



Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí

Facultad Ciencias de la Comunicación

Carrera de Periodismo

Trabajo de Investigación

Previo a la obtención del Grado de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación, mención Periodismo

Tema:

“Diagnóstico de los códigos deontológicos de los medios privados y públicos de comunicación televisiva del Ecuador. Estudio comparativo Ecuador TV vs Ecuavisa”

Autor

John Jairo Reyes Andrade

Tutor

Mg. José Bernardo Vaca Alcívar

Manta - Manabí - Ecuador

2018

Declaración de autorización y originalidad

Declaración

Yo, John Jairo Reyes Andrade, con cédula de ciudadanía ecuatoriana 171323569-3, me responsabilizo de los contenidos teóricos, prácticos del Trabajo de Investigación, con el tema: “Diagnóstico de los códigos deontológicos de los medios privados y públicos de comunicación televisiva del Ecuador. Estudio comparativo Ecuador TV vs Ecuavisa” previo a la obtención del Grado de: Licenciado en Ciencias de la Comunicación, mención Periodismo

Lo declara:

.....

John Jairo Reyes Andrade

Septiembre 2018

Certificación del tutor

Certificación

Yo, Mg. José Bernardo Vaca Alcívar, docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico haber revisado y dirigido el trabajo de titulación sobre el tema: “Diagnóstico de los códigos deontológicos de los medios privados y públicos de comunicación televisiva del Ecuador. Estudio comparativo Ecuador TV vs Ecuavisa” del Señor Jhon Jario Reyes Andrade bajo mi tutoría, habiendo cumplido con los requisitos metodológicos, teóricos, prácticos e investigativos correspondientes.

Después de la revisión, análisis y corrección respectivos, autorizo su presentación para la sustentación del trabajo de titulación.

Lo certifica:

.....

Mg. José Bernardo Vaca Alcívar

Tutor del Trabajo de Investigación

Septiembre 2018

Dedicatoria

Mantuve mi mira siempre en la meta, no hubo obstáculos que me detengan, los sueños se hicieron para cumplirlos, con mucha constancia y tenacidad logré este gran anhelo. Primero gracias a la vida, por enseñarme cada lección aprendida, a mi madre Rocío, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo; al hombre que desde el cielo siempre me dijo que jamás debo rendirme y que siempre estuvo orgulloso de mi “Papá”, a mis hermanos Diana y José por darme el aliento necesario para obtener un logro más.

A mis hijos Anahita y Juliancito que son el motor de mi vida, y fruto del verdadero amor incondicional que siempre vivirá en mí por ellos y para ellos.

Agradecimiento

Agradezco a toda mi familia materna y paterna por confiar en mi, gracias por ser parte de mi vida y permitirme ser parte de su orgullo. Un agradecimiento especial a mi familia de Oromar Televisión, Erikita, Jean Carlos, Josué, Alex, Danny, pero en especial al Ing. Andrés Herrera y toda su familia por siempre contar con el apoyo necesario y retribuido hacia mi persona. También a dos grandes estimados amigos y guías Dra. Rocío Saltos y Mg. José Vaca, quienes me impulsaron y se preocuparon hasta la obtención de mi título. Agradezco enormemente a ti Mg. María Belén Vásquez Campuzano por ser mi mano derecha, por tu desinteresada ayuda, por apoyarme cuando lo necesité. Te agradezco no solo la ayuda sino los momentos buenos y malos que has estado a mi lado para darme los mejores consejos de vida. Agradezco a todas las personas que ayudaron directa o indirectamente a la realización de este proyecto.

Resumen

Al realizar este proyecto, el objetivo principal, era analizar el nivel de cumplimiento de los códigos deontológicos de los medios televisivos, específicamente los que son objeto de este estudio, tomando como punto de partida referencial a Ecuador TV y Ecuavisa. El primero por ser un medio de línea editorial oficialista y el otro por su tendencia política de oposición, que además tiene una audiencia extensa.

Este estudio investigó y se verificó si se cumple con las categorías determinadas en el artículo 9 de la Ley Orgánica de Comunicación que establece normas que regulan a los medios. Tras el análisis textual y el panel de expertos, se determinó que los códigos son mera copia de la reglamentación para evitar interpretaciones. Las entrevistas realizadas a los expertos en el tema, proporcionó un punto de vista que tienen sobre esta normativa los medios. Los resultados arrojaron que, en la práctica, el medio privado cumple la ley sin permitirse subjetividades en su aplicación, mientras que el medio público, no tiene ningún código, lo suplanta con una veeduría ciudadana, que impone según su criterio el cumplimiento de la LOC.

Como conclusión se puede decir que los medios no crean propios códigos, sino que, para evitar sanciones, copian al pie de la letra lo que establece el artículo 9 de la LOC. Los medios oficialistas no han sido sancionados, como manda el reglamento, por no poseerlo. Para los medios privados se establecieron sanciones severas durante del Gobierno del Economista Rafael Correa. Cabe recalcar que en lo que lleva el periodo del Gobierno del Presidente Lenin Moreno no se ha aplicado sanciones a ningún medio.

Palabras claves: Ley orgánica de comunicación, códigos deontológicos, medios

Abstract

The main objective, in this project, was to analyze the level of compliance with the deontological codes of the television media, specifically those that are the object of this study: Ecuador TV and Ecuavisa. The first cause is a reference for being an official media outlet, and the other because of its opposition political tendency, which also has a large audience.

This work was investigated and verified if the categories that are determined in article 9 of the Organic Law of Communication, that establishes norms that regulate the media job. After the textual analysis and the panel of experts, it was determined that the codes are mere copies of the regulations of deontological codes to avoid interpretations. The interviews carried out with the experts on the subject, provided a point of view that the media have about this regulation. The results showed that, in practice, the private environment has a code that leaves no space for subjectivities in its application, while the public environment does not have any code, and it is supplanted by a citizen oversight, which imposes compliance parameters of the LOC.

As a conclusion, it can be said that the media do not create their own codes in the country, but rather, to avoid sanctions, they copy what is established in Article 9 of the LOC to the letter. The official media have not been sanctioned, as mandated by the regulation, for not having a deontological code. For the private media, severe sanctions were established during the Government of the Economist Rafael Correa. It should be noted that in the period of the Government of President Lenin Moreno, no sanctions have been applied to any media.

Keywords: Organic Law of communication, deontological code, mass media

Índice

Declaración de autorización y originalidad.....	2
Certificación del tutor	3
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento.....	5
Resumen	6
Abstract.....	7
Índice.....	8
Capítulo I.....	10
I. Introducción.....	10
II. Marco conceptual	11
i. Planteamiento del problema	11
ii. Situación.....	12
iii. Formulación del problema.....	18
III. Hipótesis y operacionalización de variables	18
i. Hipótesis.....	18
ii. Variables.....	18
IV. Delimitación	20
i. Delimitación espacial	20
ii. Delimitación temporal	20
V. Objetivos.....	20
i. Objetivo general.....	20
ii. Objetivos específicos	20
VI. Justificación.....	21
VII. Viabilidad legal	22
Capítulo II.....	22
1. Estado del Arte.....	22
2. Marco teórico.....	28
2.1. Contextualización de la comunicación en el Ecuador.....	28
2.2. La ética y la comunicación	28

2.3.	Los Códigos deontológicos.....	30
2.4.	Ley Orgánica de Comunicación y el código deontológico ecuatoriano	31
2.4.1.	Democratización de la comunicación y las políticas públicas.....	31
2.4.2.	Ley Orgánica de Comunicación como política pública.....	32
2.4.3.	Principios del código deontológico del Ecuador.	33
2.5.	Medios públicos y medios privados.....	36
2.6.	Ecuavisa y Ecuador TV.....	37
3.	Marco metodológico.....	38
3.1.	Tipo de investigación o alcance	38
3.2.	Técnicas de investigación.....	39
3.3.	Determinación de la población	40
3.4.	Instrumentos de investigación.....	40
4.	Descripción y análisis de datos	40
4.1.	Análisis documental	41
4.2.	Panel de expertos.....	52
5.	Conclusiones	56
6.	Recomendaciones	56
7.	Cronograma de actividades	57
8.	Recursos Generales.....	57
8.1.	Recursos humanos	57
8.2.	Recursos materiales	57
Capítulo III		58
1.	Propuesta	58
9.	Referencias.....	60
10.	Anexos.....	67
10.1.	Anexo 1. Artículos de la LOC (2014).....	67
10.2.	Anexo 2. Artículos de la Ley Orgánica de Comunicación	71
10.3.	Anexo 3. Preguntas de la entrevista estructurada para el panel de expertos. 74	

Capítulo I.

I. Introducción

Durante la década anterior se han realizado varios estudios y publicaciones sobre el debate del cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación por los medios. La Universidad Los Hemisferios, analizó la credibilidad de los noticieros, a través de encuestas a la audiencia, arrojó como resultado la baja credibilidad, e imparcialidad de los medios tanto públicos como privados.

El escenario que arrojó esta investigación permite establecer que existe una estigmatización que desprestigia a los medios, ya que, en países como Ecuador, Bolivia, Argentina y Venezuela, durante los gobiernos socialistas, las leyes de comunicación se impusieron para fortalecer el oficialismo y debilitar la oposición (Rincón, 2010). Un claro ejemplo de la aplicación de la ley al incumplimiento del código deontológico de los medios de comunicación se dio en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales del 2 de abril de 2017, donde Ecuavisa, Teleamazonas, Canal Uno y Diario Expreso, proporcionan una información otorgada por el *exit poll* de la empresa Cedatos y otorga la victoria a la alianza CREO SUMA con su representante Guillermo Lasso. Por esta emisión supuestamente mal intencionada, la Superintendencia de la Comunicación (Supercom) amonesta a los medios, por difundir información descontextualizada y sin verificación, como lo establece el artículo 10 de la LOC, numeral 3 literales

a y b, referente a las normas deontológicas que deben cumplir los medios de comunicación.

Este contexto deja entrever la importancia del estudio del cumplimiento de establecer códigos deontológicos que permitan a los medios televisivos establecer el horizonte del quehacer mediático.

II. Marco conceptual

i. Planteamiento del problema

En la actualidad se ha observado los cambios en la comunicación y las posturas ideológicas de los medios y periodistas, por la polaridad política del país, con el precepto de que los medios de comunicación manipulaban la información de acuerdo a sus intereses, así como la falta de profesionalismo en los comunicadores, ya que los medios no tenían establecidas normativas para regular el accionar ético del comunicador (Alegría, 2016). Esto desembocó en la creación de una ley que los regule.

Al entrar en vigencia la Ley Orgánica de Comunicación en el año 2014, se vuelve una obligación de cumplimiento a todos los medios de comunicación. En el artículo 8, se establece que los medios deben tener un código que oriente sus prácticas comunicacionales y la gestión interna, que se regulan en el artículo 10.

