



Código Deontológico

INTRODUCCIÓN:

HCJB2 es un medio de comunicación cristiano sin fines de lucro que en su largo trajinar de más de cincuenta años al servicio del pueblo ecuatoriano, ha impreso una norma de conducta fiel a los principios medulares instaurados en las Sagradas Escrituras, siendo éstos los pilares que sustentan la conducta del personal de nuestra Institución.

Consideramos que la responsabilidad es una condición inexcusable de la naturaleza humana, de tal modo que ser mujer u hombre es estar continuamente “justificando” los propios actos y “dando cuenta” de las propias acciones.

El tener que “justificar” y “dar cuenta” se sustenta sobre la base de que existen algunos tipos de normas que marcan o señalan con alguna especie de imperativo cómo tienen que ser y desarrollarse las conductas. Hablamos entonces de normas morales y jurídicas.

La moral es un imperativo de conducta individualmente asumido o aceptado, aunque no exista un conocimiento externo en su observancia: el individuo lo acepta o se cumple voluntariamente porque lo considera en su fuero interno valioso o bueno.

La ética, como parte de la filosofía que es, puede definirse como la reflexión que justifica determinadas concepciones, criterios o comportamientos morales.

En nuestro quehacer diario los conceptos “moral” y “ética”, aun siendo distintos, son usados en la práctica con sentido equivalente por suministrar normas de conducta al sujeto autónomo, pero también a las organizaciones de la naturaleza que éstas sean.

El derecho, por su parte, es un conjunto de normas que regulan determinadas conductas en una colectividad determinada y cuyo cumplimiento puede ser exigido por la fuerza. El derecho regula los comportamientos o actividades dotados de mayor relevancia en la relación social, siendo su cumplimiento obligatorio y exigible coactivamente. La ley es posterior a la ley moral y ésta a su vez nace de las raíces bíblicas y por tanto depende de ésta como su fundamento.

El Estado toma sobre sí unas funciones éticas específicas, las de fijar y defender los mínimos exigibles a todos por igual en el campo de las relaciones interhumanas; el Estado se convierte en garante de la integridad

física, la no discriminación social y la igualdad de oportunidades de todos los ciudadanos, y para ello no tiene más remedio que convertir esos principios, que por definición son éticos, en ley positiva.

El contenido de las convicciones morales básicas de la sociedad y de su conversión en normas jurídicas viene delimitado por el reconocimiento y protección de los derechos fundamentales de la persona constitucionalmente consagrados.

La jurista y tratadista española María Casado, al respecto dice: “Queda de manifiesto, pues, la necesidad y la utilidad de apoyarse en los Derechos Humanos como mínimo acuerdo moral en las sociedades evolucionadas, en donde las decisiones se toman en base a la mayoría y que son generalmente los que influyen en los demás. De ahí la utilidad del Derecho como mínimo moral común, y, consecuentemente, la trascendencia de las Constituciones, que configuran un pacto de convivencia en torno al cual se articula el consenso social, tanto en cuanto al contenido específico del mismo como en el que concierne a la voluntariedad”.

Estas normas pueden proyectarse sobre el ámbito de una actividad humana o quehacer profesional, en concreto, la comunicación, y así nos encontramos frente a la ética comunicacional, por la cual el comunicador social se siente impelido por el imperativo de conciencia individual a adoptar una determinada conducta en el desempeño de su profesión, lo que genera el nacimiento de determinados deberes frente a la sociedad y el Estado.

Los miembros de determinadas profesiones, no se han contentado con la exigible moralidad personal e individual, sino que han intentado una moralización de la profesión en su integridad; así han nacido los denominados Códigos de Ética y Deontológicos.

HCJB2, a través de los años ha manejado un Código de Conducta institucional para su área de medios, el mismo que se lo ha venido cumpliendo con absoluta normalidad. Ahora, en conformidad con lo dispuesto en los artículos 9 y 10 de la Ley Orgánica de Comunicación, determina que todos los medios de comunicación deberán expedir sus propios códigos deontológicos.

Este Código Deontológico de los Comunicadores de la Radiodifusora HCJB2, podemos definirlo como una guía de conducta profesional que contiene los compromisos éticos que los comunicadores contraen públicamente para garantizar a la sociedad un adecuado nivel de calidad de sus servicios profesionales. Los deberes que impone este Código, en tanto que, sancionados por una Entidad de Derecho Público, obligan a todos los profesionales de la comunicación en el ejercicio de su profesión, cualquiera que sea la modalidad que la practiquen. El incumplimiento de alguna de las normas de dicho Código supone incurrir en una falta disciplinaria, cuya corrección se hará a través del procedimiento normativo establecido en la Institución.

