



# GUÍA SOBRE ÉTICA Y MEDIOS ■

100 PREGUNTAS Y RESPUESTAS

J.M. PÉREZ TORNERO

CON LA COLABORACIÓN DE  
M. PINTO Y J.M. CASASÚS

mentor

Media Education

UNESCO





## Introducción

Durante las últimas décadas, los medios de comunicación (y especialmente la TV) han transformado la vida cotidiana y se han convertido en un factor clave en la información y la formación de las nuevas generaciones. Han alcanzado un lugar central en las sociedades y en las culturas influyendo notoriamente en casi todos los aspectos de la vida.

Ya en 1983, la UNESCO señaló la importancia de los principios morales universales del periodismo en su “Declaración de principios internacionales de ética profesional del periodismo”. Entre ellos se encontraban la responsabilidad social del periodista, el respeto del interés público y el acceso y participación por parte de los ciudadanos, entre otros. Pero han sido ininidad los organismos internacionales de prensa y las organizaciones internacionales que han promovido, y siguen promoviendo, la aplicación de ciertos principios éticos en la tarea de los comunicadores.

Comprender estos principios, entender la libertad y la responsabilidad de los medios y de los comunicadores significa poder entender la libertad y la responsabilidad de todos.

La educación en medios, como disciplina que se ocupa de iluminar la relación entre medios y ciudadanos, tiene que poner énfasis en estas cuestiones. Al mismo tiempo que procura potenciar una lectura crítica de los medios por parte de los ciudadanos, tiene que promover la conciencia y comprensión de los principios éticos que tienen que presidir la responsabilidad de los comunicadores y de los medios. De esta forma, además de contribuir a crear un contexto favorable para el ejercicio profesional, se faculta a los ciudadanos para plantear sus derechos y exigencias éticas ante los medios de comunicación.



## Objetivos de la educación en medios en materia de ética y deontología profesional

La cuestión de la ética y la deontología profesional constituye, pues, un campo de la educación en medios que tiene como objetivos los siguientes:

- Dar a conocer a los ciudadanos las responsabilidades que los medios de comunicación tienen que cumplir en el ejercicio de su función.
- Estimular en los profesionales de la comunicación la conciencia de su responsabilidad ética y el deber de seguir las normas de la deontología profesional.
- Potenciar la toma de conciencia crítica de los ciudadanos sobre sus derechos ante los medios y sobre la responsabilidad social de la comunicación.
- Favorecer los cauces de diálogo y cooperación entre medios y ciudadanos con el objeto de esclarecer y fortalecer el cumplimiento de los principios del periodismo y la comunicación y su componente ética y de responsabilidad social.
- Promover la posibilidad de autorregulación y la co-regulación, es decir, el compromiso ético cívico sobre las tareas que ejercen los medios de comunicación.



## Objetivos específicos de la Guía

La presente Guía sobre **Ética y Medios** tiene como objetivos los siguientes:

- Introducir pedagógicamente la ética profesional de la comunicación en el área de Educación en Medios.
- Informar sobre los documentos, códigos e instituciones que se ocupan de señalar los principios éticos y deontológicos que deben regir la tarea de los comunicadores.
- Servir de instrumento de sensibilización a los educandos sobre los usos y las responsabilidades comunicativas de los medios y de los comunicadores.
- Concienciar a los educandos sobre las vías de participación, colaboración y exigencia para el cumplimiento de los compromisos deontológicos asumidos por los medios.
- Promover una comunicación solidaria que permita una regulación ética de los medios por parte de la sociedad civil.
- Dar a conocer el papel de los *ombudsman*, y sus potencialidades como posibles actores en la promoción de la autorregulación de los medios.
- Dar a conocer el papel de las autoridades públicas encargadas de regular la comunicación y la función que cumplen en materia de ética y deontología profesional.
- Motivar el conocimiento de la ética comunicativa de los medios en los nuevos contextos tecnológicos.



## Índice

1. Los principios éticos que deben regir la comunicación
2. La deontología profesional de los comunicadores
3. Regulación y autorregulación de los medios
4. Educación en Medios y ética de la comunicación



## Los principios éticos que deben regir la comunicación

### 1. ¿Qué relación puede haber entre ética, deontología profesional y comunicación?

La ética es el modo en que los seres humanos establecen los principios, normas y deberes que rigen su conducta hacia los demás. La deontología es la ética de un colectivo profesional determinado. En la medida en que la comunicación es clave para la actuación de los seres humanos y para sus relaciones, no cabe duda de que la comunicación debe regirse por principios éticos generales. En consecuencia, y de modo más específico, los profesionales de la comunicación deben guiarse por principios más concretos que forman parte de esa ética general.

En este sentido, distinguiremos:

- a)** la *ética general de la comunicación*, que se aplica a cualquier persona implicada en un proceso comunicativo, y,
- b)** una *ética profesional* o deontología comunicativa, que implica a los profesionales de los medios de comunicación.

### 2. Las organizaciones y colectivos profesionales del periodismo y la comunicación ¿son favorables a admitir principios éticos generales que deban regir su trabajo?

Sí. A lo largo del siglo XX, al tiempo que se consolidaba la profesión periodística, se fueron estableciendo ciertos principios éticos que deben aplicarse al periodismo y a la profesión de comunicador en general. Estos principios han quedado fijados en diversos documentos (cartas, códigos, manifiestos, normas de conducta, etc.) y han sido aceptados por colectivos profesionales de diferentes países.



De este modo, progresivamente, se han configurado los principios generales que deben inspirar la actuación del comunicador y del periodista.

Hoy día puede decirse que no existe prácticamente ninguna organización de periodistas o comunicadores que no acepte explícitamente una carta o código ético en relación con su trabajo.

**3. ¿Es posible reconocer, dentro de la ética general de la comunicación algunos principios básicos?**

Sí. Aunque es cierto que los diferentes códigos y documentos referentes a la materia tienen aspectos singulares y específicos, es posible reconocer, en casi todos ellos, algunos principios esenciales comunes. Éstos son los principios básicos de una ética compartida.

**4. ¿Cuáles los principios básicos de una ética general de la comunicación?**

Estos principios éticos se derivan, en general, de los Derechos Humanos y se corresponden con ellos. Son los siguientes:

- **La igualdad:** Una ética general de la comunicación defiende el ideal de la igualdad y la reciprocidad en los intercambios comunicativos. Esto significa que los interlocutores –emisores y receptores- tienen que asumir, en términos igualitarios, obligaciones, derechos y deberes con respecto a la comunicación, y que, al mismo tiempo, deben disponer de capacidades comunicativas equilibradas con objeto de evitar situaciones de abuso o dependencia. La aplicación de este principio de igualdad, lejos de conducir a una uniformidad comunicativa, comporta, de hecho, la pluralidad y la diversidad.



- **Las libertades:** En primer lugar, se trata de la libertad individual que consiste en la posibilidad real de una persona de informar y de poder expresar libremente sus opiniones, juicios y percepciones.

En segundo lugar, se trata de la libertad de los grupos, colectivos y comunidades de comunicar y expresarse sin restricciones injustificadas, en función de sus intereses legítimos. Esta libertad de expresión se extiende también a la libertad de creación y al derecho al pluralismo y a la diversidad cultural.