Un código deontológico son normas de comportamiento o éticas de conducta que guían el quehacer de los profesionales, en este caso los periodistas y comunicadores que trabajan en los medios de comunicación.

A esto se le suma el artículo 852 (revisar anexo 1) del Reglamento de la LOC, que establece que deben además poseer un manual de estilo que forman

parte del código deontológico que debe ser conocido por todos sus empleados, así como ser público a través de su página web. Si el público sintiera que un medio no tiene estilo, puede ser denunciado ante la Superintendencia de Comunicaciones, como lo establece el artículo 10 (revisar anexo 1) de la LOC.

El incumplimiento de las normas deontológicas puede ser denunciado por la audiencia o bien cualquier ciudadano u organización, que será comprobado y sancionado el medio de acuerdo a lo que amerite la infracción (LOC, artículo 10).

ii. Situación

A partir de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) por la Asamblea Nacional de la República del Ecuador en el año 2012 se regulan el ejercicio de los medios de comunicación, donde se “establece la obligación para los medios de expedir códigos deontológicos (artículo 9 LOC), el mecanismo de autorregulación por excelencia de la actividad informativa, señalando las normas deontológicas que deben contener (artículo 10 LOC)” (Zúñiga, J. & Ibáñez, D. 2016) , que se han convertido en figuras jurídicas que deben ser cumplidas de forma obligatoria, que defiende los derechos de las audiencias de los medios. Para los autores, que realizaron un estudio sobre los medios de comunicación de mayor trascendencia en el Ecuador, las televisoras deberían regularse por medio de los consejos audiovisuales, o en el caso del Ecuador la Superintendencia de Comunicación (Supercom), estos criterios deben servir de guías para el tratamiento mediático, donde sus códigos deontológicos deben servir para proteger tanto a las audiencias como a los dueños de los medios limitando la actuación administrativa de la Supercom.

La LOC (2012) en su Artículo 10 establece normas que regulan tanto el ejercicio periodístico como a los medios de comunicación, de donde parte la creación de los códigos deontológicos de los medios de comunicación, en concordancia con la ley. Existen algunos estudios sobre la credibilidad de los medios y el tipo de información que estos presentan a la ciudadanía, en un estudio realizado por la Universidad Los Hemisferios por Vascones (2010), que parte de una encuesta a las audiencias de medios nacionales, se llegó a la conclusión que son pocos los medios que son imparciales, confiables y que su información es veraz. Así mismo, se llega a la conclusión que su trabajo se ve afectado por los factores políticos y la falta del derecho a la libre expresión.

Para los investigadores Barredo, Mendoza y Trámpuz (2016) en su artículo “La televisión ecuatoriana regulación, convergencia, digitalización y transformación del paradigma (2007 – 2016)”, acotan que, durante los últimos diez años, la televisión ha sufrido una transformación fundamental, ya que los canales públicos e incautados debían cumplir con los códigos impuestos por la ley de comunicación, y los privados auto regularse, para no caer en sanciones, debieron cambiar su quehacer profesional. En este estudio comparativo sobre los canales nacionales destacan que hay una semejanza de los códigos deontológicos con los artículos de la LOC, que deben ser abordadas con el propósito de brindar mayor calidad a las audiencias.

Es importante percatarse que la tecnología ha cambiado el entorno de la comunicación, hoy se habla de una comunicación mediada, donde “el cumplimiento por parte de los periodistas de los principios éticos y deontológicos de la profesión periodística” (López, Silva y Toural, 2014, p. 39) es más visible,

ya que en torno a ella se generan debates abiertos, a través de las nuevas herramientas que brindan las plataformas multimedia. Estos autores realizaron un análisis del manejo de los códigos deontológicos de los medios de comunicación del Ecuador, por medio de una observación de las plataformas digitales y llegaron a la conclusión que hay una necesidad de desarrollar estrategias que coadyuven a recuperar los enfoques nacionales frente a una integración ética globalizada.

El ejercicio del periodismo desde sus inicios ha sido normado por una serie de regulaciones que varían de acuerdo a elementos culturales y políticos, no obstante, la veracidad y objetividad de la información que los medios proporcionan a la ciudadanía son las características más importantes, aun cuando se presenten condiciones que limiten su ejercicio, de acuerdo con Oller y Barredo (2013). En la obra “Las culturas periodísticas intermedias Estudios comparativos internacionales en Periodismo” de estos autores establece tres características principales la primera sobre los medios en Latinoamérica, la primera es la inestabilidad democrática que ha frenado su desarrollo, la segunda como la influencia occidental que lleva a “la instrumentalización de los medios” (p. 35) debido a que pertenecen a grandes poderes económicos y por último el uso de modelos europeos o norteamericanos que se subordinan a los poderes hegemónicos.

Carvajal (2011) en su investigación, hace un estudio sobre la deontología sobre el ejercicio profesional del comunicador, para lo cual obtuvo datos primarios a través de un estudio descriptivo sobre la base de teórica jurídica y comunicacional, donde evidencia la incidencia de los códigos de ética o deontológicos de los comunicadores a partir de la promulgación de la LOC.

Concluye que los comunicadores no poseen el conocimiento sobre la legislación, de manera que los espacios de comunicación, no siempre cumple con los parámetros establecidos en Ecuador. Este estudio le permitió presentar un manual para la capacitación y orientación del ejercicio profesional de los comunicadores en la provincia de Santa Elena.

Plata (2014) realizó un estudio sobre el “periodismo de investigación en los canales de televisión de Guayaquil y elaboración de un noticiero” aborda el concepto de los códigos deontológicos como la presentación ideológica y editorial de un medio, lo que le permite independencia de los sectores políticos y económicos, sin dejar de lado la “obligación de actuar con la mayor diligencia posible en el acceso a las fuentes y en el contraste de opiniones confrontadas” (p.14) y analiza su actuar en los procesos de investigación periodística a través de la observación concluye que concienciarse a los comunicadores sobre los parámetros que establece la LOC.

Otra investigación es el de Rodríguez (2015) que aborda los códigos deontológicos de la prensa sensacionalista a partir del análisis del cumplimiento de los artículos 2 al 7 de la LOC (2012) y de la teoría de Teun van Dijk sobre el discurso que se relaciona en los sociocultural e histórico. Lo que interesa de esta investigación para el presente trabajo, es el análisis que se hizo de los códigos deontológicos, que concluye en que la información no es veraz y puede resultar nociva para el público, y que no cumple su propio código deontológico.

Armijos (2017) analiza la aplicación de los códigos deontológicos en los canales Teleamazonas y TC Televisión, a través de entrevistas y análisis de la información, llegó a la conclusión que las audiencias reconocen la falta de

independencia de la línea editorial y su parrilla, con los diferentes grupos comerciales. Este problema conlleva al incumplimiento de los códigos deontológicos y por ende a los principios de la comunicación en sí que es de informar, educar y entretener.

El trabajo de investigación de Ushca y Pazmiño Ospina (2016) basado en el “Análisis de los hechos mediáticos y la aplicación de los códigos deontológicos en los medios televisivos Ecuavisa y Canal Uno” se refiere a la aplicación de los códigos deontológicos y su verificación del cumplimiento de los parámetros establecidos en sus códigos y la relación directa con la Ley Orgánica de Comunicación vigente en el país, a través de encuestas a los directivos y audiencias, concluyeron en que por lo general se incumple con sus propios códigos, los medios dan prioridad al *rating*.

La estigmatización de los medios como opositores políticos, ha llevado a los gobiernos de izquierda, en la primera década del siglo XXI, a implantar leyes en contra del linchamiento mediático así como establecer juicios civiles y penal, creando un muro de acceso a la información pública, para Rincón (2010) la popularidad de los gobiernos de izquierda de América Latina, coadyuvó a la implementación de leyes punitivas y el silenciamiento de los medios privados, como sucedió en los últimos comicios de presidente que fueron penalizados los medios que otorgaron la ganancia al candidato opositor (Armijos, 2017).

Finalmente en el artículo sobre la Formación e investigación en comunicación social de Yaguache (2015) publicado en el libro Investigar la Comunicación publicado por la Universidad Técnica Particular de Loja, se refiere a la responsabilidad de los medios y el derecho a la información que se plasma en

la LOC, los códigos deontológicos han sido una camisa de fuerza que autorregula y autocontrola a los medios es una práctica de los gobiernos de neozquierda y logra crear una conciencia en las audiencias sobre sus derechos, ya que generan opinión pública y se transmiten a través de las Tic's que hoy están ligadas a los *mass* medias, que le otorga un lugar privilegiado a estos medios.

Con la visión del nuevo gobierno encabezado por el Presidente Lenin Moreno, se han propuesto reformas a la Ley De Comunicación, que “implica un punto de quiebre pues antepone la garantía del cumplimiento de los derechos a la comunicación y a la libertad de expresión, para acabar con 10 años de hostigamiento y persecución” (Secretaria Nacional de Comunicación, 2018, parr.1).

De acuerdo con la institución las reformas rescatan el verdadero espíritu de la Constitución vigente, además respeta las normativas y tratados internacionales, respetando los derechos humanos. Esta propuesta incluye el fortalecimiento de la Cordicom y la Defensoría del Pueblo que permitirá mantener “derechos fundamentales como: la prohibición de censura previa, rectificación y réplica, regulación de contenido discriminatorio, clasificación de audiencias y franjas horarias, y la difusión de contenidos musicales”. (Secretaria Nacional de Comunicación, 2018, párr. 4). Incluye una propuesta para crear un Observatorio de Derechos Humanos y Justicia, quien se encargará de la regulación. El proyecto busca el compromiso de los actores de la comunicación en el Ecuador para proteger los derechos y erradicar malas prácticas. En ningún momento, la reforma plantea quitar o modificar los artículos de los códigos deontológicos.

iii. Formulación del problema

Poseer un código deontológico no han evitado riesgos para el trabajo comunicativo de los medios de comunicación televisivo, entonces es importante preguntarse si ¿Es determinante para los medios de comunicación televisiva el cumplimiento de los artículos 9 y 10 (código deontológico) de la LOC?

III. Hipótesis y operacionalización de variables

i. Hipótesis

(Hi) Hipótesis operacional

El escaso conocimiento de la operatividad de los artículos 9 y10 de LOC afecta su nivel de cumplimiento por parte de los medios de comunicación televisivos públicos y privados.

(Ho) Hipótesis nula

El escaso conocimiento de la operatividad de los artículos 9 y10 de LOC no afecta su nivel de cumplimiento por parte de los medios de comunicación televisivos públicos y privados.

ii. Variables.

Variable independiente

Artículos 9 y 10 de la LOC (Código deontológico)

Variable dependiente

Cumplimiento de los medios de comunicación televisivos públicos y privados.

