



ÉTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Santiago Carpio Valdez
Arequipa, Abril 2016

CONCORTV



Comunicación

(concepto clásico)

- Proceso de transmisión de información y significado
- La comunicación se presenta solo cuando las partes entienden el mensaje.
- Mensaje liberado de emociones

**SOBREDIMENSIÓN
DEL MENSAJE**



Un nuevo concepto de Comunicación

Proceso de **interrelación** para informar, transmitir, influenciar, generar y/ o compartir mensajes con emociones, sensaciones y sentimientos.



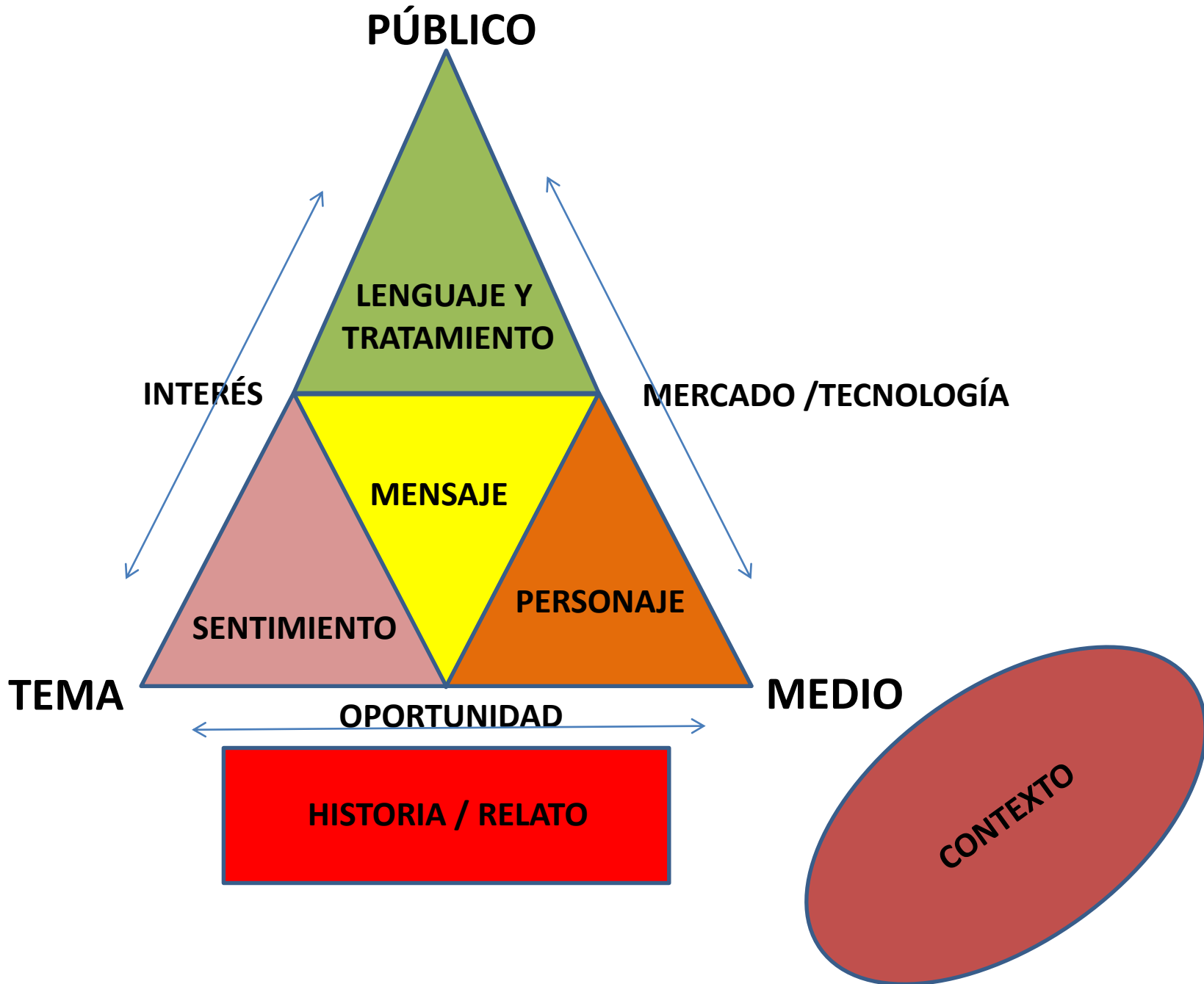
ÁRBOL DE LA COMUNICACIÓN





PROPÓSITO

FORMA



PÚBLICO(S)

- consumidor / receptor principal
- consumidores secundarios
- anunciantes
- medio (emisor)
- redes
- prensa
- opinión pública/ instituciones
- competencia
- autoridades
- gobierno



PÚBLICO(S)

- Antecedentes
- Características
- Tendencias
- Relación con temas similares
- Relación con medios
- Personajes referentes



TEMA



- Antecedentes y/o situación actual
- Teorías y tendencias
- Campañas, programas, audiovisuales que traten el mismo o temas similares

MEDIO

- Antecedentes
- Características y tendencias en la programación, el consumo.
- Medio o medios involucrados.
- Estrategia de medios utilizada como lanzamiento, soporte o posicionamiento en proyectos similares
- Estrategia de marketing



MEDIO(S)

- Medios complementarios
- Multimedia
- Plataforma multimedia
- Transmedia
- Crossmedia



MENSAJE

- Antecedentes
- Ideas fuerza
- Construcción del mensaje
- Contraste y validación




MERCADO

- Estrategia de medios utilizada como lanzamiento, soporte o posicionamiento en proyectos similares
- Estrategia de marketing
- Emisión
- Retroalimentación


A graphic element consisting of a thick red brushstroke arrow that curves around a grey, multi-segmented wheel-like diagram. The wheel has several segments and a central hub. The red arrow starts at the top right and curves counter-clockwise around the wheel.