- **El respeto a la dignidad y la autonomía de la persona:** El respeto a la dignidad significa poder resguardar y proteger en todo momento los valores inherentes a cada ser humano, sea cual sea su situación y su condición.

En materia de comunicación se trata, consecuentemente, de respetar el honor, la imagen pública y la reputación, rechazando así las injurias, las calumnias y cualquier otra forma de desprecio o humillación.

Se trata también de procurar que la comunicación permita siempre que las personas desarrollen su autonomía y desplieguen sus propias capacidades y sus potencialidades.

- **La convivencia pacífica:** La comunicación tiene como función *mediar* entre los seres humanos, por tanto, cumple una función de servicio público que consiste en promover el entendimiento entre las personas y los colectivos y procurar la cooperación y la convivencia entre todos.

- **El derecho a la información veraz:** Los seres humanos tienen derecho a disponer de una comprensión del mundo realista y adecuada. Esto significa que tienen el derecho a no ser engañados ni manipulados, o sea, en términos comunicativos: tienen derecho a recibir una información veraz sobre las cuestiones que le afectan.



- **La responsabilidad:** Es un principio general. Cualquier persona debe ser consciente y responsable de las consecuencias y efectos que provocan sus acciones comunicativas en relación con los demás. Esto es especialmente importante en lo que se refiere a los medios de comunicación.

**5. ¿Qué significa la *igualdad* en materia de comunicación?**

Se trata de una igualdad moral y práctica a la vez. En la vertiente moral, los partícipes en un acto comunicativo, tanto emisores como receptores, son sujetos de los mismos derechos y obligaciones y éstos tienen que ser recíprocos. En la vertiente práctica, el respeto a unas mismas reglas y sobre todo equilibrio y la equidad en las relaciones entre los emisores y los receptores asegura la condición de igualdad.

Nadie puede considerarse dueño o propietario de la información, ni los poderes públicos ni las empresas privadas ni los medios de comunicación. Todos los ciudadanos deben ser iguales ante la comunicación. Esto viene a significar la supresión de cualquier situación de prepotencia o abuso de unas personas o grupos sobre otros. Significa, también la obligación constante de promover la igualdad de capacidades y posibilidades de comunicación entre las personas y los grupos, o lo que es lo mismo intentar promover el equilibrio progresivo entre la distribución de las competencias comunicativas.

**6. ¿Qué es la *libertad de expresión*?**

La libertad de expresión es el derecho que tienen los seres humanos a expresar sin restricciones injustificadas sus percepciones, opiniones, juicios y argumentos. Esta libertad de expresión es consecuencia y, a la vez, instrumento indispensable para el desarrollo de la libertad de conciencia y de la autonomía de la persona.



### 7. ¿El derecho a la libertad de expresión prevalece sobre los demás derechos de la comunicación?

No. La libertad de expresión no es un derecho absoluto ni puede prevalecer sobre otros, sino que debe desarrollarse en un contexto de responsabilidad sobre las propias acciones y siempre dentro del respeto a los derechos y libertades de los demás.

La libertad de expresión en una sociedad mediática sólo es compatible con un contexto de auténtica responsabilidad social de los medios de comunicación.

### 8. ¿Qué es la libertad de creación?

La libertad de creación es una vertiente de la libertad de expresión y, en cierta forma, su resultado. Se entiende como el derecho de la persona a generar expresiones propias y personales que respondan a su libertad de conciencia.

La libertad de creación se asocia menos a la emisión de informaciones, opiniones o juicios, como a la posibilidad de configurar obras de carácter estético, artístico o literario, pero no por eso queda al margen de la libertad fundamental de conciencia y pensamiento.

### 9. ¿Qué es el derecho del autor?

Es la potestad que tiene el creador de una determinada expresión a usarla, a poseerla y, en su caso, a obtener beneficios de ella. Es también, el derecho del creador de que la obra no pueda ser usada, manipulada, fragmentada o alterada por nadie sin su consentimiento. Así pues, el derecho del autor se entiende como su potestad sobre la integridad de su obra y es consecuencia directa de la libertad de expresión y de la responsabilidad social de la comunicación.



**10. Si existe el derecho del autor, ¿existe también el derecho del receptor?**

En general, es el derecho a la información la principal fuente del derecho del receptor, pero, en determinados contextos –por ejemplo, el de consumo dentro de un mercado determinado- el receptor también tiene derechos específicos. Lo mismo podemos decir refiriéndonos a los derechos que los receptores tienen como ciudadanos dentro de un determinado ordenamiento jurídico democrático. De aquí también derivan derechos sustanciales del receptor.

**11. ¿Qué significa el principio de pluralismo en materia de comunicación?**

La igualdad aplicada a las relaciones comunicativas conduce a que los diferentes individuos, colectivos y comunidades –con sus particularidades y especificidades propias- puedan desarrollar la libertad de expresión y de creación de un modo auténtico y completo. El resultado inevitable es un universo comunicativo y cultural variado y diverso en el que están presentes las diferentes sensibilidades, voluntades y visiones del mundo que enriquecen una comunidad. A esto se denomina pluralismo.

Por otra parte, para que en un contexto social haya libertad de conciencia y auténtica autonomía personal es preciso que los individuos y las personas puedan contrastar opiniones diversas y debatir y comparar informaciones divergentes. Esto requiere que los diferentes grupos y personas que componen una comunidad puedan expresarse libremente y manifestar así su propia diversidad.

El auténtico ejercicio de la libertad de expresión, así como el auténtico ejercicio del derecho a la información, dan lugar al pluralismo comunicativo.



## 12. ¿Cómo debemos entender la *diversidad*?

La diversidad comunicativa, que tiene su origen en la libertad de expresión y en el derecho a la información, es el resultado del ejercicio comunicativo libre y de las diferentes manifestaciones que se derivan del modo de ser y sentir de una comunidad, es decir, de la cultura de una comunidad.

## 13. ¿Qué es la *diversidad cultural*?

Hablaremos de diversidad cultural para afirmar el derecho a la pluralidad de los colectivos a expresarse, crear y comunicarse en libertad en el marco amplio de las relaciones con otras comunidades y colectivos.

La UNESCO ha promovido diversos documentos y declaraciones en defensa de la diversidad cultural hasta convertirse en una referencia universal en relación con este tema.

14.

## Dentro del concepto de *diversidad* ¿cuáles son los derechos de las minorías en materia de comunicación?

La diversidad no afecta sólo a comunidades diferentes con culturas específicas, sino que puede darse en el interior de una misma comunidad, y en la relación e hibridación de diferentes culturas.

En tanto que individuos, los derechos de cualquier persona en relación con la comunicación son universales con independencia de que esta persona esté inserta en una comunidad u otra, pertenezca a un grupo mayoritario o minoritario, e independientemente de los principios que configuran ese grupo – sean culturales, ideológicos o de cualquier otro tipo. Estos derechos deben, pues, respetarse en todo momento, y deben alcanzar también la posibilidad de sostener identidades culturales específicas.