Tabla 1. Operacionalización de las variables

Hipótesis	Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Ítems para indicadores	Instrumento reactivo
(Hi) HIPÓTESIS OPERACIONAL El escaso conocimiento de la operatividad de los artículos 9 y 10 de LOC afecta su nivel de cumplimiento por parte de los medios de comunicación televisivos públicos y privados	Variable independiente Artículos 9 y 10 de la LOC	Los artículos 9 y 10 de la LOC establecen los parámetros de los códigos deontológicos que todo medio de comunicación debe cumplir, para orientar sus prácticas de gestión interna y su trabajo comunicacional. Los códigos deben estar compuestos por las normas establecidas en el artículo 10 al 16	Código	Código deontológico	¿Los medios de comunicación tienen un Código deontológico? ¿Qué nivel de cumplimiento tiene en relación a los principios y normas establecidos en los artículos 10 al 16? ¿El medio cuenta con un manual de estilo? ¿El medio cuenta con un ideario? ¿Qué nivel de comprensión y originalidad tiene el código deontológico?	Observación Análisis comparativo
			Parámetros	Artículo 9 al 16 de la LOC		
			Normas	Normas deontológicas relacionadas con la dignidad humana, la atención prioritaria, el ejercicio profesional, las prácticas de comunicación social		
			Principios	artículos 11 al 16 de la LOC		
			Cumplimiento	Normas y principios		
			Originalidad	Contenido		
(Ho)HIPÓTESIS NULA El escaso conocimiento de la operatividad de los artículos 9 y 10 de LOC no afecta su nivel de cumplimiento por parte de los medios de comunicación televisivos públicos y privados	Variable dependiente Cumplimiento de los medios de comunicación televisivos públicos y privados	Medio de comunicación televisivo público y privado son aquellos que emiten sus programas por medio del espectro audiovisual público o privado	Nivel de cumplimiento	Código deontológico	¿el medio de comunicación ha hecho público su código deontológico en su página web? ¿el código publicado cumple con los parámetros, normas y principios establecidos por la LOC? ¿Qué nivel de originalidad tiene el código deontológico publicado por el medio? ¿Qué factor se puede considerar que incida en el nivel de comprensión y cumplimiento del código deontológico?	Observación Análisis comparativo Panel de expertos
			Compresión	LOC		
			Originalidad	Contenidos		
			Políticas, normas y principios	Artículos 10-16		

IV. Delimitación

i. Delimitación espacial

El estudio se realizará sobre los códigos deontológicos de los medios de comunicación televisivos nacionales, un público y un privado, Ecuador TV y Ecuavisa respectivamente.

ii. Delimitación temporal

Este problema se estudiará en el periodo comprendido entre el febrero y julio del 2018

V. Objetivos

i. Objetivo general

Determinar el nivel de cumplimiento de los medios televisivos Ecuador TV y Ecuavisa, sobre códigos deontológicos señalados de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC).

ii. Objetivos específicos

- Reconocer los componentes necesarios para el cumplimiento del artículo 9 sobre los códigos deontológicos señalados en la LOC
- Analizar los códigos deontológicos de los medios de acuerdo a las categorías que señala la LOC.
- Establecer estrategias para el mejor cumplimiento de los medios al artículo 9 de la LOC.

VI. Justificación

Esta investigación pretende analizar el nivel de cumplimiento de los códigos deontológicos de los medios televisivos de la ciudad de Manta, para determinar las carencias que poseen frente a los artículos 9 y 10 de la LOC.

Es importante realizar este estudio para identificar la forma en que los medios televisivos presentan a sus audiencias y empleados las normas y códigos éticos para el tratamiento de la comunicación e información de manera que permita el cumplimiento a los profesionales, revelar los problemas que se presentan para poder hacer frente a cualquier denuncia de la ciudadanía.

El beneficio a la sociedad que pretende este estudio es proponer estrategias a los medios para orientar, educar e informar a los comunicadores sobre los ejes de obligatorio cumplimiento, el ideario del medio, su estilo, de manera que pueda trabajar el profesional con criterio y una visión holística y ética para las audiencias.

Este estudio permitirá identificar la condición actual sobre los códigos deontológicos y los conflictos que se están generando con la LOC, en la ciudad de Manta y también a los medios percatarse sobre sus falencias y los problemas latentes que pueden estar generando. Para este propósito, se realizará un profundo análisis utilizando un método comparativo de las categorías de investigación que se establecerán en el marco teórico.

La factibilidad de este estudio es total, que reúne las condiciones necesarias para su realización, porque los medios televisivos escogidos poseen en

sus páginas web donde deben tener publicado los códigos deontológicos, que permitirá contrastar con la LOC.

VII. Viabilidad legal

La Constitución de la República del Ecuador (2008) en su artículo 18 de la sección tercera de Comunicación e Información permite a todo ciudadano producir, difundir información veraz, oportuna y contextualizada, así como acceder a toda la información tanto de entidades públicas o privadas.

El artículo 20 “El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación” (Asamblea Constituyente, 2008, pp. 25-26).

Ley Orgánica de Cultura (2016) en el Art. Art. 7.- sobre la Información de relevancia pública o de interés general, los medios de comunicación deben mantener una información transparente para las diversas audiencias de interés, lo que permite al investigador a acceder a la información pública tanto de los medios privados como públicos.

Capítulo II.

1. Estado del Arte

A partir de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) por la Asamblea Nacional de la República del Ecuador en el año 2012 se regulan el

ejercicio de los medios de comunicación, donde se “establece la obligación para los medios de expedir códigos deontológicos (artículo 9 LOC), el mecanismo de autorregulación por excelencia de la actividad informativa, señalando las normas deontológicas que deben contener (artículo 10 LOC)” (Zúñiga, J. & Ibáñez, D. 2016), que se han convertido en figuras jurídicas que deben ser cumplidas de forma obligatoria, que defiende los derechos de las audiencias de los medios.

Para los autores, que realizaron un estudio sobre los medios de comunicación de mayor trascendencia en el Ecuador, las televisoras deberían regularse por medio de los consejos audiovisuales, o en el caso del Ecuador la Superintendencia de Comunicación (Supercom), estos criterios deben servir de guías para el tratamiento mediático, donde sus códigos deontológicos deben servir para proteger tanto a las audiencias como a los dueños de los medios limitando la actuación administrativa de la Supercom.

La LOC (2012) en su Artículo 10 establece normas que regulan tanto el ejercicio periodístico como a los medios de comunicación, de donde parte la creación de los códigos deontológicos de los medios de comunicación, en concordancia con la ley.

Existen algunos estudios sobre la credibilidad de los medios y el tipo de información que estos presentan a la ciudadanía, en un estudio realizado por la Universidad Los Hemisferios por Vascones (2010), que parte de una encuesta a las audiencias de medios nacionales, se llegó a la conclusión que son pocos los medios que son imparciales, confiables y que su información es veraz. Así mismo, se llega a la conclusión que su trabajo se ve afectado por los factores políticos y la falta del derecho a la libre expresión.

Para los investigadores Barredo, Mendoza y Trampuz (2016) en su artículo “La televisión ecuatoriana regulación, convergencia, digitalización y transformación del paradigma (2007 – 2016)”, acotan que, durante los últimos diez años, la televisión ha sufrido una transformación fundamental, ya que los canales públicos e incautados debían cumplir con los códigos impuestos por la ley de comunicación, y los privados autoregularse, para no caer en sanciones, debieron cambiar su quehacer profesional. En este estudio comparativo sobre los canales nacionales destacan que hay una semejanza de los códigos deontológicos con los artículos de la LOC, que deben ser abordadas con el propósito de brindar mayor calidad a las audiencias.

Es importante percatarse que la tecnología ha cambiado el entorno de la comunicación, hoy se habla de una comunicación mediada, donde “el cumplimiento por parte de los periodistas de los principios éticos y deontológicos de la profesión periodística” (López, Silva y Toural, 2014, p. 39) es más visible, ya que en torno a ella se generan debates abiertos, a través de las nuevas herramientas que brindan las plataformas multimedia.

Estos autores realizaron un análisis del manejo de los códigos deontológicos de los medios de comunicación del Ecuador, por medio de una observación de las plataformas digitales y llegaron a la conclusión que hay una necesidad de desarrollar estrategias que coadyuven a recuperar los enfoques nacionales frente a una integración ética globalizada.

Alonso y Cortiñas (2014) en su estudio teórico sobre la problemática que presenta la sociedad actual sobre el papel que juegan los medios de comunicación

en la sociedad, que se ven abocados a un manejo creciente de la tecnología que a su vez conllevan a un mayor involucramiento de los espectadores.

Es así, que se asume que son mediadores de las conductas y opiniones de la sociedad, para lo que se han planteado varias categorías que posibiliten su estudio, como:

(1) índices de presencia; (2) tratamiento y cobertura; (3) vínculos entre publicidad y pseudociencia; (4) creencias personales de los periodistas; (5) intereses de terceros; (6) formación y experiencia del periodista; (7) existencia, aplicación y/o creación de códigos deontológicos específicos; y (8) percepción y conocimientos de la figura del editor al respecto (p.99),

Estos permiten a su vez analizar la ética, que para Ward (2008) se trata de una ética aplicada que investiga los problemas del deber hacer de los periodistas en determinadas situaciones, así como el deber ser de los medios de los medios, debido a su rol en la sociedad, no de un modelo establecido y comprobable en todos los casos.

Un estudio importante para este trabajo es el que presenta Orenes (2014), sobre el control penal de los medios televisivos en Hispanoamérica, que habla sobre la vulneración de los derechos de los ciudadanos por medio de la televisión y su impacto en la audiencia, que han llevado a juicios, que por lo general tienen dificultad de sancionar por que los marcos reguladores no limitan las penas y dejan a libertad del aparato de justicia de cada país.

Por esta razón, el autor acota, que es importante los códigos reguladores de las libertades del ejercicio mediático y los instrumentos para la regulación y correulación, sobre la base de un compromiso ético de las dos partes. El autor

realiza un estudio de los juicios que se establecieron en España por el Consejo de Medios Audiovisuales, que es independiente de los canales, más no del estado, como en Ecuador, han tomado acciones punitivas que han sido fuertemente criticadas por las audiencias y los medios.

El autor, luego de su análisis recomienda que se analice los códigos deontológicos de los medios para que se exponga de mejor manera su compromiso con la sociedad, así como entes especializados para controlar las emisiones y no vulnerar el derecho a la libertad de expresión de la ciudadanía.

De acuerdo con López Talavera (2016), los códigos deontológicos son de cumplimiento obligatorio para todo profesional. En esta obra, se realiza un abordaje teórico de la ética en los medios de comunicación, que parte de un abordaje de la ética actual, basada en el bien social, que debe ser la labor de todo comunicador como son la integridad, la responsabilidad, la dignidad, donde el tratamiento de la información debe pasar una cláusula ética, que está relacionada con el tipo de información que se presente, enfrentado a los mass media a nuevos retos que permita una convivencia más armónica.

