1977). On the ethics of psychological research. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13: 369-396.
- Schudson, M. (1996). The sociology of news production revisited. En: Curran, J. y Gurevitch, M. (Eds.). *Mass Media and Society* (2ª edición). New York: St. Martin Press.
- Schudson, M. y Anderson, C. (2009). Objectivity, professionalism and Truth Seeking in Journalism. En: Wahl-Jorgenson, K. y Hanitzsch, T. (Eds.). *The Handbook of Journalism Studies*. New York: Routledge.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Centro de Libros PAPP.
- Serrano, P. (2009). *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo*. Barcelona: Península.

- Singer, J. B. (2014). Getting past the future: journalism ethics, innovation, and a call for “flexible first”. *Comunicacao e Sociedade*, 25: 67-82.
- Stavitsky, A. G. y Dvorkin, J. (2008). Best Practices in Assessing Objectivity and Balance, <http://goo.gl/eo0hoo> [consultado el 5 del 11 de 2014].
- Staw, B. M.; Bell, N. E. y Clausen, J. A. (1986). The dispositional approach to job attitudes: A lifetime longitudinal test. *Administrative Science Quarterly*, 31: 56-77.
- Taufic, C. (2005). *La autorregulación del periodismo. Manual de ética periodística comparada*. Santiago de Chile: Friedrich Ebert Stiftung.
- Treviño, L. K. (1992). Moral reasoning and business ethics: Implications for research, education, and management. *Journal of Business Ethics*, 11: 445-459.
- Treviño, L. K. (1990). A cultural perspective on changing and developing organizational ethics. En: Woodman, R. y Passmore, W. (Eds.). *Research in organizational change and development*. Greenwich, CT: JAI Press.
- Treviño, L. K. (1986). Ethical decision making in organizations: A person-situation interactionist model. *Academy of management Review*, 11: 601-617.
- Treviño, L. K. y Weaver, G. R. (2003). *Managing ethics in business organizations: Social scientific perspectives*. Sandford, CA: Stanford University Press.
- Treviño, L. K. y Weaver, G. R. (2001). Organizational justice and ethics program “follow-through”: Influences on employees’ harmful and help-ful behavior. *Business Ethics Quarterly*, 11: 651-671.
- Victor, B. y Cullen, J. B. (1988). The organizational bases of ethical work climates. *Administrative Science Quartely*, 33: 101-124.
- Voakes, P. S. (1997). Social influences on journalists' decisionmaking in ethical situations. *Journal of Mass Media Ethics*, 12(1): 18-35.
- Ward, S. J. A. (2009). Journalism Ethics. En: Wahl-Jorgensen, K. y Hanitzsch, T. (Eds.). *The Handbook of Journalism*. New York: Routledge.
- Ward, S. J. A. (2007). Utility and impartiality: Being impartial in a partial world. *Journal of Mass Media Ethics*, 22(2): 151-167.
- Weaver, D. H. y Wilhoit, G. C. (1986). *The american journalist*. Bloomington: Indiana University Press.
- Weiss, H. M. y Cropanzano, R. (1996). Affective events theory. A theoretical discussion of the structure, causes and consequences of affective experiences at work. *Research in Organizational Behavior*, 18: 1-74.
- White, R. A. (1989). Social and Political Factors in the Development of Communication Ethics. EN: Cooper, T. W.; Christians, C.; Plude, F. F. y White, R. (Eds.). *Communications Handbook*. New York: Longman.
- White, A. (2008). *The Ethical Journalism Initiative*. Brussels: International Press Centre-International Federation of Journalists.
- Wyatt, W. N. (2014). *The ethics of journalism. Individual, institutional and cultural influences*. London: I. B. Tauris.

Citación recomendada/Recommended citation

Oller, Martín; Chavero, Palmira; Cevallos, Patricio; Carrillo, Julia (2015): Las orientaciones éticas de los periodistas dentro de la cultura periodística de Ecuador. GIGAPP Estudios/Working Papers. Grupo de Investigación en Gobierno, Administración y Políticas Públicas. Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset. Madrid. No. WP-2014-36. 28 pp.



Grupo de Investigación en
Gobierno, Administración
y Políticas Públicas

Fundación José Ortega y Gasset-Gregorio Marañón
Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset

Sobre el GIGAPP

El Grupo de Investigación en Gobierno, Administración y Políticas Públicas (GIGAPP) es una iniciativa académica impulsada por un equipo de doctorandos y profesores del Programa de Gobierno y Administración Pública (GAP) del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset (IUIOG), Fundación Ortega – Marañón, cuyo principal propósito es contribuir al debate y la generación de nuevos conceptos, enfoques y marcos de análisis en las áreas de gobierno, gestión y políticas públicas, fomentando la creación de espacio de intercambio y colaboración permanente, y facilitando la construcción de redes y proyectos conjuntos sobre la base de actividades de docencia, investigación, asistencia técnica y extensión.

Las áreas de trabajo que constituyen los ejes principales del GIGAPP son:

1. Gobierno, instituciones y comportamiento político.
2. Administración Pública.
3. Políticas Públicas

Información de Contacto

Grupo de Investigación en Gobierno, Administración y Políticas Públicas (GIGAPP)
Programa de Doctorado en Gobierno y Administración Pública (GAP)
Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset (IUIOG), Fundación Ortega – Marañón
C/ Fortuny, 53
28010 Madrid – España. ewp@gigapp.org

Las orientaciones éticas de los periodistas dentro de la cultura periodística de Ecuador
Oller, Martín; Chavero, Palmira; Cevallos, Patricio; Carrillo, Julia