La igualdad comunicativa y la libertad de expresión conducen inevitablemente al pluralismo y a la diversidad cultural. Pero para que esta igualdad sea completa, todos los grupos sociales, incluidos los minoritarios, tienen que poder participar en la esfera pública manifestando sus opiniones y opciones. Esta participación debe corresponderse con su presencia social y su propia realidad.

Las uniformidades y una homogeneización en términos de mayorías estadísticas contradicen el principio de diversidad.

Las minorías tienen derecho a manifestar, participar y configurar la diversidad de la esfera pública de la comunicación.

**15. ¿El derecho a la diversidad cultural prevalece sobre los demás derechos de la comunicación?**

No. El derecho a la diversidad cultural no es un derecho absoluto sino que tiene que compatibilizarse con los demás derechos de la comunicación, es decir, la libertad de expresión, el derecho a la información, la igualdad y otros...

**16. ¿Qué derechos tienen los ciudadanos en lo que se refiere a su *dignidad* con respecto a los medios de comunicación?**

La dignidad de la persona se manifiesta, se consolida y se desarrolla, entre otras dimensiones, a través de la comunicación. Por este motivo tiene mucha importancia que las comunicaciones, y en particular los medios de comunicación, construyan esa dignidad y respeten los valores esenciales de las personas.

Ningún juicio, opinión o expresión, ni la información sobre ningún hecho o situación puede hacerse sin el respeto debido a la dignidad de la persona humana.



### 17. ¿Qué significa tener derecho a la *intimidad* y a la *vida privada*?

La intimidad y la vida privada dependen de la voluntad del sujeto y de los individuos y no puede ser ni invadida ni violada por nadie. Esto quiere decir, en el campo de la comunicación que, con independencia de la libertad de expresión y de juicio, los medios tienen que respetar y no invadir el círculo de la vida privada e íntima de las personas.

Los comunicadores tienen que conocer la frontera que separa el derecho a la información y la invasión de la esfera íntima y privada de los individuos.

Incluso en el caso de personas que ejercen funciones públicas o ante el público, la esfera privada e íntima debe quedar al margen de los medios de comunicación, salvo en el caso de que ésta pueda tener consecuencias sobre su actuación pública, o en el de que esta persona consienta libremente revelar o comunicar aspectos de su vida personal.

### 18. ¿Qué es el *derecho a la información*?

El derecho a la información es el derecho de cualquier persona a ser informado verazmente sobre cualquier tema que, directa o indirectamente, pueda incidir o afectar a la actuación o al desarrollo de la persona cuestión.

El derecho a la información se refiere especialmente a los asuntos de trascendencia social que configuran el espacio público. Este derecho, entendido como obligación de suministrar información, obliga especialmente a personas, grupos, colectivos o instituciones con poder sobre otros, es decir, a quienes tienen la capacidad de influir o condicionar la vida y la conducta de otras personas. Se incluyen aquí a los poderes públicos que gobiernan las comunidades al igual que a las instituciones y entidades privadas con incidencia en la vida pública.



El derecho a la información es, por ejemplo, el que puede demandar el ciudadano con respecto a su Estado y su Gobierno; o el que puede exigir el paciente ante el médico que le trata profesionalmente; o, en general, el de cualquier persona que establece una relación de cierta dependencia con respecto a otras personas, colectivos o instituciones.

**19. ¿El derecho a la información prevalece sobre los demás derechos de la comunicación?**

No. El derecho a la información -como el de expresión- no es nunca un derecho más importante que los demás ni un derecho absoluto, sino que debe ser siempre entendido en un contexto específico y, por tanto, encuentra sus limitaciones en el respeto a la libertad de conciencia y autonomía de los demás.

**20. ¿Cómo pueden conjugarse la libertad de expresión, el derecho a la información y los derechos de las personas a su dignidad e intimidad?**

El equilibrio entre todos estos derechos es, a veces, inestable y difícil, pero lo cierto es que ninguno de ellos puede realizarse en perjuicio de los demás.

No hay libertad de expresión auténtica que no respete la libertad del otro. No existe ningún derecho a la información que pueda menoscabar el respeto a la dignidad de la persona humana. No puede haber derechos de los comunicadores que conculquen los derechos de los receptores y de los ciudadanos.

La búsqueda de este equilibrio es siempre una obligación que tienen todos los que participan en la comunicación pública. Y sólo puede lograrse el equilibrio con una vigilancia constante y una atención especial a la responsabilidad en la comunicación.



**21. ¿Existe algún tipo de prioridad entre los derechos de libertad de expresión, derecho a la información y el derecho del ciudadano a su propia imagen?**

No hay ningún tipo de prioridad posible. Ninguno de estos derechos puede socavar a los demás. Sólo el ejercicio de la responsabilidad comunicativa puede permitir que todos estos derechos convivan y se realicen conjuntamente.

**22. ¿Tienen los niños algunos derechos especiales en relación con la comunicación?**

Los niños tienen los mismos derechos que los adultos en relación con la comunicación –esto sin menoscabo de la obligación de tutela de sus tutores legales-, pero, dado que se hallan en una plena etapa de desarrollo moral y personal, requieren, además, la protección de los adultos. Protección que se extiende también al campo de la comunicación.

**23. ¿Cómo y quién debe proteger el derecho de los niños en relación con la comunicación?**

Todos los adultos, ciudadanos y, por supuesto, los medios de comunicación están obligados, moralmente –y, en casi todos los países del mundo, también legalmente- a proteger los derechos de los niños. Esto significa que la sociedad en general debe crear un contexto apropiado y favorecer un clima específico para la protección de los derechos del niño en materia de comunicación. Sin embargo, son los tutores legales de los niños a quienes corresponde más específicamente esta tarea de protección.

En cualquier caso, la protección ejercida por los tutores corre el riesgo de ser insuficiente sin el concurso de los poderes públicos y de la sociedad en general.



## La deontología profesional de los comunicadores

### 24. ¿Existen códigos deontológicos asumidos por los comunicadores?

Los códigos deontológicos y comunicativos conocieron un amplio desarrollo durante el siglo XX. Desde principios de la centuria, grupos de medios y periodistas fueron redactando y publicando cartas, códigos y diversos documentos que buscaban afirmar los principios básicos de la profesión.

Abundan también declaraciones, manifiestos y códigos cívicos promovidos por organizaciones gubernamentales y no gubernamentales en esta materia.

### 25. ¿Ha definido la UNESCO, como organización de la ONU, algunos principios referidos a la ética de los medios y de los comunicadores?

En 1983, la UNESCO –tras un largo proceso de debate que se inició en 1978 y en el que participaron organizaciones regionales y estatales de periodistas de todo el mundo- aprobó los *Principios Internacionales de Ética Profesional del Periodismo*. Desde entonces, este documento ha funcionado como un auténtico código ético de referencia para comunicadores de todo el mundo.