El estudio sobre el infoentretenimiento televisivo de Redondo y Campos-Domínguez (2015) analiza su comportamiento ético, a través de los códigos deontológicos de seis renombrados medios españoles. Basa su trabajo en una metodología descriptiva de los estilos y contenidos de los programas de infoentretenimiento de cada canal.

Las categorías de investigación son: “La función de la información y la responsabilidad social del periodista, el tratamiento de la verdad informativa y la mercantilización de la información” (p.80).

Para las autoras en la televisión existe un tratamiento mercantilista por medio de las televisoras, “no como un derecho fundamental del ciudadano. Esa contaminación mercantilista llega a condicionar la selección de argumentos, su jerarquía, la elección de las fuentes informativas, los géneros dominantes o favorecer la espiral de silencio de posturas poco populares” (p.87).

Es importante profundizar en los estudios de obtención de información que contribuyan a la ética televisiva, de acuerdo con Redondo (2013). Esta autora hace análisis desde lo conceptual y luego de lo descriptivo de las cuestiones éticas de los medios televisivos, la investigación se aplicó a reportajes emitidos y analizando el cumplimiento de las variables fijadas en el marco teórico: presunción de culpabilidad, maniqueísmo, inducción del periodista, diseño de reportajes, tipo de edición, ausencia de contrastación de información, métodos intrusivos utilizado.

Para la autora sería necesario, que las televisoras se apaguen más a sus códigos deontológicos y ser menos espectaculares, de esta manera, se vería una mayor participación en la construcción de una mejor sociedad.

En otras palabras, el ejercicio del periodismo desde sus inicios ha sido normado por una serie de regulaciones que varían de acuerdo a elementos culturales y políticos, no obstante, la veracidad y objetividad de la información que los medios proporcionan a la ciudadanía son las características más importantes, aun cuando se presenten condiciones que limiten su ejercicio, de acuerdo con Oller y Barredo (2013).

En la obra “Las culturas periodísticas intermedias Estudios comparativos internacionales en Periodismo” de estos autores establece tres características

principales la primera sobre los medios en Latinoamérica, la primera es la inestabilidad democrática que ha frenado su desarrollo, la segunda como la influencia occidental que lleva a “la instrumentalización de los medios” (p. 35) debido a que pertenecen a grandes poderes económicos y por último el uso de modelos europeos o norteamericanos que se subordinan a los poderes hegemónicos.

2. Marco teórico

2.1. Contextualización de la comunicación en el Ecuador

A lo largo de la historia, la comunicación es un aspecto importante debido a la relación de poder que presenta frente a los gobiernos de los países (Alonso y Rovira, 2014). La última década tiene la peculiaridad de que los gobiernos de Latinoamérica han tendido a legislar la información (Sosa Plata, 2016).

En el Ecuador durante el gobierno del Ex presidente Rafael Correa, se legisló la comunicación y se propuso la enmienda constitucional que convierte a la comunicación no en un derecho sino en un servicio público, que trajo consigo conflictos jurídicos, financieros, sociales, democráticos y comunicativos (Chavero, Oller, 2014)

2.2. La ética y la comunicación

La comunicación tiene una función trascendental en la formación de la opinión pública, es por esta razón que la ética es tan importante en la gestión de los medios de comunicación (Schramm, 1982). Las investigaciones sobre

comunicación han analizado los efectos de los medios masivos en las audiencias, ya que la comunicación persigue que el perceptor comprenda la posición del emisor, persuadiendo para que cambie las actitudes (Rodríguez-Polo, 2011).

Blanco y de la Fuente (2010) afirman que las creencias y opiniones de la actual sociedad están basados en los mensajes que difunden los mass media, sin embargo, aún es complejo determinar el grado de influencia y el efecto que causa en ellos, generando una responsabilidad social exigible a los medios de comunicación y por ende a los profesionales que en ellos trabajan.

La reflexión sobre la libertad de expresión dio origen a establecer los deberes que todo medio tiene con la sociedad, en otras palabras, la responsabilidad social que es de doble vía, una que se relaciona con la libertad de opinión de las audiencias y la otra específicamente para el quehacer de la comunicación, que se lo observa a finales del siglo XIX por primera vez en los códigos de ética (Ruiz-Table, 2011).

A mediados del siglo XX, en el Senado de los Estados Unidos, se debate sobre las responsabilidades de los medios, que conlleva como resultado que la Comisión Hutchins establezca el autocontrol para el quehacer periodísticos, sin embargo, no se planteó el modo orgánico de controlarla (Ros-Diego, 2012).

Una de las posiciones teóricas más importantes fue la de la Agenda Setting (McLuhan, 1996), que surge en la década de los setenta del siglo anterior, que analiza la influencia que tienen sobre las audiencias los contenidos y espacios asignados por cada medio de comunicación. Para el autor, la manera como se comunica es quien determina el efecto que se tiene sobre las audiencias.

De acuerdo con Días Bordanave (2013) la preocupación ética generalmente se encuentra relacionada con la negación del sistema capitalista, que entraña un juicio que manipula los medios y sus consecuencias sobre la sociedad.

No obstante, también juega un papel importante la preocupación ética, la defensa y la revalorización de las audiencias. Para el autor en la ética, el horizonte de valor está determinado por lo que es digno de aprobación, admiración, útil para un fin determinado, este valor ético tiene relación con la moral humana y social, que permite la organización, la armonía, el altruismo y la utilidad social.

Según con Teitelbaum (2010) en el ejercicio de la comunicación, se debe valorar su realidad y la del medio para decidir que es positivo o negativo con el fin de presentar una comunicación ética, ya que cada sujeto interpreta la realidad en base a sus normas éticas y no en base a los códigos o normas establecidas que puede desembocar en conflictos de interés, que ponen en riesgo a la sociedad.

2.3. Los Códigos deontológicos

La deontología es un concepto que busca la ética, los deberes, reglas y normas del quehacer de una profesión, para Jeremy Bentham (2014), creador del vocablo deontology, era una ciencia que permitía comprender y estudiar la moral, es decir, es una ciencia que se construye a partir de las normas objetivas para una profesión, es entonces, el estudio de reglas que se deben cumplir el momento de ejercer la profesión y son de actividad informativa.

Un código deontológico es un documento que recoge las normas, criterios y valores que deben cumplir los profesionales para su correcto desenvolvimiento. Aznar (2000) acota que los códigos deontológicos se ocupan de los aspectos más

sustanciales y fundamentales de un ejercicio profesional, aquellos que lo distinguen como tal y entrañan su específica dimensión ética.

Son más necesarios por tanto en aquellas actividades en las que los profesionales disponen de un mayor margen de decisión personal y en las que tienen que asumir responsabilidades más amplias por la índole y los efectos de sus decisiones (p. 17).

A lo largo de la historia se han establecidos varios códigos internacionales a partir de los años cincuenta del siglo anterior, Ecuador tuvo su primer código deontológico en 1979.

2.4. Ley Orgánica de Comunicación y el código deontológico ecuatoriano

2.4.1. Democratización de la comunicación y las políticas públicas.

Esta implicación ética dio origen a la democratización de la comunicación, siendo la gestora de políticas públicas que establecieron lineamientos que apuntaban a la creación de medios públicos, privados y comunitarios, pero también al comportamiento y desenvolvimiento de los medios y sus comunicadores (Ávila, 2013), como es el caso de Ecuador que se creó la Ley Orgánica de Comunicación, así como reglamentos y estamentos públicos para su control.

La UNESCO (1983), desde 1974, recomienda la equidad, libertad y democracia en la comunicación a nivel nacional e internacional, que desembocó en el concepto de servicio, que es una noción ética para los medios de comunicación, sin embargo, esto representó el control estatal de los medios, los

flujos y en algunos casos la hegemonía del poder sobre los *mass media*, ya que establece la responsabilidad social, que determina a la comunicación como un bien social más no como un producto.

2.4.2. Ley Orgánica de Comunicación como política pública

En la Carta Magna del Ecuador (2008) se asegura el derecho a la comunicación como parte del Buen Vivir, el Artículo 384 establece que la comunicación social debe estar coordinada por políticas públicas definidas por una ley que organiza el funcionamiento, la organización y la participación ciudadana (Jurado, 2010).

Una política pública se la puede comprender como una respuesta a las demandas de la sociedad desde el Estado (Shore, 2010), la Ley Orgánica de Comunicación es la respuesta a las necesidades del Estado para establecer la promoción de derechos mediante políticas públicas y normar la información mediatizada, con énfasis en la regulación (Abad, 2013).

Abad (2013) afirma que el discurso oficial sobre dicha Ley debe permitir mejorar la calidad de información, y obligar a los medios a la regulación de manera que estos se encuentren a servicio de la sociedad de manera responsable, sobre la base de los discursos mediáticos, formación de periodistas, promoción de estándares de calidad, ejes de políticas públicas para mejorar la comunicación de masas, la promoción de la responsabilidad social.

Esta ley establece una reglamentación a los medios de comunicación, con un cuerpo de 119 artículos en 6 títulos, que tiene por objeto proteger y regular el

ejercicio de los derechos de la comunicación (Asamblea nacional, 2013). En esta ley se reconoce como medios de comunicación a las empresas y organizaciones públicas o privadas que se encuentran otorgando el servicio de comunicación masiva y que tenga como herramientas la prensa, la radio, audio o video y la televisión, objeto de este estudio (p.3).

Según Ávila (2013) se incluye principios deontológicos muy generales sin especificaciones de procedimientos, que da lugar a interpretaciones de ambos lados, sin embargo, los medios de comunicación han evitado la interpretación para evitar sanciones. Para la autora, debería diseñarse una estructura para la comprensión de los principios éticos que plantea la ley de comunicación.

2.4.3. Principios del código deontológico del Ecuador.

El Artículo 9 de la LOC establece la obligatoriedad de los códigos deontológicos de los medios de comunicación que les permita mejorar la gestión interna y la calidad de comunicación, el mismo que debe acatar las normas establecidas en el artículo 10.

Las normas deontológicas que establece el artículo 10, se especifica que son mínimas y que pueden añadirse otras, siempre y cuando no vayan en contra del objetivo de este artículo. Estas normas son:

- a. “Referidos a la dignidad humana
- b. Relacionados con los grupos de atención prioritaria
- c. Concernientes al ejercicio profesional
- d. Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social” (Asamblea, 2013, pp. 3-4)

Para su comprensión se analizará cada una de las normas:

- a. La norma de referidos a la dignidad humana se basa en la honra y reputación de las personas cuando se realiza comentarios o contenidos discriminatorios que pueden atentar con la intimidad personal y familiar.
- b. Cuando se habla de lo relacionado con los grupos de atención prioritaria se establecen parámetros para la defensa de los niños, niñas y adolescentes que atente con integridad y salud, debido a la difusión de imágenes o menciones que dañen la dignidad, al uso de expresiones valorativas de discapacidades, es decir la protección de este grupo basado en el Código de la Niñez y Adolescencia, así también la misma protección para los adultos mayores.
- c. En relación a la norma del ejercicio profesional, se establece el respeto a la verificación, contextualización, contrastación de información, así como la obtención de información e imágenes por medios ilícitos. También se norma el uso de las imágenes, el tratamiento morboso. Otro tema importante en este acápite es el evitar el conflicto de intereses, las reservas de fuente y secreto profesional, sin obtener beneficios personales, ni obtener información privilegiada por su posición de comunicador y sobre todo el respeto al derecho de autor.
- d. La norma relacionada a las prácticas de los medios de comunicación social se habla de respetar la libertad de expresión, comentario y crítica, el derecho a la rectificación, a la presunción de inocencia, al uso de titulares coherentes y consistentes con la información, a evitar las opiniones sesgadas y al derecho que tiene la audiencia de

conocer sobre el tipo de material que se presenta, sea este informativo, editorial o comercial /publicitario.