ESTRATEGIA



...lo que vemos y oímos en los medios de comunicación, principalmente en la radio y televisión, está condicionado a dos factores: a la construcción y selección de imágenes por parte del emisor (medio de comunicación) y a la percepción de la persona que lo recibe (televidente o radioyente)

Ética



...objetividad y neutralidad no existen en la práctica, la función de los medios de comunicación debería ser la de escoger y utilizar las imágenes más allá de los criterios económicos o comerciales.


Ética



Niños incómodos exigen a candidatos - Mexico - YouTube.flv




¿En qué momento se jodió el Perú - YouTube.flv



...Toda imagen que aparece en un medio de comunicación está determinada por la decisión del periodista que grabó y de aquel que seleccionó las imágenes y textos que se difundirán. Esta intencionalidad del periodista y /o del medio (que puede ser consciente o inconsciente, intencional o no) es capaz de mostrar dos realidades totalmente distintas de un mismo acontecimiento.

Ética



Los medios de comunicación juegan un rol importante para orientar, informar y orientar la opinión en sus lectores, radioescuchas o televidentes, a través de sus programas y contenidos y en la variedad de sus géneros y formatos.

Ética



VAYA SEMANITA [Las relaciones entre profesores y alumnos hoy en día - YouTube.flv](#)

Los CÓDIGOS de ÉTICA, deben orientar el ejercicio profesional con libertad pero con responsabilidad, máxime si los medios se amparan en la autorregulación y en el uso del espectro radioeléctrico que es público.

Ética

Para que los profesionales puedan introducir en su actividad pautas morales y éticas, deben conocerlas y estar sensibilizados para aplicarlas.