### 26. ¿Cuáles son los principios de ética periodística defendidos por la UNESCO?

La UNESCO estableció 10 principios para la profesión periodística. Son los siguientes:



1. El derecho a una información veraz.
2. La dedicación de los periodistas a la objetividad.
3. La responsabilidad social del periodista.
4. La integridad profesional del periodista.
5. Participación y acceso públicos.
6. Respeto a la dignidad humana y a la intimidad.
7. Respeto al interés público.
8. Respeto por los valores universales y la diversidad cultural.
9. Supresión de la guerra y otras confrontaciones civiles.
10. Promoción de un nuevo orden informativo y comunicativo mundial.

**27. ¿Qué debe entenderse por *derecho a la información veraz*?**

El derecho de las personas a disponer de una información realista, honesta y objetiva sobre aquellos asuntos que le afectan. Este derecho incluye el de que la información sea comprensible y accesible por la persona y el de que ésta pueda expresarse libremente.

**28. ¿Qué debe entenderse por *objetividad en el ejercicio del periodismo*?**

Es la obligación que tiene el periodista de procurar ofrecer una información comprensible, auténtica y honesta de los hechos, procurando no distorsionar la realidad y facilitando el adecuado contexto de esos hechos.

La objetividad tiene su principio fundamental en la separación entre *hechos* y *opiniones*. De ningún modo deberían mezclarse ni confundirse. La obligación del periodista o del comunicador es separarlas de modo notorio para asegurar la comprensión correcta por parte del emisor.



**29. ¿Cuál es la *responsabilidad social del periodista*?**

Es la obligación ética que tienen los periodistas y comunicadores de considerar y, así, ser conscientes de las consecuencias de su tarea profesional en la sociedad y en las personas, y de responder, por tanto, a los derechos y exigencias cívicos.

Esto implica considerar que la información es un bien social y no una mercancía.

**30. El que la información se transmita, a veces, como una mercancía, ¿pone en peligro la ética de la información?**

La información tiene que estar al servicio de las personas, es decir, de sus destinatarios. En este sentido, es un bien social que sirve a los intereses públicos y ciudadanos.

Obviamente esto no es contradictorio con la libertad de empresa y con el hecho de que los medios de comunicación participen en una economía de mercado. Sí es incompatible, en cambio, con el hecho –muchas veces denunciado por ciudadanos y profesionales– de que la información se pueda considerar sólo como mercancía y pierda así sus valores primigenios de mediación humana y social y vulnere los principios éticos que deben regir en materia de comunicación.

**31. ¿Cuál es el deber de *integridad del periodista*?**

Consiste en ser fiel a su misión social, cumplir con sus deberes éticos y no dejarse corromper por sobornos, privilegios profesionales o políticos.

La integridad profesional del periodista afecta a varias esferas de su actuación. Tiene que ver con la obligación del periodista de ser objetivo y honesto y, por tanto, de rechazar imposiciones contrarias a



sus convicciones, de respetar el secreto de sus fuentes, de poder participar en la toma de decisiones editoriales del medio en que trabaja, de su obligación de rechazar cualquier soborno o privilegio que obligue a distorsionar su deber de objetividad y, también, de rechazar copias y plagios en su propio trabajo.

**32. ¿Qué quiere decirse con *participación y acceso*?**

La participación y el acceso se refieren al hecho de que los ciudadanos puedan intervenir e influir en las tareas informativas de los medios. Esto significa que puedan ejercer el derecho a la rectificación de opiniones, a la réplica y al debate, en el propio medio, sobre cualquiera de las informaciones u opiniones suministradas por ese medio. Los periodistas y comunicadores tienen que proteger y promover ese derecho de los ciudadanos.

**33. ¿En qué consiste el derecho de *rectificación o réplica*?**

El derecho de rectificación es la facultad de todo ciudadano dentro de un régimen democrático a obtener la inmediata rectificación de cualquier información aparecida en un medio de comunicación que no sea veraz y le perjudique directamente. Esta rectificación tiene que aparecer en el propio medio, en la misma o parecida proporción (de tiempo o espacio) en que apareció previamente la información objeto de rectificación.

**34. ¿Cómo puede defenderse el *derecho al honor y a la propia imagen en materia de comunicación*?**

El derecho al honor y la imagen son consecuencias del reconocimiento de la dignidad de las personas y de su derecho a que su reputación sea debidamente respetada.



Existen cauces posibles para defender y reivindicar tales derechos. En primer lugar, mediante el ejercicio del derecho de rectificación y réplica ante las informaciones que puedan vulnerar la veracidad de la información emitida con respecto a la intimidad o vida privada. Pero esto no suele, en general, compensar el perjuicio y la molestia ocasionada. Por tanto, también es posible y conveniente en determinados casos recurrir a las instituciones de justicia con denuncias y reclamaciones, ya que éstas pueden obligar a la reparación moral o material de dicho daño a quien lo hubiese cometido.

**35. ¿Cuáles son los deberes del informador en relación con el respeto a la dignidad y a la intimidad?**

Las personas tienen derecho a ser respetadas en su honor, imagen, dignidad e intimidad. Esto excluye, pues, el insulto, la agresión verbal y cualquier elemento que suponga el desprecio o el descrédito de una persona.

Los periodistas podrán, pues, informar sobre los hechos, pero resaltando siempre el respeto debido a la dignidad de las personas sobre las que informan. No podrán pues, injuriar (es decir, agredir verbalmente o insultar) ni calumniar (acusar de delitos o faltas de los que las personas en cuestión no son responsables) en ningún momento.

Por otro lado, los individuos, incluso cuando ejerzan tareas públicas sobre las que el periodista tiene el deber de informar y los ciudadanos el derecho de recibir información, tienen la facultad de fijar los límites de su vida privada y personal y de protegerla de la injerencia de cualquier informador o medio de comunicación.

Sólo aquellas cuestiones que incidan claramente en la acción pública de las personas pueden ser objeto de información mediática.



**36. ¿Qué son la injuria y la calumnia en materia de comunicación?**

Injuriar es insultar o depreciar agresivamente a una persona faltando a su dignidad y dañando su honor y su imagen pública. La calumnia consiste en la imputación falsa –o no probada- de un delito a una persona. Tanto la calumnia como la injuria, además de constituir faltas gravísimas con respecto a la ética de la comunicación, se hallan penadas en las legislaciones democráticas.

**37. ¿Qué es interés público?**

Es el deber del periodista de respetar los valores de la comunidad, los intereses generales y a las instituciones democráticas de que esa comunidad se ha dotado.

**38. ¿Quién define el interés público?**

En una sociedad democrática nadie en particular puede definir el interés público. Éste se define mediante el ejercicio del debate público, de la argumentación y del funcionamiento adecuado del ordenamiento institucional en el cual las diferentes competencias para la identificación del interés público se hallan distribuidas convenientemente. En última instancia, en caso de litigio son los tribunales los que deben determinar el interés público.

En materia de comunicación, es la esfera pública, democrática y libre, en concurso con las instituciones, la que va definiendo el interés público.



**39. ¿Qué significa respetar los valores universales y la diversidad por parte de los periodistas?**

Consiste en el respeto obligado en materia de información y comunicación a los derechos humanos, tal y como se vienen reconociendo en las declaraciones universales de las Naciones Unidas y diversos organismos internacionales.