En este acápite se habla sobre la responsabilidad que tienen los medios en la opinión de la sociedad, ya que esto puede llevar a malos entendidos, así mismo a no utilizar estos espacios para hacer linchamiento mediático a través del desprestigio de una persona, institución u organización, sea esta pública o privada.

A parte de esto, los medios deben cumplir con los principios establecidos en los artículos 11 al 16 que se refieren a las acciones afirmativas, es decir la prioridad a los grupos en situación de vulnerabilidad para otorgar las mismas oportunidades.

También se establece el principio de democratización de la comunicación e información que se refiere al acceso de frecuencias del espectro radioeléctrico, y sobre todo el de una televisión abierta, tecnificada y con mejores flujos de información (Asamblea, 2013, pp-4-5).

En el principio de participación establece que se debe propender a la participación de los ciudadanos en los procesos de comunicación. El de interculturalidad y plurinacionalidad habla de la difusión de contenidos que permitan difundir los conocimientos y saberes de otras culturas y pueblos, sus tradiciones, cosmovisión, valorando y respetando la diversidad que existe en el Ecuador.

En este mismo ámbito se encuentra el principio de interés superior de niñas niños y adolescentes que promueve el ejercicio de la comunicación de este grupo de interés. Finalmente, el principio de transparencia establece que todo medio debe difundir sus políticas editoriales e informativas y su código

deontológico en sus portales web para conocimiento de la ciudadanía (Asamblea, 2013, p.5).

2.5. Medios públicos y medios privados

Los medios públicos son audiovisuales nacen en el siglo XX como respuesta al momento histórico político que produjeron una crisis en el sistema democrático neoliberal. Para Mastrini y Becerra (2009) los medios se encontraban concentrados en el sector privado lucrativo y en un porcentaje menor en los medios públicos. En inicios los medios públicos, un sector no lucrativo, fueron excluidos, de baja calidad, y se los relacionaba con el sector público en crisis de Europa.

Generalmente en América Latina, el estado no se involucraba directamente en medios televisivos, a excepción de Chile, Colombia, Venezuela y Argentina, países donde el primer emprendimiento en televisión fueron los medios públicos (Varela, 2013), sin embargo, estos medios desarrollaron dinámicas en conjunto con los medios privados, y además servían de apoyo a la propaganda oficial (Mastrini, 2010).

De acuerdo con Becerra (2015), a inicios del siglo XXI, en Latinoamérica, debido al giro político hacia lo socialista, se plantea una nueva visión de la comunicación, que conllevó a un giro en las políticas, regulaciones y prácticas de los medios tanto públicos como privados, que busca una transformación estructural que permitió el ingreso de sectores excluidos o marginados. La creación de medios públicos busca dar espacio a sectores no tradicionales.

Para la Unesco (2006) y la OEA (2010) el servicio público y la libertad de expresión son los componentes más importantes para el funcionamiento de un

medio público. Para Dos Santos (2013) este tipo de medio funciona no por las políticas ni el financiamiento sino la interacción y entendimiento del concepto público de lo ciudadano, donde se emiten temas de su interés, para canalizarlos y lograr así una “esfera social política” (Arroyo et al, 2013, p.166).

Los medios privados pertenecen a un dueño o grupo de corporativo que poseen poder económico, social y político, las frecuencias tienen fines de lucro, que brinda servicio comunicacional a la sociedad.

De acuerdo a Ley Orgánica de Comunicación (2014), en el Art. 84 sustenta que los medios de comunicación privados “son personas naturales o jurídicas de derecho privado con o sin finalidad de lucro, cuyo objeto es la prestación de servicios públicos de comunicación con responsabilidad social” (p.29).

El Ecuador con el objetivo de democratizar el espectro radioeléctrico ha regularizado la comunicación, regularizando este espacio con un 33% para los medios privados, 33% para los medios públicos y 34% para los medios comunitarios (LOC, 2014). Esto busca que los medios de comunicación tengan procesos que no perjudiquen a las audiencias sean estos privados o públicos.

2.6. Ecuavisa y Ecuador TV

En el año de 1959, Ecuavisa es la primera televisora del país que sale al aire, con su propio personal y con la ayuda del Canal 7 de Maimi. En 1970, en conjunto con el Director de El Comercio inauguran el primer canal nacional llamado “Cadena de la Unidad Nacional” (Ecuavisa, 2018).

Hoy en día la empresa cubre el territorio ecuatoriano con repetidoras tanto de Ecuavisa Guayaquil (Costa) y Ecuavisa Quito (Sierra). También ha invertido en Ecuavisa internacional para estar presentes en los hogares de los migrantes.

Durante toda su existencia se ha caracterizado por ser un espacio donde se apoya a la producción nacional con varias producciones. En el periodismo, desde un inicio, tenía la visión de responsabilidad y compromiso social con su audiencia.

Ecuador TV, en cambio es un canal joven, y forma parte de la televisión pública ecuatoriana el día 26 de octubre de 2007, financiado por EL Banco de Desarrollo Social y Económico de Venezuela (BANDES). Esta televisora fue el primer canal público del Ecuador.

Fue impulsado por la Secretaría Nacional de Comunicación, la Secretaría General de la Administración pública. Por decreto presidencial, la señal sale en todas las provincias, inclusive en la televisión privada, en el canal 7. Es un canal eminentemente dedicado a la publicación de información del Estado y a su propaganda.

3. Marco metodológico

3.1. Tipo de investigación o alcance

Esta investigación es un estudio de caso, explicativo, porque va a exponer las relaciones de los componentes del código deontológico establecido por la LOC.

Esta disertación busca conocer si los medios televisivos han implementado los códigos deontológicos y cómo ha sido esta implementación o

propuesta, problemas que se observan, el nivel de éxito. Este tipo de estudio de caso se basa en documentos publicados y en observaciones. (Coller, 2005).

3.2. Técnicas de investigación

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó el método de análisis comparativo de casos, para establecer el nivel de cumplimiento de los artículos 9 y 10 de la LOC, permitirá comprender lo que está ocurriendo en torno a los códigos deontológicos de los *mass media*.

Este método permite la verificación de una hipótesis, que consiente “la comprensión de cosas desconocidas a partir de las conocidas, la posibilidad de explicarlas e interpretarlas” (Gómez Díaz, 2014, p. 229) por medio de la sistematización de la información obtenida de cada caso, estableciendo la diferencias y similitudes.

Para este análisis comparativo se establecieron las siguientes variables categóricas de investigación:

- a. Normas deontológicas establecidas en el artículo 10 de la LOC:
 - Relacionadas con la dignidad humana
 - Atención prioritaria,
 - Ejercicio profesional
 - Prácticas de comunicación social.
- b. Principios establecidos en los artículos 11 al 16 de la LOC:
 - Acción afirmativa
 - Principio de participación

- Democratización de la comunicación e información
 - Participación, interculturalidad y plurinacionalidad
 - De interés superior de niñas, niños y adolescentes
 - Transparencia, responsabilidad ulterior
- c. Sanciones

3.3. Determinación de la población

Para este estudio de casos comparativo se escogió a dos medios de comunicación televisivos del Ecuador, debido a la representatividad y credibilidad de estos medios, como son Ecuador TV (canal público) y Ecuavisa (privado con gran trascendencia).

Para el estudio cualitativo se realizó un panel de expertos, a partir de un muestreo por conveniencia, utilizando el método de selección de muestra por punto saturación (Mejía, 2000) donde la información se repite, se buscó tener una gran variedad de los aspectos del objeto de estudio, en este caso fue de 3, donde se obtuvo la saturación de la información.

3.4. Instrumentos de investigación

- Análisis documental: por medio de una lista de cotejo, se verá el nivel de coincidencia en cada una de las variables categóricas establecidas.
- Panel de expertos: Es una fuente de información confiable, que permite obtener datos que facilitan la comprensión de los problemas que pueden generarse en un caso comparativo (Crivellaro, 2011)

4. Descripción y análisis de datos

4.1. Análisis documental

De acuerdo con el estudio realizado a los dos medios televisivos que son objeto de investigación, se pudo observar que Ecuador TV, no posee código deontológico. Ha establecido para el manejo de la información y difusión del canal una veeduría que se reúne de manera trimestral. Se puede encontrar en la página del medio, las acciones que éstas han tomado de acuerdo a sus criterios como elementos de la supervisión del quehacer de la televisora. En el artículo 38. de la LOC, sobre la Participación ciudadana, que determina que:

(...) tiene el derecho de organizarse libremente en audiencias públicas, veedurías, asambleas, cabildos populares, consejos consultivos, observatorios u otras formas organizativas, a fin de incidir en la gestión de los medios de comunicación y vigilar el pleno cumplimiento de los derechos a la comunicación por parte de cualquier medio de comunicación” (Asamblea Constituyente, 2013, p.8).

Sin embargo, no reemplaza al código deontológico ya que en la misma ley se determina en el artículo 83, que estos medios deben cumplir “con las responsabilidades comunes a todos los medios de comunicación” (p.15).

Es decir que Ecuador TV, incumplen con lo establecido en el artículo 9 de la Ley Orgánica de Comunicación, y no ha recibido ninguna penalización de carácter legal o administrativa por esta omisión. Ecuavisa, debido a que su señal se divide en dos ciudades, los códigos deontológicos de las dos corresponsales son idénticos y fueron suscritos en diciembre del 2013. A continuación, se establece una lista de cotejo para analizar el nivel de cumplimiento del mismo.

Tabla 2. Lista de cotejo Ecuavisa (Quito – Guayaquil)

criterio	Indicador	Indicador LOC	Ecuavisa Quito y Guayaquil	Conclusiones	Observaciones
Normas deontológicas establecidas en el artículo 10 de la LOC	Relacionadas con la dignidad humana	Respetar la honra y la reputación de las personas	Narra en primera persona Añade: evitando para tal efecto, calificativos que denoten desaprobación	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	Lo que se añade especifica las acciones que se espera de sus colaboradores
		Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios	Narra en primera persona Añade a contenidos (información u opinión ya sea en audio o en video) Añade: donde se denote distinción, exclusión o restricción en razón de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación, política, pasado judicial, condición socioeconómica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	Los elementos que se añade denota mayor categorización de las acciones. Se especifica la mayoría de casos de exclusión o discriminación para evitar cualquier mal entendido. Puede que exista un caso que no cuente en esta numeración lo que causaría problema

Criterion	Indicator	Indicator LOC	Ecuavisa Quito y Guayaquil	Conclusions	Observations
			de la discriminación		
		Respetar la intimidad personal y familiar	Narración en primera persona Añade: por lo tanto, no obtendrá información o imágenes que se puedan constituir intromisión en los referidos espacios	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	
			Añade: Respeta los derechos humanos y promueve su plena aplicabilidad	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	Para evitar cualquier tipo de acción discriminatoria se habla de derechos humanos.
Normas deontológicas establecidas en el artículo 10 de la LOC	Atención prioritaria	No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud	Narración en primera persona Añade: de manera general en su parrilla de programación guardando mayor énfasis en el horario establecido como familiar determinado en el artículo 65 párrafo segundo de la Ley Orgánica de Comunicación	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación. Se limita a su programación y pone énfasis en la programación infantil y adolescente	El énfasis aporta al cuidado de los horarios establecidos por la LOC
		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	Narración en primera persona	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	
		Evitar la representación positiva o avalorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas	Narración en primera persona	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	

criterio	Indicador	Indicador LOC	Ecuavisa Quito y Guayaquil	Conclusiones	Observaciones
		o psíquicas de las personas 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	Narración en primera persona Añade luego de ilícitos: de conformidad con lo prescrito en el artículo 30 numeral 4 de la Ley Orgánica de Comunicación	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	Se especifica los artículos para mayor cuidado
		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	Narración en primera persona	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	
		Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento	Narración en primera persona Cambia el contenido: En lugar de abstenerse propone Promueve el respeto de los adultos mayores en todas sus facetas, por lo tanto, no se emitirá contenidos (continúa con lo expuesto en la ley)	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	Una propuesta amplia el sentido del artículo ya que promueve el respeto y no solo cumple con lo establecido por la ley
Normas deontológicas establecidas en el artículo 10 de la LOC	Ejercicio profesional	Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general	Narración en primera persona Asumen que el ejercicio profesional es de los periodistas, añaden luego de constitucionales también legales.	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	Se cubren legalmente con los presupuestos legales

Criterio	Indicador	Indicador LOC	Ecuavisa Quito y Guayaquil	Conclusiones	Observaciones
		Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas	Narración en primera persona Cambian información u opiniones difundidas por la difusión de información de relevancia pública o interés general	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	
		Abstenerse de obtener información o imágenes con métodos ilícitos	Narración en primera persona de los dos literales. La información gráfica debe ser consecuente con el respeto al ser humano por lo tanto, se evitará tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	Al unificar los artículos le proporcionan mayor coherencia al uso de información e imágenes, pero existe un vacío del tratamiento del morbo.
		Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares			
		Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia	Narración en primera persona plural Añade: en términos previstos por la Ley Orgánica de Comunicación	Se narra en primera persona plural para darle sentido de propiedad a la reglamentación a todos los trabajadores del medio.	
		Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla	Narración en primera persona plural Añade: A fin de obtener de forma ilegítima un beneficio propio, favorecer a una tercera persona y/o perjudicar a un tercero	Se narra en primera persona plural para darle sentido de propiedad a la reglamentación a todos los trabajadores del medio	La modificación especifica acciones.
		No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística	Narración en primera persona plural	Se narra en primera persona plural para darle sentido de propiedad a la reglamentación a todos los trabajadores del medio	
		Ejercer y respetar los derechos a la reserva de fuente y el secreto profesional	Narración en primera persona plural	Se narra en primera persona plural para darle sentido de propiedad a la reglamentación a todos los trabajadores del medio	
		Abstenerse de usar la condición de periodista o comunicador social para obtener beneficios personales	Narración en primera persona plural	Se narra en primera persona plural para darle sentido de propiedad a la reglamentación a todos los	

criterio	Indicador	Indicador LOC	Ecuavisa Quito y Guayaquil	Conclusiones	Observaciones
		No utilizar en provecho propio información privilegiada, obtenida en forma confidencial en el ejercicio de su función informativa	Narración en primera persona plural	trabajadores del medio Se narra en primera persona plural para darle sentido de propiedad a la reglamentación a todos los trabajadores del medio	
		Respetar los derechos de autor y las normas de citas	Narración en primera persona plural	Se narra en primera persona plural para darle sentido de propiedad a la reglamentación a todos los trabajadores del medio	
Normas deontológicas establecidas en el artículo 10 de la LOC	Prácticas de comunicación social.	Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica	Narración en primera persona Cambia el literal por: Los colaboradores de Corporación Ecuatoriana de Televisión S.A., respetan y promueven la obediencia a la constitución y ordenamiento jurídico vigente, <u>así como la libertad de expresión, de comentario y de crítica</u> (lo último consta en el literal)	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	El cambio de artículo cambia de abstenerse a la ley a proponer mejoras.
		Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas	Narración en primera persona	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	
		Respetar el derecho a la presunción de inocencia	Narración en primera persona	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	
		Abstenerse de difundir publireportajes como si fuese material informativo	Narración en primera persona	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	
		Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;	Narración en primera persona Se cambia el literal por: Se mantendrá la coherencia y consistencia en cada uno de los	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	Se amplía el los elementos que deben cuidar la coherencia

criterio	Indicador	Indicador LOC	Ecuavisa Quito y Guayaquil	Conclusiones	Observaciones
			elementos de la información: títulos, reportajes, avances, entre otros		
		Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones	Narración en primera persona		
		Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario	Narración en primera persona Se cambia el literal por: Identificará plenamente por medio de claquetas o sobre imposiciones de forma inequívoca entre noticias y opiniones; así como entre material informativo, editorial y comercial o publicitario	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	Se amplía el artículo para mejorar su aplicabilidad
		Evitar difundir, de forma positiva o avalorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente	Narración en primera persona Se añade: Corporación Ecuatoriana de Televisión S.A., evitará difundir ... continúa con el artículo. Se añade: ya sea de forma que dicha información sea canalizada de manera que pueda mostrarse de manera positiva o dando tratamiento irrelevante a la misma.	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	Se mejora la redacción del artículo para que la acción sea mayor.
Nor mas deontológicas establecidas en el artículo 10 de la LOC	Prácticas de comunicación social.	Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan	Narración en primera persona Se cambia y opiniones que se difundan por: en el caso de que no provenga de una fuente plenamente identificada. A las fuentes, se le notificará previniéndole por cualquier medio sobre las consecuencias	Se narra en primera persona para darle sentido de propiedad a la reglamentación.	Se amplía el artículo para mejorar su aplicabilidad y evitar sanciones de responsabilidad ulterior

criterio	Indicador	Indicador LOC	Ecuavisa Quito y Guayaquil	Conclusiones	Observaciones
			administrativas, civiles y penales, si los contenidos lesionaren derechos constitucionales o a la seguridad pública.		
		Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiéndose 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	Narración en primera persona	Se amplía el artículo para mejorar su aplicabilidad	
Principios establecidos en los artículos 11 al 16 de la LOC	Acción afirmativa	Las autoridades competentes adoptarán medidas de política pública destinadas a mejorar las condiciones para el acceso y ejercicio de los derechos a la comunicación de grupos humanos que se consideren fundadamente, en situación de desigualdad real; respecto de la generalidad de las ciudadanas y los ciudadanos. Tales medidas durarán el tiempo que sea necesario para superar dicha desigualdad y su alcance se definirá para cada caso concreto.	No se establece en el código deontológico		
	Democratización de la comunicación e información	Las actuaciones y decisiones de los funcionarios y autoridades públicas con competencias en materia de derechos a la comunicación, propenderán permanente y progresivamente a crear las condiciones materiales, jurídicas y políticas para alcanzar y profundizar	No se establece en el código deontológico		

criterio	Indicador	Indicador LOC	Ecuavisa Quito y Guayaquil	Conclusiones	Observaciones
		la democratización de la propiedad y acceso a los medios de comunicación, a crear medios de comunicación, a generar espacios de participación, al acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico asignadas para los servicios de radio y televisión abierta y por suscripción, las tecnologías y flujos de información			
Principios establecidos en los artículos 11 al 16 de la LOC	Principio de participación	Las autoridades y funcionarios públicos, así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación.	Narración en primera persona Corporación Ecuatoriana de Televisión S.A. facilitará la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de comunicación		
	Participación, interculturalidad y plurinacionalidad	El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y	No se establece en el código deontológico		

criterio	Indicador	Indicador LOC	Ecuavisa Quito y Guayaquil	Conclusiones	Observaciones
		profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano			
	De interés superior de niñas, niños y adolescentes	Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia	Narración en primera persona Corporación Ecuatoriana de Televisión S.A., promoverá de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo al principio de interés superior establecido en la Constitución y la Ley		
	Transparencia, responsabilidad ulterior	Los medios de comunicación social difundirán sus políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o en un instrumento a disposición del público	No se establece en el código deontológico		
Acciones administrativas y legales	Sanciones	En el artículo 57 se establece sanciones o medidas administrativas para quienes no protejan los derechos de quienes presenten reclamos en ejercicio de sus derechos	Narración en primera persona En caso de que una persona natural o jurídica se sienta aludida por la falta de observancia al presente Código, podrá consignar una queja directamente ante el representante legal de Corporación Ecuatoriana de Televisión S.A., con copia al Defensor de Audiencias, a fin de		

criterio	Indicador	Indicador LOC	Ecuavisa Quito y Guayaquil	Conclusiones	Observaciones
			que éste arbitre las medidas internas pertinentes. El incumplimiento de las normas deontológicas adoptadas de dicha Ley podrán ser denunciadas por cualquier ciudadano u organización ante la Superintendencia de la Información y Comunicación		
		Suspensión de publicidad si es engañosa y tomara sanciones administrativas previstas por la ley	No se establece en el código deontológico		
Datos que aportan al código deontológico			Posee políticas editoriales que se basan en los parámetros del código deontológico		
			Establece los principios generales del medio de comunicación a través de la misión y visión corporativa.		
			No hay declaración dela tendencia política del medio		

En este análisis se puede observar que se cumple con todos los puntos que ha señalado la LOC. Se comprende que, para ampliar el sentido de estos puntos, la empresa Ecuavisa ha interpretado algunos de los puntos, que los amplía para evitar una comprensión errónea al sentido de la ley.

Esto puede ayudar en caso de responsabilidad ulterior, debido a que primero narra en primera persona singular o plural lo que causa sentido de pertenencia hacia los literales que se instituyen en el código deontológico. En segundo lugar, la interpretación amplía el sentido de la ley, que se ha tomado de los artículos tanto de la Constitución de la República como del Buen Vivir.