Ética

Situaciones de falta de ética 1

- Omitir información
- Presentar la información con calificativos;
- Hacer énfasis solamente en un aspecto de la información;
- Establecer diferencias en los tiempos y espacios asignados para dar información de cada actor o personaje de los diferentes contextos políticos, sociales, culturales;

Ética

Situaciones de falta de ética 2

- Manipulación en el manejo de las imágenes (encuadres y planos, edición o sonido) para enaltecer o afectar la imagen, credibilidad o reputación de las personas.
- Manipulación en el manejo de las imágenes para afectar la orientación del contenido.
- Omitir los antecedentes suficientes para entender la noticia;

Ética

Situaciones de falta de ética 3

- Utilizar el medio de comunicación como tribuna para defensa o auto promoción sin buscar el equilibrio de la parte contraria.
- Inducir las respuestas durante las entrevistas
- Ofender a terceros;
- Aprovechar el espacio y el medio para la extorsión el chantaje, la mentira, la injuria, la difamación.

Ética

Situaciones de falta de ética 4

- Utilizar imágenes obscenas ,morbosas o de tipo sexual
- Alentar la violencia
- Mostrar imágenes de niños involucrados en hechos de violencia o que atenten contra su voluntad e integridad aún cuando cuenten con el consentimiento de sus padres.
- Horario de protección entre las 6 de la mañana y las 10 de la noche

Ética

Situaciones de falta de ética 5

- Qué me dice el sentido común?
- Qué debería hacer o dejar de hacer más allá de las normas legales?
- Dejaría que este programa lo vieran mis hijas solas en casa?

Ética

Situaciones de falta de ética 6

- Este programa formaría parte de la formación obligada de mis hijos o de otros niños?
- Las restricciones de horario son suficientes para narrar con libertad lo que estoy emitiendo?

Ética

Principios del código ética 1

- Defensa de la persona y respeto a su dignidad
- Libertad de expresión, pensamiento y opinión
- Respeto al pluralismo informativo, político, religioso, social y cultural
- Defensa del orden jurídico democrático, derechos humanos fundamentales y de las libertades consagradas en los tratados internacionales y en la constitución

Ética

Principios del código ética 2

- Libertad de información veraz e imparcial
- Fomento de la educación, cultura y moral de la nación.
- Protección y formación integral de los niños y adolescentes y respeto a la institución familiar.
- Promoción de los valores y la identidad nacional.

Ética

Principios del código ética 3

- Responsabilidad social de los medios
- Respeto al código de ética
- Respeto al honor, la buena reputación y la intimidad personal y familiar
- Derecho a la rectificación

Ética

El código ética debe contar con:

- Principios y finalidad del servicio
- Clasificación de programas
- Franjas horarias
- Producción nacional mínima
- Mecanismos para brindar información oportuna sobre los cambios en la programación
- Mecanismos para la solución de quejas
- Cláusula de conciencia

Ética

- “El adulto tiene una cultura, una ideología y una experiencia que respalda lo recibido en los medios; gracias a la información previa que ha recibido, una persona confronta las ideas que recibe con las que su propia experiencia le ha brindado. Pero, aquellos que no han llegado a la etapa de la adultez, no tienen una ideología bien definida y los valores se han asumido medianamente; por lo recibido mediante la radio y televisión cobra más fuerza.”

(Ferrés, 2000, *Educación en una cultura del espectáculo*)



CONCORTV

Arequipa, 14 de Abril 2014

Santiago Carpio Valdez

Bibliografía

- Cesar M. Santos Fajardo
<http://www.monografias.com/trabajos76/codigo-etica-comunicacion-consideraciones-formulacion/codigo-etica-comunicacion-consideraciones-formulacion2.shtml#ixzz45X0m8vPT>
- El árbol comunicacional de Santiago Carpio Valdez
- Regulación de la televisión. Un desafío en la era digital CNTV
- Los niños te ven y ¿qué ven? Rosa María Alfaro
- Autorregulación YA. Varios Calandria.
- CONCORTV www.concortv.gob.pe
- La mejor es la que no existe. José Perla Anaya