Esto significa el respeto a los valores de la paz, la convivencia, la cooperación y la lucha contra las diversas formas de opresión y violencia.

Significa también el respeto a las manifestaciones específicas de las diversas comunidades y culturas que conforman el patrimonio cultural de la humanidad.

**40. ¿Podemos hablar de valores universales y, a la vez, de respeto a la diversidad y a la identidad?**

Los valores universales son fruto del reconocimiento de la dignidad de la persona y forman parte del patrimonio universal de la humanidad en la medida en que son aceptados internacionalmente. Los valores universales son el substrato de una diversidad respetuosa con la dignidad y la identidad. Por tanto, son todos compatibles entre sí.

La auténtica diversidad e identidad y el reconocimiento de la dignidad de la persona necesitan de contextos democráticos, de cooperación y de paz. Los medios de comunicación tienen la función esencial de contribuir a la creación de esos contextos.



**41. ¿Cómo pueden los periodistas servir a la paz y oponerse a la violencia y la guerra?**

La información y la comunicación tienen que servir al entendimiento entre las personas y las comunidades. Esto implica la consideración básica de la información y la comunicación como *mediadoras y puentes*.

Por tanto, la comunicación, entendida como un bien social, tiene que promover la supresión de los conflictos violentos y sus raíces, es decir, debe ir en contra de cualquier forma de discriminación –ideológica, religiosa, sexual o racial, entre otros- y debe promover el respeto a los valores que potencian la paz y la cooperación, es decir, la igualdad, la justicia, la democracia, la dignidad de la persona y su integridad física y moral, la diversidad y la búsqueda de caminos de entendimiento y de confianza entre las gentes.

**42. ¿Qué se puede entender por nuevo orden de la información?**

El nuevo orden de la información es un ideal que se logrará cuando se respeten – a escala nacional e internacional- los valores de la democracia, la identidad cultural y la cooperación pacífica entre los pueblos, las comunidades y las personas.

Este orden se basa en una distribución equilibrada y justa de los recursos económicos y comunicativos.

**43. Además de los códigos de tipo periodístico, ¿existen otros códigos que expresen principios éticos sobre la comunicación?**

En general, buena parte de los diversos sectores que conforman los profesionales de los medios de comunicación se han dotado de códigos propios y específicos. Así, los publicistas, los profesionales de la televisión, etc.



**44. ¿Existen principios generales de ética relacionados con la publicidad?**

Existen y han sido recogidos en diversos códigos internacionales. La mayoría de ellos se ocupan de subrayar la importancia de que el público pueda distinguir la publicidad de otras informaciones, o de que se evite la publicidad engañosa o subliminal.

**45. ¿A qué se denomina publicidad engañosa?**

A la que no respeta la verdad sobre el producto o el objeto del anuncio. A la que intenta confundir o manipular la conciencia del receptor.

**46. ¿A qué se denomina publicidad subliminal?**

Es la que inserta en un anuncio determinados mensajes que no pueden ser captados o comprendidos conscientemente por el receptor y que, sin embargo, pueden influir en sus decisiones y en su conciencia.

**47. El que la publicidad sea subvencionada por el anunciante ¿pone en peligro la ética de la comunicación?**

Al ser pagada por el anunciante, los receptores deben partir de la idea de que la publicidad es un mensaje interesado comercialmente y no contrastado. Por tanto, los ciudadanos deberían poder distinguir claramente entre información periodística -que sí que tiene que respetar la obligación de la diversidad, el contraste y la veracidad- y la información publicitaria que tiene una finalidad básicamente comercial y persuasiva.



**48. ¿Cuáles son los deberes del publicista en relación con el derecho a la información de los ciudadanos?**

Ninguna práctica publicitaria puede oponerse al derecho de los ciudadanos a tener información veraz y contrastada.

**49. ¿Cómo pueden intervenir los tribunales de justicia en el ámbito de los derechos y deberes en materia de comunicación?**

Las diversas legislaciones democráticas establecen con claridad las materias y razones por las que los ciudadanos y entidades pueden acudir a los tribunales en demandas de justicia y reparación de daños.

En general, las legislaciones democráticas, con mayor o menor detalle se ocupan de velar por las grandes cuestiones relacionadas con los principios éticos de la comunicación.



## Regulación y autorregulación de los medios

### 50. ¿Qué se entiende por regulación de los medios?

Es el proceso por el cual se establecen leyes, normas y reglas que los medios de comunicación y los comunicadores deben cumplir en su tarea.

Generalmente, las constituciones y las leyes de los diversos estados establecen qué tipo de obligaciones afectan a los comunicadores. Estas normas deben estar de acuerdo con los derechos humanos, la democracia y los fundamentos éticos del periodismo y la comunicación.

### 51. ¿Qué es la autorregulación?

Con independencia de las normas legales que los comunicadores deben cumplir en cada país, en ocasiones, y con objeto de precisar y definir con claridad los principios que deben gobernar su ejercicio profesional, los comunicadores suelen dotarse de códigos de conducta que acatan libremente y de cuya vigilancia y cumplimiento se responsabilizan con sus propios medios. A esto se le denomina autorregulación.

### 52. ¿Qué es la co-regulación?

Existe co-regulación cuando los comunicadores o los medios cooperan con otros colectivos e instituciones y asumen conjuntamente determinadas normas de conducta ética, así como los mecanismos de supervisión y control del cumplimiento de tales normas.

La co-regulación es fruto de la cooperación en el proceso de la autorregulación.



**53. ¿Existen comités o instituciones encargadas de desarrollar la autorregulación de los periodistas?**

Muchas asociaciones profesionales de periodistas y comunicadores, en general, se han dotado a sí mismas de códigos de conducta éticos y de mecanismos de supervisión del cumplimiento de esos códigos. Son muchos los países y los organismos internacionales que durante el siglo XX y comienzo del XXI han puesto en marcha procesos de auto-regulación.

**54. ¿Cuáles son los principios básicos de los códigos de ética existentes aplicables a la tarea de los comunicadores?**

Muchos de ellos se inspiran en los principios básicos de la ética de comunicación tal y cómo ésta se ha ido manifestando en diversos documentos internacionales. En la práctica, la Declaración de la UNESCO de 1983 sobre la ética periodística ha servido de modelo de referencia. Pero lo mismo puede decirse de la resolución del Consejo de Europa sobre Ética y periodismo de 1993, como de otros códigos internacionales.

**55. ¿Cómo actúan las instituciones reguladoras de los medios de comunicación?**

Establecen normas y códigos de actuación y se encargan de hacerlos cumplir.

**56. ¿La actividad de las instituciones reguladoras puede poner en cuestión los derechos de libertad de expresión o de derecho a la información?**

No, su actividad sirve para proteger y promover esos derechos.



Para ello deben darse dos condiciones:

- Que los diversos derechos de la comunicación se recojan en las normas establecidas por tales instituciones.
- Que los procedimientos de supervisión y de control de esas normas sean escrupulosos y respetuosos con los derechos de todos.

**57. ¿Existen regulaciones específicas para los diferentes medios de comunicación: prensa, radio, cine, televisión, Internet, etc.?**

La especificidad de cada medio hace que haya diversidad de regulaciones y códigos. Pero desde un punto de vista de ética de la comunicación, los principios básicos de conducta son generales para cualquier comunicador y medio.