Las normas deontológicas, como normas autoimpuestas por los comunicadores sociales de la Institución, tienen un carácter distinto de las normas morales individuales de cada uno de los miembros de este colectivo. Suponen la apropiación de un modelo ético que el colectivo de comunicadores adopta como propio eligiéndole entre otras posibles opciones. También es importante relevar aquí el lugar de las normas deontológicas en la jerarquía de las distintas clases de normas que rigen nuestra conducta: constituyen algo más vinculante sancionador, desde un punto de vista externo, que las normas morales, pero a su vez, lo son menos que las normas jurídicas.

Código Deontológico de los Comunicadores Sociales de la Radiodifusora HCJB2

Capítulo I Definición y Ámbito de Aplicación

Art. 1.- La Deontología del medio de comunicación HCJB2, para sus Comunicadores Sociales es un conjunto de principios y reglas éticas que han de inspirar y guiar la conducta del profesional de la comunicación.

Art.2.- Los deberes que impone este código, en tanto que, sancionados por una Entidad de Derecho Público, obligan a todos los comunicadores sociales en el ejercicio de su profesión cualquiera sea la modalidad que la practiquen.

El incumplimiento de algunas de las normas de este código supone incurrir en falta disciplinaria tipificada en las normas generales de los comunicadores sociales del país, y en las normas y políticas internas institucionales cuya corrección se hará a través del procedimiento normativo en ellos establecidos.

Art. 3.- HCJB2 asume como uno de sus objetivos primordiales la promoción y desarrollo de la Deontología profesional del comunicador social. Dedicará atención preferente a difundir los preceptos de este código y se obliga a velar por su cumplimiento.

Capítulo II Principios Generales

Art. 4.- La profesión del comunicador social está al servicio del hombre y de la sociedad. En consecuencia, respetar los derechos humanos, la dignidad de las personas y el cuidado y respeto al individuo y a la comunidad son deberes primordiales del comunicador social.

El comunicador social debe atender con la misma solicitud y diligencia la problemática social o colectiva, sin discriminación alguna.

La principal lealtad del comunicador social es con la colectividad de la cual es parte y con el bien común de la misma, debe anteponerse a cualquier otro interés.

El comunicador social jamás perjudicará intencionalmente a persona alguna, grupo, colectividad o comunidad. Deberá actuar con diligencia y transparencia frente a la problemática social de quien lo requiera.

Art. 5.- Todo profesional de la comunicación cualquiera que sea la modalidad de su ejercicio, estará presto a cubrir eventos en los cuales este en grave riesgo los derechos humanos de los miembros de la sociedad.

En situaciones de catástrofe o grave riesgo para el comunicador, este no puede dejar de cumplir con su obligación profesional, salvo que fuere obligado por la autoridad competente.

Art. 6.- El comunicador social ha de ser consciente de sus deberes profesionales para con la comunidad. Está obligado a procurar la mayor eficacia de su trabajo y el rendimiento óptimo de los medios que la sociedad pone a su disposición.

Siendo el comunicador social uno de los elementos importantes en la sociedad para mantener a la misma bien informada de manera objetiva y veraz, para que en él se den los requisitos de calidad, suficiencia informativa y mantenimiento de los principios éticos.

Están obligados a denunciar las deficiencias en tanto puedan afectar al bienestar común de la sociedad.

Capítulo III Relacionados a la Programación

Art. 7.- Relacionados a la programación:

- a. Enfatizar en un mensaje positivo, formular soluciones a los problemas y no solamente identificarlos;
- b. Promocionar valores de la familia;
- c. Promover un ambiente de confianza y respeto;
- d. Procurar el conocimiento de la verdad y su expresión en todas las disciplinas de la vida y el conocimiento;
- e. Mantener a la sociedad informada con veracidad frente a los hechos noticiosos del país;
- f. Proveer espacios para que representantes del sector público y privado den a conocer a la ciudadanía sus proyectos, avances y logros;
- g. Resaltar la identidad y cultura nacional;
- h. Difundir contenidos que sea útiles y prácticos, que favorezcan a la audiencia a mejorar de manera integral su estilo de vida; e,
- i. Integrar los Nuevos Medios al desarrollo de la programación.

Capítulo IV Referidos a la Dignidad Humana

Art. 8.- Referidos a la dignidad humana:

- a. Respetar los derechos humanos e incentivar su cumplimiento;
- b. Promover el respeto y cumplimiento de la Constitución de la República de Ecuador;
- c. Incentivar el mantenimiento del derecho a la paz y seguridad ciudadanas;
- d. Promover que se practique la justicia y la solidaridad con todos los ciudadanos en el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de bienes y servicios;
- e. Promover el valor de todas las personas;
- f. Respetar la honra y la reputación de las personas;
- g. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,
- h. Respetar la intimidad personal y familiar.

Capítulo V Relacionados con los Grupos de Atención Prioritaria

Art. 9.-Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

- a. Dar a conocer los derechos de las personas y grupos de atención prioritaria;
- b. Promover la atención a los grupos vulnerables;
- c. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;
- c. Abstenerse de usar y difundir menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;
- d. Evitar la representación positiva o a valorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas de las personas;

- e. Abstenerse de emitir 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 la autoridad competente;
- f. Proteger el derecho a la privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,
- g. Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

Capítulo VI Concernientes al Ejercicio Profesional

Art. 10.- Concernientes al ejercicio profesional:

- a. Acatar las normas constitucionales partiendo de la correcta verificación, oportunidad, contextualización y contrastación previa, antes de la difusión de la información de relevancia pública o interés de la colectividad;
- b. Es prohibido omitir, cambiar o alterar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas;
- c. No obtendrán información o imágenes con métodos ilícitos;
- d. Tratar la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares;
- e. Abogar el ejercicio al derecho a la cláusula de conciencia;
- f. Prohibir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla;
- g. No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística; ejercer la misma con la libertad que la constitución le otorga.
- h. Ejercer y respetar los derechos a la reserva de fuente y el secreto profesional; cumpliendo los mandatos constitucionales.
- i. No podrá usar o abusar la condición de periodista o comunicador social para obtener beneficios personales;
- j. Queda prohibido utilizar en provecho propio información privilegiada, obtenida en forma confidencial en el ejercicio de su función informativa; y,
- k. Tendrá obligatoriamente que respetar los derechos de autor y las normas de citas.

Capítulo VII Relacionados con las Prácticas de los Medios de Comunicación Social

Art. 11.- Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:

- a. Respetar y ser ejemplo de practicar la libertad de expresión, de comentario y de crítica;
- b. Enmendar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas; disculpándose por el efecto que la misma pudo haber causado;
- c. Acatar el derecho a la presunción de inocencia;
- d. No se difundirán publinreportajes como si fuese material informativo;
- e. Velar porque los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;
- f. Diferenciar de forma inequívoca entre noticias y opiniones;
- g. Separar de manera clara entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario;

- h. Precaver el no difundir, de forma positiva o a valorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente;
- i. Aceptar 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.

Capítulo VIII Relacionados a los Valores de la Organización

Art. 12.- Relacionados a los valores de la organización:

- a. Innovación y Dinamismo. - Utilizar la nueva tecnología para sumar nuevas audiencias y suplir las necesidades de comunicación de las personas. Generar constantemente mensajes creativos y relevantes para los oyentes;
- b. Rendimiento de cuentas. - Llevar a la práctica políticas y procedimientos de rendimiento de cuentas en todos los niveles de estructura administrativa interna, a fin de mantener procesos transparentes y operaciones eficientes;
- c. Profesionalismo. - Imprimir en los productos comunicacionales un alto nivel de calidad. Contar con personas capacitadas, profesionales, con experiencia en el campo de las comunicaciones y apoyadas con los recursos tecnológicos existentes para lograr los mejores resultados;
- d. Integridad. - Practicar, y no solo proclamar, los valores cristianos a nivel personal y organizacional;
- e. Respeto. - Demostrar en las actividades comunicacionales respeto a todo ser humano, sin importar su nivel de autoridad, credo, condición social o manera de pensar. Se considera y valora la dignidad de la persona, tal como Jesús lo enseñó; y,
- f. Trabajar en Sociedades. - Ampliar el impacto de los servicios de HCJB al trabajar con otras organizaciones o empresas que comparten los mismos fines y valores.

Capítulo IX
Relacionados a la Responsabilidad Social

Art.13.- Relacionados a la responsabilidad social:

- a. Asumir nuestra responsabilidad de cuidar toda la naturaleza y a los seres humanos;
- b. Reconocer el valor de todas las personas sin discriminación de género, discapacidad, condicionamiento económico o cualquier otro tipo de diferencia;
- c. Ofrecer oportunidades a los oyentes para servir a otros por medio de actividades prácticas que generen un mejoramiento de su condición de vida; y,

d. Realizar actividades de responsabilidad social en concordancia con el mandato entregado por Dios al hombre de cuidar toda su creación.

Capítulo X

Art.14.- Se incorpora a nuestro Código Deontológico lo preceptuado en el artículo 66 de la Constitución de la República del Ecuador, así como lo determinado en los artículos 9 y 10 de la Ley Orgánica de Comunicación.