En general, se puede concluir que el medio televisivo Ecuavisa, no solo se apoya en la LOC, sino que ha realizado un aporte significativo para que sus trabajadores y colaboradores comprendan este código y a su vez, evitar problemas de responsabilidad ulterior, ya que implanta sanciones para su personal en caso de no cumplir con los mismo.

Es importante en este análisis, recalcar que Ecuavisa cuenta con un manual de estilo que también es parte de la reglamentación de la LOC, que nace del artículo 71 de la misma. Por otro lado, no hay un planteamiento de la ideología del medio de manera directa, pero se comprende su objetivo por la misión y visión planteada en su código deontológico.

4.2. Panel de expertos

Para confrontar la información obtenida con el análisis documental, se realizó entrevista a un Panel de expertos, donde consta una persona representante ejecutiva de Ecuavisa, un representante de Ecuador TV, y un periodista investigador que ha escrito sobre el tema en Ecuador.

El representante de Ecuavisa se trata del señor Juan Carlos Aizprua, Periodista de Ecuavisa. El representante de Ecuador TV solicitó reserva de fuente. Como parte de panel se entrevistó al periodista de gran experiencia en medios ecuatorianos, es el Mgs. José Velásquez, que ha trabajado en varios medios ecuatorianos, fue director de noticias de Teleamazonas, representante de CNN, y hoy trabaja en la cadena internacional prestigiosa en Washington D.C.

De acuerdo con los expertos, los códigos deontológicos son muy importantes para lograr el buen funcionamiento de los medios, ya que estos permiten establecer con claridad el manejo de la información y el material difundido.

Para estos expertos, aun cuando los principios de la comunicación estaban claros, el Gobierno anterior estableció leyes que regulaban únicamente a los medios privados, sin que los medios públicos acaten las disposiciones y no eran penalizado por su incumplimiento. Las sanciones punitivas llevaron a que los medios se auto censuren o bien se callen, y la investigación periodística decayó. La imposición de estos artículos es una constante repetición de los derechos y establecidos en la Constitución De La República.

Los medios televisivos fueron regulados en programas que a criterio de la Supercom no cumplían con lo establecido en la LOC, esto también llevó a que la producción libre con ideología distinta al Gobierno deje de producir, quedando en el desempleo muchos artistas.

Tabla 3. Tabla de análisis de Panel de expertos

Categoría	Experto 1 (Representante Ecuavisa)	Experto 2 (Representante e Ecuador TV)	Experto 3 (Periodista de experiencia y académico)	Conclusiones	Observaciones
Normas deontológicas establecidas en el artículo 10 de la LOC	Los medios necesitan leyes para poder funcionar, los códigos deontológicos son mundialmente establecidos para manejar la información y la difusión de los contenidos.	El medio público cree que no es importante tener un código muerte, es preferible que la ciudadanía de cumplimiento con lo que manda la LOC. Es el mandante, entonces es quien puede establecer que quiere ver, que es nocivo y que es positivo para la audiencia.	Los países necesitan de normas para un buen funcionamiento de los medios de comunicación, que desde Chapultepec se estableció como un código ético del quehacer periodístico. En este caso la LOC, recoge lo que en tantos tratados se ha propuesto para un manejo verás y honesto de la información y todo tipo de difusión televisiva.	Son importantes para el buen funcionamiento de los medios. Puede establecer con mayor claridad las líneas de manejo de la información y material difundido	Es un recuento de lo que se estableció con anterioridad en algunos tratados periodísticos, sin el acto punitivo.
Principios establecidos en los artículos 11 al 16 de la LOC	Estos principios son los que ya se establece en la constitución y que deben ser atendidos por todos en el país, la idea es que mejore a las empresas no que tengan un efecto punitivo.	Como medio público, este se debe a los principios del Buen Vivir, donde se establece que es un pueblo intercultural, plurinacional, que respeta género, no es excluyente ni discriminador. Por esta razón se da por hecho el comportamiento del medio.	Ecuador, en su constitución, establece estos principios, que los vuelve a aglutinar en la LOC, con una visión mediática, que conllevaría que los medios sean más incluyentes de la diversidad cultural del país.	Principios ya se encuentran establecidos en la constitución	Es un acto repetitivo
Sanciones	Las sanciones que la Supercom ha establecido para los medios televisivos no observa el incumplimiento de los códigos deontológicos, sino que va directamente las sanciones legales. Estas sanciones llevaron a que los medios eviten la	Cuando un medio incumple con lo establecido en la LOC, tiene que ser sancionado, por esta razón nosotros contamos con una veeduría, y por esto no hemos sido sancionados.	El mundo ha puesto los ojos sobre Ecuador, debido a que, en los últimos 5 años, la LOC ha sido el instrumento para silenciar a los medios. Se ha penalizado solo a aquellos que de alguna manera hablaba en contra del Gobierno. Es importante establecer la diferencia entre estos dos últimos	Durante el anterior Gobierno se establecieron sanciones a los medios privados por considerarlos nocivos. Las sanciones silenciaron a los medios.	Sanciones fueron únicamente para los medios no alineados al Gobierno anterior. No se ha sancionado a los medios públicos por los incumplimientos de la ley.

Categoría	Experto 1 (Representante Ecuavisa)	Experto 2 Representante e Ecuador TV)	Experto 3 (Periodista de experiencia y académico)	Conclusiones	Observaciones
	investigación y que se autocensuren, que dio como resultado la pasividad de los medios televisivos.		Gobiernos, aunque sean de la misma tendencia, tienen dos visiones sobre los medios, mientras que el anterior Gobierno calificaba de traidores a los medios privados, el Gobierno actual los califica de entidades que ayudan a esclarecer los problemas sociales y políticos en el estado. Por consiguiente, este Gobierno por el momento no ha sido punitivo.	Conllevó a que programas con ideología diferente al gobierno cierre.	
Otros elementos que aportan al código deontológico	Ecuavisa siempre ha tenido el manual de estilo, es la impronta del medio, la forma que los periodistas realizan su trabajo, con la visión del medio. Todo periodista conoce como debe comportarse en el medio que trabaja, además sabe la calidad que espera el medio de su quehacer	La visión que tiene el medio, el hecho que es más educativo, y que aporta con el crecimiento del talento nacional.	Los medios deben tener no solo su línea editorial, sino también su manual de estilo, lo que permite conocer cuál es el alineamiento político, social y comercial del mismo.	El manual de estilo y su línea editorial es importante para conocer sobre la alineación del medio.	Ecuador TV no consta de un manual de estilo, ni de línea editorial. Ecuavisa posee manual de estilo pero no tiene explícita su línea editorial.

5. Conclusiones

A través del análisis documental se reconocieron los indicadores que permiten el cumplimiento del artículo 9, que están explicados en el artículo 10. Esta tarea permitió a la investigación establecer las variables categóricas que fueron analizadas tanto el análisis documental del texto, así como en el panel de expertos.

Los códigos deontológicos de los medios de comunicación fueron analizados por estas categorías previamente establecidas, sin embargo, cabe recalcar que el medio público no posee ningún código deontológico, como lo establece la ley. En el caso de Ecuavisa, no es una copia literal del código, sino que realiza un alcance con lo establecido en la Constitución de la República como en el Documento del Buen Vivir.

Este análisis, en conjunto con la de los expertos, permitió al investigador establecer una propuesta para la mejor comprensión y cumplimiento del artículo 9 de la LOC, planteando una propuesta de capacitación por parte de periodistas y juristas que conozcan a cabalidad cada ítem de lo que determina la ley para los códigos deontológicos.

6. Recomendaciones

Se recomienda a los medios de comunicación la socialización y capacitación a su personal sobre los códigos deontológicos, el manual de estilo para que no existan problemas posteriores por desconocimiento.

Así mismo se recomienda a los medios televisivos la creación de la línea editorial que permitirá establecer la mirada ideológica del medio y su manejo de información y la opinión.

7. Cronograma de actividades

No.	Descripción	Mes	Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Revisión del anteproyecto con el tutor designado		■																							
2	Corrección de anteproyecto			■	■	■																				
3	Construcción de categorías de investigación e indicadores				■	■	■																			
4	Construcción de instrumentos de investigación						■	■																		
5	Obtención de datos								■	■	■															
6	Tabulación de datos											■	■													
7	Análisis de Resultados													■	■	■										
8	Construcción de conclusiones y recomendaciones																	■	■							
9	Construcción de la propuesta																	■	■	■	■					
10	Revisión final																							■	■	■
11	Entrega de proyecto de investigación																									■

8. Recursos Generales

8.1. Recursos humanos

Expertos sobre ley de comunicación y códigos deontológicos.

Investigador.

8.2. Recursos materiales

Una computadora

Fotocopias

Impresora

Textos físicos y digitales

Capítulo III

1. Propuesta

Luego de esta investigación se hace importante realizar una propuesta para capacitar a los medios tanto públicos como privados sobre los indicadores que conforman los artículos 10 al 16 de la Ley Orgánica de Comunicación.

Tabla 4. Propuesta para mejorar los códigos deontológicos de los medios televisivos

Propuesta para mejorar el conocimiento sobre la ley de Comunicación		
Objetivo General	Capacitar a los trabajadores de los medios de comunicación televisivos sobre los indicadores de los artículos 10 al 16 de la LOC para su comprensión y cumplimiento	
Objetivos específicos	OE1. Establecer técnicas para capacitar al personal de los medios de comunicación televisiva sobre la LOC OE2. Diseñar plan de acción para el cumplimiento de los indicadores de los artículos 10 al 16 de la LOC	
Estrategias y Acciones		
Objetivo	Estrategia	Acciones
OE1.	Capacitar al personal de los medios	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar cursos sobre la LOC • Diseñar material didáctico para la comprensión de la LOC
OE2,	Diseñar herramientas para el plan de acción	<ul style="list-style-type: none"> • Crear herramientas didácticas para la comprensión de los indicadores de los códigos deontológicos y los

		<p>principios establecidos en la LOC.</p> <ul style="list-style-type: none">• Establecer medios de debate interinstitucionales para discutir sobre la creación, comprensión y aplicación de los códigos deontológicos
	Establecer medios de evaluación para el plan de acción	<ul style="list-style-type: none">• Encuestas a los participantes sobre la comprensión y aplicación de los artículos 10 al 16 de la Ley Orgánica de Comunicación.

9. Referencias

- Abad, G. (2013). Medios, periodismo y responsabilidad social: en busca de políticas públicas en el Ecuador. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (122), 13-22.
- Alegría, A. M. (2016). La Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador, ¿un avance en el ejercicio efectivo de las libertades expresión e información y en la participación ciudadana?. *Revista de Derecho Político*, (95), 291.
- Alonso, F. & Coriñas, S. (2014). La pseudociencia y el poder de los medios de comunicación. La problemática ausencia de bases teóricas para afrontar el fenómeno. *Historia y Comunicación social*. 19. 93-103.
- Alonso, F. M., & Rovira, S. C. (2014). La pseudociencia y el poder de los medios de comunicación. La problemática ausencia de bases teóricas para afrontar el fenómeno. *Historia y comunicación social*, 19(3), 93-103.
- Armijos Delgado, S. J. (2017). Análisis de la aplicación de los códigos deontológicos de TC televisión y Teleamazonas en la producción de sus noticieros estelares (Tesis). Guayaquil: ULVR. Disponible en <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/1626>
- Arroyo, L.; Becerra, M.; García Castillejo, A. & Santamaría, O. (2013). Cajas mágicas. Asamblea Nacional. (23 de junio de 2013). Ley Orgánica de Comunicación. Recuperado el 15 de Julio de 2013, de Registro Oficial No. 22: <http://documentacion.asambleanacional.gob.ec/alfresco/d/d/>

workspace/SpacesStore/94ab3aff-08d5-4ad4- 8839-

8c6b91543b5a/Ley%20Orgánica%20 Comunicación

Ávila, C. (2013). El Sistema de Comunicación en la Ley de Comunicación del Ecuador:

Un análisis desde el enfoque de las Teorías de Sociedad y Masas de McQuail.

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (124), 73-81.

Aznar, H. (1999): “El debate en torno a la utilidad de los códigos deontológicos del periodismo”. En Anàlisi, N° 20, pp. 125-144.

Aznar, H. (2000). Ética y periodismo: autorregulación, códigos, estatutos de redacción y otros documentos de autorregulación. Barcelona, Paidós.

Barredo, D. Mendoza, J. & Trámpuz, J. (2016). La televisión ecuatoriana regulación, convergencia, digitalización y transformación del paradigma (2007 – 2016).

Revista Nexus Comunicación. 22-35. Disponible en

<http://nexus.univalle.edu.co/index.php/nexus/article/view/1832/1937>

Barredo, D. Mendoza, J. & Trámpuz, J. (2016). La televisión ecuatoriana regulación, convergencia, digitalización y transformación del paradigma (2007 – 2016).

Revista Nexus Comunicación. 22-35. Disponible en

<http://nexus.univalle.edu.co/index.php/nexus/article/view/1832/1937>

Becerra, M. (2015). Medios públicos: el agujero negro de la política de medios. En De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América

Latina. Cap. 3, pp. 83-106. Buenos Aires: Paidós.

Bentham, J. (2014). Deontology; or, The Science of Morality.: In two volumes. Adeg

Graphics LLC.

- Blanco, V. S., & de la Fuente, J. R. (2010). Opinión pública y democracia deliberativa en la Sociedad Red. *Ayer*, 139-162.
- Carvajal, J. (2011). El código de ética periodística y su incidencia en los comunicadores radiales en temas político, provincia Santa Elena 2010- 2011. (Tesis). Santa Elena: UPSE. Disponible en <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/440/1/TESIS%20DE%20JENNIFER%20CARVAJAL%20PERERO.pdf>
- Chavero, P., & Oller, M. (2014). La Comunicación en Ecuador, ¿Derecho O Servicio Público?/A Comunicação No Equador: Direito Ou Serviço Público?. *Revista Culturas Jurídicas*, 1(1).
- Coller, X. (2005). *Estudio de casos*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Crivellaro, A. (2011, septiembre). "El Dispute Board o “Comisión para la resolución de controversias”": ¿un útil mecanismo pre-arbitral?", en *Spain Arbitration Review - Revista del Club de Arbitraje* [en línea], disponible en <http://www.kluwerarbitration.com>
- Díaz Bordenave, J. (2013). La comunicación y el nuevo mundo posible. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 1(1).
- Dos Santos, A. (2013). Panel “Medios Públicos y privados”. Intervención ante el Congreso de Comunicación y Periodismo. Paraguay: Universidad Autónoma de Asunción
- El renacimiento de la televisión pública en América Latina. Madrid: Tecnos
- Gómez Díaz, C. (2014) *Estudio comparado. Métodos y Técnicas cuantitativas aplicables a las investigaciones sociales*. México: Tirant Humanidades.

- Jurado, R. (Julio de 2010). El proceso de elaboración de la Ley de Comunicación en el Ecuador.
- López Talavera, M. (2016) Ética en los medios de comunicación: Prensa, radio, tv y cine. Barcelona: Publicing Company.
- López, X. Silva, A. & Toural, C (2014). Nuevos medios, viejos retos para periodistas. AXIOMA 2014. 12 (1). Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra. 34-39.
- Mastrini G. & Becerra, M. (2009) Los dueños de la palabra. Buenos Aires: Prometeo.
- Mastrini, G. (2010). Medios públicos y derecho a la comunicación. Mutirão de Comunicación América Latina y el Caribe. Porto Alegre Brasil: Mimeo
- Mcluhan, M. (1996). Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano. Barcelona: Paidós
- Mejía, J. (2000). El muestreo en la investigación cualitativa. Investigaciones sociales, 4(5), 165-180.
- OEA (2010). Tenth Anniversary joint declaration: ten key challenges to freedom of expression in the next decade. Disponible en <http://www.oas.org/en/iachr/expression/showarticle.asp?artID=784&lID=1>.
- Oller, M. & Barredo, D. (2013). Las culturas periodísticas intermedias Estudios comparativos internacionales en Periodismo. 35. Tenerife: CAL, Cuadernos Artesanos de Latina. 11-49.
- Orenes, J. (2014). El control no jurisdiccional de los juicios en televisión por parte de las autoridades audiovisuales. Dilemata, 6(14), 121-140.

Plata, G. (2014). Periodismo de investigación en los canales de televisión de Guayaquil y elaboración de un noticiero (Tesis). Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Disponible en

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7417/1/TESIS%20FINAL%20.pdf>

Ramos, I. (2013). Trayectorias de democratización y desdemocratización de la comunicación en Ecuador. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, (46).

Redondo, G. & Campos-Domínguez, E. (2015). Implicaciones éticas del infoentretenimiento televisivo. *Comunicación: Revistas de Recerca i d'Anàlisi [Societat Catalana de Comunicació]*, 32(4), 73-89.

Redondo, M. (2013). El necesario debate ético sobre las técnicas de obtención de información en televisión: cámara oculta y sensacionalismo. *Comunicación y Hombre*, 9, 187-198

Rodríguez, R. (2015). El respeto de los códigos deontológicos en la prensa sensacionalista, caso "Abrahan Chimborazo" Diario "El Extra" Ecuador (Tesis).

Quito: Pontificia Universidad Católica. Disponible en

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9024/TESIS%20Ricardo%20Rodr%C3%ADguez%20J%C3%A1come.pdf?sequence>

Rodríguez-Polo, X. R. (2011). Los efectos de la comunicación de masas de Joseph T. Klapper. *Razón y palabra*, 75, 1-17.

Ros-Diego, V. J., & Castelló-Martínez, A. (2012). La comunicación de la responsabilidad en los medios sociales. *Revista Latina de Comunicación Social*, (67).

- Ruiz-Tagle Vial, P. (2011). Propiedad de los medios y principios de intervención del Estado para garantizar la libertad de expresión en Chile. *Revista de derecho (Coquimbo)*, 18(2), 347-359.
- Sabino, C. (2014). *El proceso de investigación*. Guatemala: Editorial Episteme.
- Schramm, W., & Porter, W. E. (1982). *Men women messages and media: understanding human communication*. Newyork: Harper and Row.
- Secretaria Nacional de Comunicación (2018). Ejecutivo entrega Proyecto de Reformas a la Ley Orgánica de Comunicación. Disponible en <https://www.comunicacion.gob.ec/ejecutivo-entrega-proyecto-de-reformas-a-la-ley-organica-de-comunicacion/>
- Shore, C. (2010). La Antropología Y El Estudio De La Política Pública: Reflexiones Sobre La" Formulación. *Antípoda. Revista de antropología y arqueología*, (10).
- Sosa Plata, G. (2016). Concentración de medios de comunicación, poder y nuevas legislaciones en América Latina. *El Cotidiano*, (195).
- Teitelbaum, A. (2010). *La armadura del capitalismo. El poder de las sociedades transnacionales en el mundo contemporáneo*. Barcelona: Icaria-Antrazyt.
- UNESCO (2006). *Public Service Broadcasting: A best practices sourcebook*. Disponible en <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001415/141584e.pdf>.
- UNESCO. (2011). *Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador - 2011*. Obtenido de www.unesco.org/quito
- Ushca, G., Elizabeth, G., & Pazmiño Ospina, F. I. (2016). *Análisis de los hechos mediáticos y la aplicación de los códigos deontológicos en los medios televisivos Ecuavisa y Canal Uno (Bachelor's thesis, Guayaquil: ULVR, 2016)*.

- Varela, M. (2013). Televisión pública en América Latina: instrumento político, experimento estético y audiencia nacional. En TV pública Latinoamericana, orígenes y desafíos. Buenos Aires: Editorial La Crujía y RTA Sociedad del Estado.
- Váscones, I. (2010). La credibilidad de los medios de comunicación en el Ecuador: reflejo de un periodismo de calidad. Tesis. Universidad Dos Hemisferios. Disponible en <http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/jspui/handle/123456789/140>
- Ward, S. (2008): Global Journalism Ethics: Widening the Conceptual Base. Global Media Journal -- Canadian Edition 1, 1, 137-149.
- Yaguache, J. (2015). Investigar la comunicación en Loja-Ecuador. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (128), 308-313.
- Zúñiga, J. & Ibáñez, D. (2016). La Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador: la comunicación como servicio público y la comunicación responsable. Derecom, (20), 4.

10. Anexos

10.1. Anexo 1. Artículos de la LOC (2014)

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. - Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

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 publi reportajes 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.

Nota: Se declara la constitucionalidad condicionada del artículo 10 numeral 4 literal i de la Ley Orgánica de Comunicación, por lo que será constitucional siempre y cuando se interprete de la siguiente manera: El "asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan" debe entenderse en función de lo establecido en el artículo 20 y 21 de la misma ley, que en su orden contemplan los casos en que los medios de comunicación serán responsables directa o solidariamente por la información que difundan.

10.2. Anexo 2. Artículos de la Ley Orgánica de Comunicación

Sección tercera Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las 26 personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.
3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Art. 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

10.3. Anexo 3. Preguntas de la entrevista estructurada para el panel de expertos.

1. ¿Qué opina Usted sobre las normas deontológicas establecidas en el artículo 10 de la LOC?
2. ¿Cuál es su criterio sobre los principios establecidos en los artículos 11 al 16 de la LOC?
3. Su criterio sobre las sanciones que la Supercom ha establecido para los medios de comunicación.
4. ¿Qué otros elementos aportan al código deontológico que se establece en la LOC?