**58. ¿Existen diferencias en las obligaciones éticas de los medios públicos y privados?**

La propiedad de los medios de comunicación no altera en ninguna forma la relación entre la ética y sus principios y el ejercicio profesional. En este sentido, las obligaciones éticas de quienes trabajan en medios públicos y privados son las mismas.

**59. ¿Qué diferencia existe entre medios públicos y medios privados en materia de regulación y auto-regulación?**

No tiene por qué existir. Sin embargo, hay más tendencia a que los medios públicos estén sometidos a una vigilancia más estricta del cumplimiento de las normas éticas y que esta vigilancia se ejerza no sólo a través de colectivos profesionales sino de instituciones estatales o independientes.



Por su parte los medios privados tienden a aceptar con más facilidad mecanismos de auto-regulación que de regulación externa.

**60. ¿Cuál es la especificidad de los medios públicos en materia de ética y deontología profesional?**

En principio, los medios de propiedad pública o sostenidos con fondos públicos, al depender menos del mercado que los medios privados, pueden, de alguna manera, sustraerse con más facilidad a la tendencia, reconocibles en el mercado, de convertir la información en mercancía. Pero estos mismos medios públicos tienen más tendencia a poder ser influidos por los poderes políticos.

Lo que se dice de los medios públicos es también aplicable a los privados que no tienen afán de lucro y se hayan sostenidos económicamente mediante subvenciones o donaciones (públicas o privadas).

En cualquier caso, se da una especificidad real en materia de deontología profesional cuando los procedimientos de supervisión y control son transparentes y públicos.

**61. ¿Qué son los tribunales o consejos de ética profesional que pueden intervenir en la tarea del periodista?**

En algunas ocasiones las organizaciones profesionales encargan a un consejo o a un tribunal designado por ellas mismas la supervisión del cumplimiento de los códigos de autorregulación que han aceptado.

Estos consejos o tribunales suelen actuar cuando es denunciado por parte de alguno de sus asociados un abuso o una falta o cuando tienen conocimiento de un notorio incumplimiento de alguna norma. Suelen tener, en cualquier caso, una función moralizadora y pocas veces sancionadora.



**62. ¿Qué instituciones se encargan de la autorregulación de la actividad publicitaria?**

Dependiendo de algunas organizaciones profesionales existen en el mundo diversas instituciones y entidades que se encargan de la autorregulación. En general, hay una en cada país y, a la vez, existen organismos internacionales que cumplen una función similar.

**63. ¿Existen tribunales y consejos encargados de regular la tarea profesional de los publicistas?**

De la misma manera que sucede con los periodistas, los profesionales de la comunicación también han creado a escala local, regional, estatal o internacional entidades que, bajo la forma de consejos o tribunales, emiten veredictos y supervisan el cumplimiento del código ético de la profesión.

**64. ¿Cómo pueden intervenir los ciudadanos en los procesos de regulación y autorregulación de la comunicación?**

En los sistemas democráticos, y del modo que las leyes establecen, los ciudadanos, mediante el debate público y el voto, participan, directa o indirectamente en la conformación de las leyes que rigen en la comunicación.

Por lo que se refiere a la autorregulación y, especialmente, en los procesos de co-regulación, los ciudadanos, a través de organizaciones cívicas y colectivos pueden participar en el establecimiento de normas de conducta relacionadas con la comunicación, así como en los mecanismos que vigilan su cumplimiento.



**65. ¿Existen instituciones encargadas de proteger o velar por los derechos de los ciudadanos ante la comunicación?**

Dependiendo de la regulación legal en cada estado, los ciudadanos pueden disponer de diversas instituciones y entidades que se encargan de velar por los derechos y principios éticos que deben regir en materia de comunicación. Así es frecuente que algunos países creen consejos que, además de regular o supervisar la tarea pública de los medios, admiten la participación y la intervención de los ciudadanos, acogiendo sus demandas o quejas y haciéndolas llegar del modo más adecuado a los medios de comunicación.

**66. ¿Cómo actúan las instituciones encargadas de proteger los derechos de los ciudadanos ante los medios?**

Creando procedimientos y mecanismos que estudian y analizan la actuación de los medios y el cumplimiento de sus obligaciones. Estos estudios tienen que ver, a veces, con las condiciones de concesión del derecho a emitir que concede el estado, y, a veces, con el análisis de los contenidos que emiten, intentando, mediante estos procedimientos, preservar el derecho de los ciudadanos.

**67. ¿Qué es el *Ombudsman* en un medio de comunicación?**

El *ombudsman* es una figura que se crea en algunos medios de comunicación con el objeto de defender y responder a los derechos y exigencias de los receptores de ese medio. Su función es atender las reclamaciones y quejas de los receptores y darles satisfacción.



**68. ¿Cómo actúa un *ombudsman*?**

Recoge las reclamaciones, quejas o sugerencias de los receptores y, después de considerar su razón y legitimidad, las transmite a los profesionales y responsables del medio para que encuentren una respuesta o satisfacción adecuada. En otras ocasiones, responde públicamente a los receptores a través de un espacio específico en el propio medio.

De este modo, a la vez que ofrece publicidad y satisfacción a la demanda del receptor, actúa de modo analítico y pedagógico en relación a los propios profesionales del medio y con relación al público del propio medio.

**69. ¿Cuáles son los poderes efectivos de un *ombudsman* en un medio?**

Dependen de la normativa o acuerdo que instituye su figura en el propio medio. Por lo general, tiene la facultad de dirigirse y trasladar cuestiones a la dirección del medio y a sus profesionales, y exigir respuestas concretas.

Dispone, también, libremente, de un espacio de comunicación con los receptores en el propio medio. Y, finalmente, puede, por lo general instar a la mejora de algunas de las tareas y procesos del medio de comunicación.

**70. Existen principios internacionales que regulen la actividad de los *ombudsman*?**

No exactamente. Sin embargo hay asociaciones que integran internacionalmente a los diversos *ombudsman* y que establecen documentos y principios que tienden a generalizarse. Sin embargo, estos principios no son normativos.



**71. ¿Qué relación tiene la tarea de los ombudsman con la educación en medios?**

Los ombudsman, en cierto sentido, realizan una tarea pedagógica y educativa. Al tratar sobre los principios y conductas de los medios y sus profesionales, realizan labores de análisis y de explicación que favorecen una mejor comprensión –tanto por parte de los mismos profesionales como de los ciudadanos en general sobre materias claves de la comunicación. Así, sus espacios en los medios suelen ser un buen punto de referencia para quienes se interesan por la educación en medios.

**72. ¿En qué principios éticos se fundamenta la actividad de los ombudsman?**

La base esencial que explica la figura del ombudsman es el derecho que los ciudadanos tienen a participar y acceder a los medios de comunicación. Es también el derecho que se debe a la información sobre los propios medios.

**73. ¿Existen asociaciones y colectivos que defiendan los intereses de los ciudadanos en relación con los medios de comunicación?**

Sí, existen en todo el mundo y algunas tienen una importancia considerable. Son, en general, o bien asociaciones de consumidores que disponen de una división encargada de la relación con los medios, o bien entidades que agrupan a ciudadanos específicamente interesados por los problemas que se relacionan con la comunicación. Suelen entonces concentrar su interés temáticamente. Se ocupan, por ejemplo, de violencia y medios de comunicación, niños y medios, el derecho de las mujeres y los medios, los derechos de los telespectadores, etc.



**74. ¿Cómo actúan las asociaciones que se ocupan de los derechos de los ciudadanos en materia de comunicación?**

Establecen y proclaman principios que recogen sus derechos y reivindicaciones. Estudian y analizan, mediante investigaciones precisas, si estos derechos se cumplen en la esfera mediática o no. En consecuencia, establecen diagnósticos y en caso de que consideren vulnerados sus derechos proceden a denunciar estas vulneraciones del modo que entienden más adecuado. También realizan campañas de concienciación ciudadana sobre sus problemas y los trasladan, siempre que pueden a los medios y a los profesionales de los mismos.

Por supuesto estas asociaciones tienen como primera misión agrupar a los ciudadanos interesados por la comunicación, o por sus problemas específicos, y establecer relaciones de cooperación con los medios de comunicación y las autoridades de regulación.

**75. ¿Cuáles son las cuestiones principales que ocupan la actividad de las asociaciones defensoras de los ciudadanos en materia de comunicación?**

A escala internacional, se puede decir que son las siguientes cuestiones: los contenidos violentos y agresivamente sexuales de los medios de comunicación; la relación entre niños y medios de comunicación; la defensa ante los abusos publicitarios y comerciales de los medios de comunicación; la relación entre educación y medios; la lucha contra los estereotipos y la discriminación basada en la opresión sexual, el racismo, los abusos de las mayorías contra las minorías; los derechos específicos de ciertos colectivos y minorías; la defensa del equilibrio comunicativo entre países y regiones del mundo; el acceso a los nuevos medios de comunicación; la difusión de la alfabetización mediática y digital; los problemas relacionados



con los excesos del consumo de medios y algunos hábitos no saludables de conducta que a veces degeneran en enfermedades como la anorexia o la obesidad; el interés de algunas comunidades o grupos específicos en relación con los medios (asociaciones religiosas, de índole cultural o ideológico); etc.

**76. ¿Qué instituciones se ocupan de los derechos de los niños en materia de comunicación?**

UNICEF como agencia especializada en los derechos del niño se encarga específicamente del cuidado debido a la infancia en materia de comunicación.

La UNESCO, por su parte, como agencia encargada de la Cultura y la educación, se ocupa específicamente de las cuestiones que, dentro de estos campos se relacionan con los medios y los derechos del niño.

Existen además, numerosos organismos gubernamentales y no gubernamentales que se encargan de la cuestión.

**77. ¿Cómo actúan las asociaciones que defienden los derechos de los niños en materia de comunicación?**

Procurando promover una conciencia crítica y participativa en la protección de los derechos del niño en materia de comunicación. Esto significa el recurso a tareas de establecimiento de principios, recomendaciones y códigos de conducta, la difusión de tales principios, la promoción de acuerdos y formas de cooperación entre instituciones interesadas en la materia, y la búsqueda de acciones eficaces que coordinen la actuación de gobiernos y entidades cívicas en la materia.



**78. ¿Cómo pueden intervenir los tribunales de justicia en el ámbito de los derechos y deberes en materia de comunicación?**

Las diversas legislaciones democráticas establecen con claridad las materias y razones por las que los ciudadanos y entidades pueden acudir a los tribunales en demandas de justicia y reparación de daños.

En general, las legislaciones democráticas, con mayor o menor detalle, se ocupan de velar por las grandes cuestiones relacionadas con los principios éticos de la comunicación.

**79. ¿Qué es la censura en materia de comunicación? ¿Qué derechos conculca la censura?**

Constituye una conculcación del principio de derecho a la información y de libertad de expresión. Es el poder arbitrario ejercido por los poderes públicos que limita la capacidad de los ciudadanos y los medios de dar a conocer sus propias informaciones, juicios y opiniones.

La censura es causa y consecuencia de la existencia de regímenes no democráticos y constituye una vulneración flagrante de los derechos relativos a la comunicación y de los principios éticos que deben presidir su ejercicio.

**80. ¿Cómo puede la sociedad defenderse de la censura?**

Potenciando la democratización de los estados y sosteniendo instituciones públicas y cívicas que defiendan los principios éticos de la comunicación y los derechos que de ellos se derivan.



**81. ¿Cuáles son las diferencias esenciales entre regulación, autorregulación, co-regulación y censura?**

La censura y la regulación democrática (así como la autorregulación) de la comunicación parten de principios diferentes y se oponen en sus finalidades y procedimientos.

La censura procura el totalitarismo y es un vehículo de la opresión, conculca los derechos básicos de las personas y corrompe la ética comunicativa.

La regulación y autorregulación, por el contrario, tienen la misión básica de preservar la democracia en lo que se refiere a la comunicación. Por otro lado, sus procedimientos responden a las condiciones de acceso y participación exigibles en un régimen democrático.

**82. ¿Cuál debe ser el papel de los poderes públicos en materia de derechos y deberes de comunicación?**

Deben protegerlos, preservarlos, disponer los mecanismos necesarios para que los ciudadanos puedan ejercerlos íntegramente. Al mismo tiempo, tienen que procurar potenciar y promover el derecho a la información que, con relación a la acción de gobierno, tienen los ciudadanos. Finalmente, deben estimular políticas orientadas a consolidar los principios éticos de la comunicación en la esfera de sus competencias.

**83. ¿Existen instituciones encargadas de velar por el desarrollo de los medios públicos? ¿Cuál es su función?**

En diversos países y, dependiendo de su legislación, sí existen consejos o instituciones que se ocupan de que los medios públicos



cumplan la función que el ordenamiento jurídico les tiene encomendada.

**84. ¿Cuál debe ser la relación existente entre las instituciones encargadas de los medios públicos y el conjunto de los ciudadanos?**

Estas instituciones tienen que velar, ante todo, por los derechos y la participación y acceso de los ciudadanos a la comunicación pública. De aquí que deban acoger sus demandas, críticas y denuncias, así como sus exigencias legítimas.





## Educación en Medios y ética de la comunicación

### 85. ¿Qué relación hay entre ética de la comunicación y educación en medios?

La educación en medios se propone contribuir a promover y formar ciudadanos libres, con autonomía de conciencia y capaces de participar activamente en la sociedad usando los medios de comunicación. Por esta razón, para adquirir una completa educación en medios es preciso conocer los principios éticos que deben regir la actuación de los comunicadores y los medios de comunicación, así como conocer los derechos y los deberes cívicos en relación con la comunicación.

De aquí la importancia que tiene la ética de la comunicación en la educación en medios.

### 86. ¿Qué papel puede jugar la educación en medios en relación con la ética y la deontología de la comunicación?

La educación en medios debe promover la ética de la comunicación y el conocimiento de los principios que deben orientar a comunicadores y ciudadanos.

### 87. ¿Cómo puede la Educación en Medios desarrollar la conciencia crítica ante los intereses y derechos de los ciudadanos en materia de comunicación?

Estimulando el conocimiento sistemático de los principios de ética comunicativa y confrontando estos principios con la realidad comunicativa práctica. Esto puede hacerse mediante el debate, la



crítica, el análisis de contenido, la participación y acceso en los medios, la cooperación entre educadores y comunicadores, etc.

**88. ¿Qué compromisos éticos se pueden exigir desde la Educación en Medios a los comunicadores?**

Los mismos que establece la propia ética comunicativa y se encuentran recogidos en los diversos códigos éticos. Pero, además, desde la Educación en Medios se puede demandar a los comunicadores que participen y cooperen en la educación en medios, bien a través de espacios y programas específicos, bien implicándose y colaborando en la tarea de educadores y formadores.

**89. ¿Cómo puede la Educación en Medios desarrollar la actividad de acceso y participación de los ciudadanos en materia de comunicación?**

Sobre todo concienciando sobre su necesidad y facilitando la capacitación que haga posible que ese acceso y participación sean adecuados y eficaces.

**90. ¿Cómo puede la Educación en Medios estimular la actividad de los ciudadanos en las asociaciones e instituciones relacionadas con la comunicación?**

Creando conciencia, informando sobre posibilidades prácticas y operativas y conectando a los diversos colectivos implicados en la comunicación.



**91. ¿Sería conveniente disponer de un currículum de Educación en Medios referido a la ética de la comunicación?**

La ética es una cuestión tan central en la comunicación y, a su vez, la comunicación un asunto tan decisivo para la ética, que la Educación en Medios no puede prescindir de la formación ética.

Esto significa que sí es siempre conveniente disponer de un planteamiento curricular en la educación formal en relación con la ética de la comunicación.

**92. ¿Qué modalidad de aplicación debería tener este currículum de ética referido dentro de la disciplina de Educación en Medios?**

No existe una sola respuesta. Cada contexto educativo es específico y su forma de abordar la educación en medios también lo es. De aquí que la presencia de la ética de la comunicación deba adaptarse a la especificidad de cada contexto.

Pero conviene subrayar un hecho, la ética de la educación puede presentarse como un apartado dentro de la Educación en Medios, pero también, extenderse a otras disciplinas. El valor de la veracidad, de la no manipulación del equilibrio entre emisor y receptor son cuestiones que no sólo son aplicables a los medios de comunicación, sino a muchas otras realidades: la comunicación interpersonal, la comunicación científica, el debate público, la política, etc.

Por otro lado, cuestiones más específicamente relacionadas con el contexto mediático deberán ser objeto de un tratamiento preciso dentro del espacio curricular de la Educación en Medios.



**93. ¿Qué objetivos debería plantearse un currículum de Educación en Medios en relación con la ética comunicativa?**

Entre otros, los siguientes:

- Reconocer y tomar conciencia de los principios éticos que deben regir cualquier relación comunicativa.
- Adquirir la capacidad de solucionar problemas éticos de comunicación y tomar decisiones ante determinados dilemas que puedan plantearse.
- Fomentar la capacidad de comparar la realidad cotidiana de la comunicación con los ideales y principios éticos que deben inspirarla.
- Estimular la participación activa y solidaria en la mejora de la esfera mediática y de la esfera pública de una sociedad.

**94. ¿Qué actividades pueden desarrollarse dentro de la Educación en Medios con relación a las actividades del ombudsman?**

Fomentar el simple hábito de leer lo que el ombudsman de un diario publica, sus razonamientos y explicaciones supone ya una actividad interesante de cara a la educación en medios.

Es posible, también, incentivar el contacto con el ombudsman de un diario o de una cadena de televisión, planteándole interrogantes, dudas y problemas. Se fomentará, así, la actividad participativa en los medios.

Finalmente, es posible, también, si se dispone en el contexto educativo de que se trate de medios de comunicación (en una escuela, por ejemplo, un diario escolar) constituir la figura del ombudsman con objeto de poder conocer desde dentro su situación y funciones.



**95. ¿Qué actividades pueden desarrollarse dentro de la Educación en Medios en relación con las instituciones encargadas de proteger los derechos ciudadanos en materia de comunicación?**

El contacto asiduo con estas instituciones, la lectura de sus documentos (códigos, resoluciones, consultas, recomendaciones, etc.) constituyen un material muy valioso para la educación en medios.

Por otro lado, utilizar los servicios que muchas de estas instituciones ofrecen a los ciudadanos e instituciones (tales como el derecho de queja, la demanda de informes, la consulta de datos, etc.) es, también, una oportunidad formativa de mucho valor dentro de un currículum de educación en medios.

Finalmente, la participación en foros, plataformas, debates y ámbitos de consulta y discusión que estos organismos suelen ofrecer a los educadores es, también, una oportunidad a aprovechar.

**96. ¿Cómo puede relacionarse la Educación en Medios con la tarea de servicio que cumplen los medios públicos?**

En el caso de los medios públicos, donde ha de prevalecer el sentido de la comunicación entendida como servicio de interés general, la cuestión de la Educación en Medios no debería eludirse. De hecho, este tipo de medios tiene una responsabilidad clave en la mejora de la competencia comunicativa de los receptores, en el estímulo de su conciencia crítica y en la promoción de la participación.

De este modo, tal vez sea la Educación en Medios una de las tareas esenciales de la comunicación de servicio público.



**97. ¿Cómo puede aprovechar la Educación en Medios la existencia de códigos deontológicos profesionales?**

Éstos constituyen un material didáctico de primera mano. Recogen los principios que los estudiantes deben conocer y practicar; sirven, al mismo tiempo, de referencia a la hora de valorar y analizar el comportamiento de los medios y los comunicadores.

Finalmente, se pueden convertir en guía prácticas para la acción comunicativa y para la mejora de las habilidades de comunicación.

**98. ¿Cuáles son los derechos y deberes de los ciudadanos en relación con los medios que deben impulsarse desde la Educación en Medios?**

Son en primer lugar, los derechos que se reconocen y se admiten en lo que se denomina la ética general de la comunicación.

En segundo lugar, son los derechos específicos que forman parte de la ética profesional o deontología.

**99. ¿Qué responsabilidades de las autoridades en materia de comunicación pueden tratarse y clarificarse dentro de la Educación en Medios?**

Las funciones de regulación, de supervisión y aplicación de las normas que les corresponde. Además, pueden estudiarse con provecho sus informes sobre el contexto comunicativo, sus diagnósticos y resoluciones.



**100. ¿Qué papel puede desempeñar la Educación en Medios en materia de los derechos del niño ante la comunicación?**

En esta materia la educación en medios puede jugar un doble papel: por un lado, ir formando en los niños y jóvenes la conciencia de sus derechos y deberes en este campo; por otro, ofrecer a los adultos el conocimiento y las competencias necesarias para ejercer una auténtica protección sobre la infancia con el objetivo de asegurar los derechos que le corresponden.



Proyecto financiado por la Unión Europea, en la que han participado:

