



RESPONSABILIDAD PROFESIONAL

ÉTICA Y VALORES
VISIÓN DESDE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Responsabilidad Profesional: Ética y Valores- Visión desde la Comunicación Social

174.907
A774r Arredondo Guevara, Sylvia
Responsabilidad Profesional: Ética y Valores- Visión desde la
Comunicación Social [recurso en línea] / Sylvia Arredondo Guevara,
Efraín Cavallini Acuña, Daniel Cavallini Espinoza, Beatriz Pérez
Sánchez, Antonio Pérez Gómez. – 1 ed. – San José, C.R. :
Progreso Editorial, 2021.
1 recurso en línea (211p.) : E-book ; pdf ; 89 MB.

ISBN: 978-9968-752-44-2

1. Ética Periodística. 2. Medios de Comunicación Sociales –
Aspectos Morales y Éticos. I. Cavallini Acuña, Efraín. II. Cavallini
Espinoza, Daniel. III. Pérez Sánchez, Beatriz. IV. Pérez Gómez,
Antonio. V. Título.

Levantado de texto y corrección final:

Tribunal de Honor y Ética-Colegio de Periodistas de Costa Rica
Ideario Costa Rica Bicentenario Dialogo Nacional-Universidad Nacional-Costa Rica

Portada con fines ilustrativos: freepik

Este libro se terminó de imprimir en el Programa de Publicaciones e Impresiones de la Universidad Nacional.

Primera edición
Progreso Editorial 2021
Cédula Jurídica EXPORDIDAC: 3-101–046262
Heredia-Costa Rica

Tribunal de Honor y Ética Colegio de Periodistas de Costa Rica
Catedra de Ética y Responsabilidad Social de la Comunicación Alberto Cañas
Universidad Nacional-Costa Rica
Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional - Declarado de interés público (Decreto N°40667)
2021 Año del Bicentenario
Escuela de Planificación y Promoción Social-EPPS-UNA

Queda prohibida la reproducción y almacenaje total o parcial de esta publicación por medio de alguno, ya sea impreso, electro, químico, mecánico, óptico, de grabación o fotocopia sin autorización previa de los autores, quien sobre la obra está protegido por vigente Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos .

C ontenido

- 7** / AGRADECIMIENTO
- 8** / PRÓLOGO
- 10** / PRESENTACIÓN
- 12** / REFLEXIÓN
- 14** / COMENTARIO
- 16** / INTRODUCCION
- 17** / **Capítulo I** Una aproximación hacia el concepto de ética y la comunicación
- 18** / **1.1** Ética y valores en contexto
- 22** / **1.2** Ética, comunicación y sociedad en la era global de la información
- 23** / **1.3** Formación necesaria para la práctica profesional
- 25** / **Capítulo II** Construcción amplia de un código de ética para comunicadores
- 29** / **2.1** Estrategia de construcción abierta y pluralista
- 30** / **Primera Fase:** (19 de octubre de 2010 al 24 de febrero de 2011)
- 32** / **Elaboración de Matriz (Metodología) Jornadas**
- 35** / **Segunda Fase:** (24 de febrero al 14 de abril de 2011)
- 38** / **Tercera Fase:** (5 de mayo al 16 de junio de 2011)
- 40** / **Cuarta Fase:** (16 de junio al 21 de junio de 2011)
- 42** / **Quinta Fase:** (22 de junio al 16 de agosto de 2011)
- 51** / **2.2** En la defensa del periodismo profesional

52 / 2.3 Integración, participación y diálogo

Voces para el análisis constructivo
y diálogo nacional

172 / 4.3 Mirada interdisciplinaria en

construcción

54 / Capítulo III Diálogo nacional para

la transformación del Estado: Ética y valores

176 / 4.4 Formación y profesionalización en

contexto hace la diferencia

63 / 3.1 Jornadas de reflexión: La construcción de una

agenda ética para la Costa Rica del bicentenario,
una visión desde la comunicación

181 / Capítulo V Una visión colectiva y

prospectiva para nuevos tiempos

76 / 3.2 Abordaje colaborativo e interdisciplinario.

187 / 5.1 Construcción de variables y escenarios

La práctica ética

80 / 3.3 Comunicación dialógica, transparente y

prospectiva

192 / 5.2 La transparencia como condición en la

gestión eficiente de la riqueza social

153 / 3.4 Una mirada a la prospectiva y gestión ética

del colegio de profesionales en comunicación
social

195 / 5.3 El fenómeno multidimensional y

complejo de la corrupción y las estrategias
para buscar las raíces y enfrentar el
impacto en el desarrollo de las naciones

157 / Capítulo IV Conceptualización,

contextualización y análisis

200 / Conclusión

159 / 4.1 Desde la óptica del publicista

202 / Decálogo

167 / 4.2 Desde el encuadre de lo audiovisual

209 / Referentes

Créditos

Consejo Editorial:

Oscar Aguilar Bulgarelli
Bresia Benel Yánez
Ana Cecilia Espinoza Cerdas
Gerardo Chavarría Vega

Responsabilidad Profesional: Ética y Valores
Visión desde la Comunicación Social

Autores:

M.Sc Sylvia Arredondo Guevara
M.Sc Efraín Cavallini Acuña
M.Sc Daniel Cavallini Espinoza
Dra. Beatriz Pérez Sánchez
M.Sc Antonio Pérez Gómez

Diseño, diagramación:

Karina Alpízar Mena
Rodrigo Valverde Naranjo

Fotografía:

Melissa Navarro Aguilar
Minor Solís Calderón
Eliécer Berrocal Sánchez

Una producción de:

Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica
Universidad Nacional
Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional
Escuela de Planificación y Promoción Social-EPPS-UNA

30 de mayo de 2021
Heredia – Costa Rica

*“Comienza a manifestarse la madurez,
cuando sentimos que nuestra
preocupación es mayor por los demás
que por nosotros mismos”.*

Albert Einstein

AGRADECIMIENTO



Me complace que podamos contar en nuestro Colegio de Periodistas y Profesionales en Comunicación, con información valiosa sobre el quehacer de la organización, que sirva de apoyo y referencia para una acción comunicativa asertiva, propositiva y ética de parte de quienes ejercen la disciplina de la comunicación.

Expreso la gratitud de parte de la Junta Directiva del Colegio de Periodistas de Costa Rica a los autores de este trabajo, quienes con gran esmero han tratado de unir las diversas piezas de este abanico sobre los puntos de vista de la responsabilidad periodística y de la comunicación social.

Esta recopilación y ensamble, que recoge muchas miradas y voces distintas, será un apoyo importante,

para entender los esfuerzos y preocupaciones del Colegio de Periodistas por una comunicación que respalde y promueva el respeto, la libertad de prensa, la libertad de expresión y los derechos humanos.

Nuestro reconocimiento al Tribunal de Honor y Ética de nuestro colegio, por su compromiso y esfuerzos para rescatar parte de la memoria del COLPER, en especial sobre temas de ética y valores.

De igual manera, dejar por sentado, que, gracias a la alianza del Tribunal de Honor y Ética con el Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional de la Universidad Nacional-UNA, La Escuela de Planificación y Promoción Social-EPPS-UNA y el Programa de Participación Ciudadana de la Asamblea Legislativa, fue posible indagar en lo hecho y organizarlo de tal manera, que sirva a una mejor comprensión de que la práctica ética en la comunicación es la ruta a seguir.

Este documento reviste gran importancia, porque recoge el trabajo de ciudadanas y ciudadanos preocupadas por una comunicación al servicio del desarrollo de Costa Rica.

Lic. Belisario Solano Solano
 Presidente
 Junta Directiva
 Colegio Periodistas de Costa Rica

PRÓLOGO



El Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional fue declarado de interés público mediante Decreto Ejecutivo No. 40667-MP por el Presidente de la República y el Ministro de la Presidencia de Costa Rica, para realizarse desde noviembre de 2017 hasta el año 2021. (Publicado en La Gaceta N.º 235 martes 12 de diciembre del 2017). Asimismo, fue declarado de interés institucional por el Consejo Universitario de la Universidad Nacional-UNA, según acuerdo: UNA-SCU-ACUE-2292-2017 del 1 de noviembre de 2017.

Dicho evento tiene como principal propósito la apertura a un diálogo nacional que promueva espacios de comunicación en los cuales se entrecrucen la comunidad científica, artística e intelectual. De igual forma, propiciar una iniciativa que contenga la intervención de distintos sectores de la población, actores políticos y la ciudadanía en general; en torno a los desafíos y retos de doscientos años de independencia.

La Universidad Nacional consciente de la necesidad e importancia del desarrollo del país, ha impulsado desde el 2017 a la fecha un proceso de consulta nacional en aras de construir el Ideario Costa Rica Bicentenario: Diálogo Nacional, el cual constituye una oportunidad para establecer espacios de diálogo, análisis y reflexión, tanto, conceptual como metodológica, entre la comunidad universitaria y los diferentes sectores populares, comunitarios, sociales, políticos, educativos, comunicativos y culturales del país.

En este contexto la Universidad Nacional convocó al Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas y al Programa de Participación Ciudadana de la Asamblea Legislativa, para hacerse cargo del Eje Transformación del Estado: Ética y Lucha Anticorrupción del Ideario, como reconocimiento a su constante trabajo, compromiso y liderazgo en materia de Ética, Transparencia, Valores Ciudadanos y Gobierno Abierto, dentro del marco del tema de Gobernabilidad, Transparencia, Rendición de Cuentas, Participación Ciudadana y Lucha contra la corrupción y Mujer y Política.

Nos hemos propuesto durante estos últimos cuatro años y de manera articulada llevar a cabo intercambios en el Eje: Transformación del Estado, como estrategia para elaborar trabajos conjuntos entre el Estado, los diversos sectores de la sociedad civil; destinados a impulsar una sociedad abierta capaz de reconocer

fundamentos esenciales de las formas de ser, de construir, de convivir, de comunicar, de dialogar, de organizarse, de producir, de crear; que ayude a fortalecer su filosofía y visión de mundo, y sobre estos cimientos, enrumbar su camino, ante los cambios ideológicos, económicos, socio culturales y tecnológicos, porque no es posible edificar en el vacío, menos aún aceptar y reinventarse como Nación, sin tener claridad de su historia y de aquellas fortalezas que la perciben como entidad política particular y única.

En el presente libro sobre “Responsabilidad Profesional: Ética y Valores, Visión desde la Comunicación Social”, recoge de manera pertinente y veraz, el resultado de los espacios reflexivos que nos han permitido construir, de manera participativa, posibles respuestas que la sociedad costarricense deberá ofrecer ante los grandes retos y desafíos que nos espera en un horizonte de dos a tres décadas, de ahí que este trabajo inter institucional e interdisciplinario que compartimos con ustedes, no solo es un recorrido por nuestra realidad, para identificar, conocer y comprender las necesidades, propuestas y planteamientos de los profesionales en comunicación social y de actores y sectores de la comunidad nacional, sino, que también intenta poner a pensar sobre la urgente necesidad de proponer una visión prospectiva de la ética y la responsabilidad social de la comunicación social, para ayudar a generar los cambios de rumbo que requiere el Estado y el Régimen Democrático Costarricense.

Dejamos huella en este texto, del compromiso de muchas personas para exponer, escuchar y recoger de diferentes voces, venidas de diversos sectores de la comunicación, comunidades, regiones, universidades, colegios profesionales y demás sectores, que advierten de la necesidad de una ética universal de la responsabilidad por el presente y el futuro de las personas y la ciudadanía.

Master Sylvia Arredondo Guevara
Coordinadora General
Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional
Universidad Nacional-Costa Rica

PRESENTACIÓN



Costa Rica cumple este año 200 años de independencia, por ello dos escenarios que debemos tener presente son: por un lado, la celebración del bicentenario de su independencia (1821-2021) y por otro, la oportunidad de aportar ideas, recomendaciones y propuestas para las décadas siguientes con visión prospectiva.

El campo de la comunicación social juega un papel central en la construcción de una sociedad abierta, democrática, transparente, participativa, donde la ética y los valores se constituyen en columnas para fortalecer la hegemonía del Estado de Derecho.

Es así como el Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica-COLPER, fiel a los principios establecidos en la Ley 4420, en calidad de Coordinador del Eje Transformación del Estado: “Ética y Lucha Anticorrupción”; del Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional (2018-2021) y convencidos de la necesidad de contribuir a la solución de importantes cambios, teniendo como guía la dimensión ética y moral, hemos compilado el presente documento con el propósito de repensar la ética de la comunicación en el marco de la convivencia responsable y democrática.

El Tribunal de Honor y Ética, consciente de su papel dentro de un Colegio de Profesionales en Comunicación, ha realizado esfuerzos por medio de alianzas estratégicas para incidir de manera positiva en el tema de la ética con el resto del tejido social, por ello, este escrito que ponemos a su disposición, más allá de una propuesta unilateral de los autores, busca abrir un diálogo plural con los insumos de los diversos contextos donde se ha debatido y reflexionado, sobre la responsabilidad social de la comunicación y el papel de los profesionales en comunicación.

Recogemos en el presente texto, los sentires, visiones, intereses, dilemas, aspiraciones, posiciones, recomendaciones y observaciones, de gran cantidad de personas, que han sentido la necesidad de aportar sus ideas, ideologías, filosofías y experiencias, para hacer de la comunicación social, un proceso participativo e interactivo esencial para la transformación, coexistencia humana, la formación y la construcción de ciudadanía.

Este esfuerzo de síntesis sobre diversas reflexiones llevadas a cabo entre 2011 y 2021, por personas comunicadoras, académicos, estudiantes universitarios, medios de comunicación, organizaciones de la sociedad civil y autoridades institucionales y universitarias, ha sido una reflexión abierta, que ha explorado múltiples escenarios, por consiguiente, de lo construido, andado y logrado, hemos pretendido recuperar el valioso material producido y ponerlo a disposición de las audiencias, para motivar las voces e invitar a dialogar abiertamente de temas que son de relevancia para el país.

Hoy Costa Rica demanda una urgente transformación en los valores esenciales, que son propios de una sociedad democrática, civilista, inclusiva, participativa, justa, libre y equitativa, en tiempos de cambio.

Por lo tanto, nuestras instituciones se han sumado a este Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional, para contribuir en la construcción de una sociedad dinámica, fuerte, y moralmente cimentada en valores universales, y en la práctica de valores ciudadanos históricos, que fortalezcan la participación responsable, demandante, capaz de aportar a la vida democrática, mediante el diálogo y el consenso en materia de transparencia y acceso de la información pública, la ética de la función pública, lucha contra la corrupción, participación ciudadana y promoción de la innovación, utilizando las tecnologías de la información y comunicación.

La Cátedra de Ética y Responsabilidad Social de la Comunicación Alberto Cañas, creada por el Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica-COLPER, junto al Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional promovido por la Universidad Nacional, la Escuela de Planificación y Promoción Social-UNA y el Programa de Participación Ciudadana de la Asamblea Legislativa, buscan con el presente texto: “Responsabilidad Profesional: Ética y Valores, Visión desde la Comunicación Social”, motivar a la discusión ciudadana de los asuntos de interés público y garantizar el ejercicio de la responsabilidad social, y la tutela de libertades fundamentales.

Master Efraín Cavallini Acuña
Presidente
Tribunal de Honor y Ética
Colegio de Periodistas de Costa Rica

REFLEXIÓN



A partir del año 2016 la Escuela de Planificación y Promoción Social de la Universidad Nacional-EPPS-UNA y el Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica-THE-COLPER, hemos gestado importantes actividades académicas, foros, charlas, conferencias y otro tipo de eventos con el objetivo, de conocer sobre la situación mediática de nuestro país, así como la ecología de los medios de comunicación y de la construcción de la opinión pública en Costa Rica.

Conscientes de su responsabilidad social, ambas instancias hemos facilitado un acercamiento para la generación de acuerdos que permitan ejecutar actividades con la participación de estudiantes y

académicos de la EPPS-UNA, así como de profesionales de las disciplinas de la comunicación, quienes han contribuido con el análisis de los efectos en la opinión pública, producto de los cambios tecnológicos, políticos y sociales, así como de las tendencias en el ámbito de los consumos informativos.

Dada la complejidad en la construcción de la agenda pública, los cambios en los consumos mediáticos, la incidencia de fenómenos socio culturales amplios y complejos, que plantean a su vez nuevas formas de producción y de intercambio del conocimiento, visiones de mundo confrontadas y a su vez complementarias, globalidad, regionalismo y localismo, la EPPS-UNA y el Tribunal de Honor y Ética-COLPER, abren canales de intercambio de conocimiento y de diálogo, que han permitido desde la academia y desde el Colegio de Periodistas y Profesionales en Comunicación-COLPER, ahondar en el contexto y las tendencias de la construcción de la agenda de los medios y las relaciones entre Estado, Medios y Sociedad Civil.

Tanto en los cursos de la carrera de Planificación Económica y Social como en la vinculación con diversos sectores y actores de la sociedad costarricense que ha participado en estos espacios, hemos reflexionado sobre la realidad de estos procesos a nivel internacional y sus manifestaciones en Costa Rica, generando un importante y oportuno intercambio de experiencias, teorías, metodologías y evidencia fáctica de las transformaciones de los consumos mediáticos y el relevo de los líderes de opinión, sobre todo en las poblaciones jóvenes.

Con la certeza de que todos los actores sociales debemos asumir los desafíos globales en el marco de las instituciones democráticas, tanto nuestra Unidad Académica como las y los integrantes del Tribunal de Honor y Ética, hemos trabajado juntos para que los jóvenes universitarios, los profesionales de la comunicación y la ciudadanía, reflexionen en el tema del mundo digital, la tecnología y la comunicación avanzada, así como su influencia en la sociedad actual.

En este sentido, las actividades académicas que venimos realizando de manera conjunta, nos han permitido dejar plasmado en este libro, algunas reflexiones sobre el papel de los profesionales en comunicación, así como los esfuerzos por ayudar a interpretar la realidad y evaluar de manera crítica y objetiva la información que se produce y se transmite en diferentes medios, asimismo promover procesos de planificación, articulando la visión macro y micro social, desde un abordaje multi e interdisciplinario y con un enfoque hacia el bien común.

En el marco del Bicentenario de nuestra independencia Patria; la investigación, producción y publicación del presente escrito, constituye un aporte oportuno para el fortalecimiento de vida democrática en el país. Por ello, es digno resaltar y felicitar la labor y compromiso de las y los autores, por compartir las diferentes formas de pensar, los conocimientos y experiencias de muchas personas de diversos sectores de la comunicación, instituciones, universidades, comunidades, regiones, países y demás sectores, que advierten de la necesidad de una ética universal de la responsabilidad por el presente y el futuro de las instituciones, organizaciones, personas y la ciudadanía.

Cordialmente

Master Ángel Ortega Ortega
Director
Escuela de Planificación y Promoción Social
Universidad Nacional-Costa Rica-EPPS-UNA

COMENTARIO



El trabajo de los periodistas y los comunicadores en la construcción de una Ética social, representa un pilar fundamental de la vida democrática costarricense. Por medio de investigaciones periodísticas y denuncias públicas sobre actos importantes de corrupción en el sector público y en el sector privado, los medios de comunicación colectivos costarricenses, cumplen una función vital para prevenir y castigar los actos de corrupción. Posiblemente, la mayor parte de los hechos más importantes de corrupción pública y privada que se han ventilado en nuestros Tribunales de Justicia, obedece a la acción fiscalizadora que han tenido los medios escritos, televisivos y radiales del país a los cuales hoy se suman los medios digitales que

la media convergencia ha posibilitado. De allí la importancia de fortalecer la existencia de una prensa objetiva, valiente y libre, que contribuya con la transparencia tanto pública, como privada; denunciando cualquier hecho de corrupción que afecte a la sociedad costarricense.

Sin embargo, la labor del Tribunal de Honor y Ética y del Colegio de Periodistas y Profesionales en Comunicación, esta también orientada a la responsabilidad de asumir una tarea preventiva en la lucha contra la corrupción, desarrollando y sosteniendo campañas de concienciación nacional, en cuanto a la práctica ciudadana de valores, como la honestidad, la responsabilidad, el trabajo, la disciplina, la iniciativa, el mejoramiento individual integral, la importancia de la conducta ética en el desempeño de las funciones públicas o en la empresa privada.

Ante crisis coyunturales o estructurales que vive el país, corresponde al Colegio asumir un protagonismo que junto a la sociedad promueve la acción de grupos sociales y económicos, que están cuestionando y exigiendo la Ética social a través de una estrategia de carácter colectivo.

Desde la perspectiva de la ética social, el Colegio hoy tiene un compromiso con el respeto de los derechos universales de sus semejantes, con la intención de construir una sociedad justa. En este marco es imprescindible la generación y consolidación de estructuras y marcos jurídicos que regulen el comportamiento de los ciudadanos de modo que se evite y corrija la injusticia y se salvaguarden los derechos de las personas. Para

que el ser humano responda a los desafíos que le plantea la situación actual es necesario que formule una ética que: facilite que las personas sean buenas y consideradas con sus semejantes; justas y equitativas en sus relaciones sociales, y cuidadosas y prudentes para contrarrestar los efectos colaterales de sus actuaciones. La acción participativa en los problemas sociales, forma parte inseparable y resulta imprescindible en el conocimiento y la interpretación de la realidad a través de la teoría científica y el desarrollo de la conciencia, que hace suyos y se rige por los principios de la ética moderna.

El Colegio de Periodistas y Profesionales en Comunicación y su Tribunal de Honor y Ética tienen una elevada responsabilidad en la definición de una posición activa ante los dilemas éticos; esto exige de mucha planificación, la aplicación de un enfoque complejo y la realización práctica del principio de la unidad de la acción cívico-política, social y ética.

En el marco del Bicentenario de la independencia de Costa Rica, el Colegio tiene la fuerza y la capacidad para desarrollar una Ética social, que implique despertar la participación de la ciudadanía en la lucha por una sociedad donde la rendición de cuentas, la transparencia y el acceso a la información dejarán de ser una aspiración para convertirse en realidades.

Master Juan Carlos Chavarría Herrera
Director Departamento de Participación Ciudadana
Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica

INTRODUCCIÓN

Entendemos en este documento la comunicación como un proceso de interacción social, democrática, basada en el intercambio de signos en los cuales los individuos comparten experiencias bajo condiciones libres e igualitarias de acceso, diálogo y participación.

El desarrollo de una acción humana comunicativa ha de tener como condición la ética y un amplio compromiso con los valores esenciales de las personas. Este compromiso se fundamenta, en un consenso mínimo de valores humanos, cívicos y profesionales de los profesionales en comunicación.

Comprendiendo así estas condiciones, se vuelve indispensable la labor basada en la ética y los valores de los profesionales en comunicación, quienes ejercen una acción colectiva, y que incide más allá, del ámbito profesional, para formar parte de una gestión más amplia, que afecta al conglomerado social.

Esta proyección de la comunicación busca contribuir a la transformación y fortalecimiento del régimen democrático de nuestra sociedad. Tal y como se menciona en el Código de Ética de las y los profesionales en comunicación de Costa Rica (2011): “Los profesionales en comunicación deben asumir su papel con toda responsabilidad, deben exigirse a sí mismos las mismas calidades éticas que exigen a las personas con quien tienen contacto para su desempeño” (p. 19).

Hemos recogido en el presente escrito, los puntos de vista; las aspiraciones, intereses, expectativas y prioridades planteadas sobre la responsabilidad profesional: la ética y los valores desde una visión de la comunicación social. También se aborda el papel que deben jugar los profesionales en el ámbito de la comunicación y, por consiguiente, el papel del Colegio de Periodistas de Costa Rica como entidad que agrupa a comunicadores sociales.

Este proceso de reflexión y búsqueda impulsado por la Cátedra de Ética y Responsabilidad Social de la Comunicación del Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica-THE-COLPER y potenciado como producto de la alianza con del Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Social que promueve la Universidad Nacional-UNA, no fue un camino rectilíneo ni unívoco, por el contrario, ha sido divergente, dialéctico, y en espiral. Como búsqueda, también conllevó a dilemas éticos, morales, prácticos. Esto no fue obstáculo para ensayar diversas metodologías de trabajo para lograr el consenso.

Este proceso que entregamos como producción, es la suma de voluntades, quehaceres y experiencias teóricas y empíricas del cómo debe ser el comportamiento práctico y ético, así como el carácter en términos de valores del profesional en comunicación, y por reflejo la acción ética de los medios de comunicación.

Capítulo I

Una aproximación hacia el concepto de ética y la comunicación

La función del profesional en comunicación, conlleva en sí misma una profunda reflexión acerca de la práctica ética. Por lo tanto, es conveniente preponderar algunas aproximaciones prácticas, y ontológicas sobre el fondo de la cuestión.

La palabra ética proviene del griego *éthos* que significa carácter o costumbre. Según Blackburn (2005) La ética es una de las ramas de la filosofía. Se centra en la moral y elabora análisis y teorías sobre la naturaleza, la función y el valor de los juicios morales.

La ética tiende a permitirnos hacer evaluaciones morales mejor pensadas, más críticas y más racionales del comportamiento ajeno, de la organización de la sociedad o de nuestras propias decisiones. Además, se apoya en un análisis racional de la conducta moral, tiende a cierta universalidad de conceptos y principios y, aunque admita diversidad de sistemas éticos, o maneras concretas de reflexionar sobre la moral, exige su fundamentación y admite su crítica, igual como han de fundamentarse y pueden criticarse las opiniones. La ética es a la moral lo que la teoría es a la práctica; la moral es un tipo de conducta, la ética es una reflexión filosófica (Diccionario de Filosofía Herder, 1998).

Entonces, existe una relación entre la moral y la ética. La moral procede del griego “*mos*”, que también significa costumbre, hábito, en el sentido de conjunto de normas o reglas adquiridas por medio del hábito. También, se entiende como leyes que el

hombre percibe como obligatorias en conciencia.

Por moral hay que entender el conjunto de normas o costumbres (*mores*) que rigen la conducta de una persona para que pueda considerarse buena. Las morales, puesto que forman parte de la vida humana concreta y tienen su fundamento en las costumbres, son muchas y variadas (la cristiana, la musulmana, la moral de los indios hopi, etc.) y se aceptan tal como son.

La “moral” designaría el conjunto de principios, normas, imperativos o ideas morales de una época o una sociedad, en tanto que la “moralidad” haría referencia al conjunto de relaciones efectivas o actos concretos que cobran un significado moral con respecto a la moral dada (Sánchez Vásquez, 1998, pág. 57).

También, existen varios tipos de ética. Para esta ocasión, la mirada se centra en la Ética comunicativa, entendida como una parte de la acción social, y, por tanto, un factor determinante en el proceso de socialización. Actualmente, esto es esencial para entender la relevancia que tienen los medios de comunicación de masas en la formación de “imágenes de mundo” de los sujetos. La dinámica comunicativa define la recepción y reproducción cultural, la integración social y el desarrollo de la personalidad y de la identidad personal (Garrido (2011-p. 18).

En la “acción comunicativa” Habermas analiza como la acción de los sujetos se constituye en propiedad de las estructuras de comunicación, mas no de los individuos por sí solos.

En esta idea reside la posterior crítica a la sociedad capitalista, en términos de las maneras en que somete y debilita la autonomía y la racionalidad del individuo, operando a través de la substitución de la racionalidad comunicativa por una racionalidad tecnológica, y finalmente, en la idea de la ética comunicativa como idea de base para consolidar la deliberación pública como una práctica política que oriente a la sociedad hacia una realización integrada (emancipadora).

Con la ética comunicativa se amplía el ámbito de la reflexión hacia una filosofía práctica, que tiene como objetivo una reflexión sobre la política, fundamentalmente sobre el modo de vida democrático, partiendo de la argumentación como punto de partida para la reflexión.

1.1 Ética y valores en contexto

Este es un mundo complejo, donde los entornos sociales, físicos, materiales y los encuentros “face to face”, han sido trastocados violentamente por cambios culturales de orden civilizatorio, no solo de carácter tecnológico, si no de orden social, de prácticas y comportamientos, que rozan la virtualidad total. Es decir, la intangibilidad de las interacciones entre personas y como consecuencia los consumos mediáticos, afectivos, emotivos, recreativos, informativos, educativos y mercantiles se realizan por medio de plataformas, a veces despersonalizadas y desmaterializadas las relaciones sociales. Frente a

Entonces, ¿para qué sirve la ética? La ética no pretende solo enseñarnos la diferencia entre el bien y el mal, también nos ayuda a pensar críticamente, sentir empatía por las emociones del otro, tomar buenas decisiones, reflexionar sobre nuestros actos y a respetar y convivir sanamente. Sirve para disponer y reflejar nuestra identidad, así como el tipo de persona que deseamos ser. Es testimonio de la clase de sociedad en la cual quisiéramos vivir, y puede contribuir a orientar el desarrollo de nuestras sociedades. Influyen sobre nuestras amistades y sobre nuestras antipatías. Guían la elección de nuestra manera de invertir tiempo, energía y recursos, y por ello, influyen sobre el tipo de vida que llevamos.

La ética, en el plano individual nos permite, en efecto, mayor conocimiento de nosotros mismos y, tal vez, nuestro mejoramiento. En el plano colectivo pueden ayudar a evitar que sobrevengan catástrofes sociales o que se mantengan instituciones injustas.

estas realidades en plural, se cumplen algunos de los preceptos pregonados por los posmodernos sobre la relatividad del ser y del conocer, sobre todo en la deslegitimación de los metarrelatos, el rechazo a la linealidad histórica, la legitimidad y linealidad de la ciencia y el retorno a la subjetividad y el triunfo de la diversidad.

Esta dualidad en cuanto a la aceptación de las formas de consciencia social dominantes, conlleva una profunda crisis de los valores modernos, en múltiples ámbitos, sobre todo en las ideas políticas,

y el orden filosófico existencial, dando espacio al quiebre de los códigos y de los valores humanos esenciales, que afectará no solo a los regímenes políticos, sino también, a los religiosos e incluso en las profesiones y la ética cotidiana.



Ante la incertidumbre de un mundo que se podía explicar antes en el paradigma de la modernidad renacentista, ciencia, filosofía, razón verdad, modernización, estado y desarrollo, hoy éstas ideas sucumben, bajo el peso y el desgaste de las acciones humanas de Occidente a Oriente, y los vacíos e intersticios de la acción comunitaria social, son ocupados por las más diversas filosofías existencialistas, sin que se dé un anclaje real de los grupos humanos, que sustituyan totalmente las necesidades emocionales, psíquicas y materiales de la sociedad. Así, en el mundo de la comunicación, el avatar social, el hombre-máquina, una especie de caja de pandora y recobra su versión de Dios, de la magia de una otredad lejana, imprecisa y sin compromisos.

El tejido comunitario físico materializado, y el espacio palpable han dado paso a un espacio ingrátido, y a una relación acuosa, que encubre y enmascara la relacionalidad humana fáctica. Claro, está en estos intercambios despacializados y desmaterializados, la responsabilidad personal de la conducta, también se desmaterializa, y solo podemos comprender

trazos de los relatos, in-comunicativos, donde la responsabilidad se disuelve.

Este desencanto por las verdades “universales”, conduce a un retorno a las pulsiones, fomentadas por falsos movimientos de liberación, que se esconden en fanatismos atávicos, como el racismo, la xenofobia, la misoginia, y otros movimientos extremistas de orden religioso e incluso laicos, que asumen todas las formas de comunicación, que se derivan de la red, y que hacen más caótica la comunicación social.

Cómo emprender una cruzada para reafirmar los valores humanos, en medio de un mundo desinformado, en el caos de la mega ionosfera, influenciadores, de comunicadores informales, de charlatanes, de ladinos adivinadores, de una burbuja informativa, que amenaza con estallar y avasallar el buen juicio, el criterio y la distinción comunicativa.

Si bien es cierto, que los medios de comunicación social, sobre todo los medios y la prensa llamados liberales, han contribuido a fortalecer las ideas sobre el desarrollo, el progreso, la ciencia, la tecnología, el mercado, el Estado y la ciudadanía, también es cierto, que la crisis general de estos paradigmas, ha transformado y revolucionado la comunicación social, No solo la personal, si no la comunitaria.

Así las redes, han conformado una especie de ecología mediática, paralela a las tradicionales formas de comunicar y de consumir información, para borrar las fronteras del productor y del consumidor, abandonando las especialidades y especificidad de la comunicación social, mediante empresas y sociedades. Esta deslegitimación de los productores de información, es mucho más compleja de lo que a simple vista llamó, Castells, la democratización de la red, refiriéndose a todas las formas de producción y consumo de medios digitales, basados en la Internet. El celo, demostrado por algunos sectores

de la sociedad, particularmente los profesionales en comunicación, los periodistas, así como partidos políticos y otros científicos sociales, está fundado, en el carácter libérrimo de las redes, y con mayor énfasis en los efectos de las noticias falsas y su impacto en las estructuras jurídicas, sociales y políticas de la Sociedad.

La comunicación es un factor, un eje, un ámbito relevante para cimentar y fortalecer la opinión pública, una esfera pública robusta facultada para la práctica de una democracia fuerte y una ciudadanía activa. Son precisamente estos forjadores de opinión quienes influyen la percepción sobre los valores y la realidad social, es decir contribuyen a la cultura como patrimonio vivo. Quienes la ejercen inciden de manera directa en la percepción y construcción de cultura. De ahí que, la ética debe ser un pilar en la formación de comunicadores, tanto a nivel pasivo (autodefinición, objetivo y visión) como a nivel activo (impacto que genera en la sociedad), además debe ser una labor responsable, tutelada y con plena libertad.

Como parte de este proceso de reflexión y construcción con visión prospectiva, es prioritario, repensar la agenda ética en lo cotidiano y en el ejercicio de la profesión de comunicador tomando en consideración la reconceptualización y el contexto del desarrollo global de la información.

Estos procesos de catarsis y auto-análisis, de deconstrucción y construcción nos permitieron cuestionar lo actuado y accionar hacia el futuro. Bajo estas premisas se socializaron las preocupaciones se generaron las necesidades y oportunidades y se construyeron espacios de discusión para dar paso a las iniciativas, apertura de ideas y respuestas posibles a los dilemas planteados.

Además del cambio paradigmático de la comunicación, convergen otros dilemas de carácter ético moral como el desencanto por los modelos políticos, problemas sociales, asociados a la conducción de la ciudadanía, como la corrupción, la impunidad, los desequilibrios sociales, los regímenes de privilegio y pérdida de valores, así como la decepción de los valores y prácticas democráticas.

La función del verdadero profesional en comunicación debe mantener un espíritu crítico,



analítico, abierto y participativo, una conducta ética incuestionable, una ética que no se queda en el juicio superficial o individual del profesional, sino, que da paso a una reflexión mediada por una jerarquía de valores morales que le sirven de guía para entablar un diálogo, brindar información de calidad y con sentido crítico, acerca de la situación del país en la actualidad y en el futuro cercano.

La responsabilidad como comunicadores nos obliga hoy más que nunca estar al tanto del contexto nacional, la expresión ciudadana, juventud presente y futuro, la corrupción, participación ciudadana y co-responsabilidad, cumplimiento de principios éticos de los ciudadanos y de las entidades públicas y privadas, medios de comunicación, cumplimiento de

principios éticos y formación de los comunicadores, libertad de expresión, libertad de prensa, entre otros.

El comunicador profesional, debe mantener una conducta ética siempre, y esta se fortalece en el ejercicio cotidiano, los valores de credibilidad, veracidad, objetividad y empatía son herramientas al servicio del bien común del periodismo de servicio.

¿Qué dilemas se le presentan al nuevo comunicador inmerso en los nuevos paradigmas tecnológicos y en las tendencias narrativas de la información?

El carácter de nuestra profesión se gesta con la interiorización de valores humanísticos fundamentales y el deber ser en la misión. Las noticias son la referencialidad del mundo real, y por lo tanto, nosotros somos los mediadores de ese acontecer, donde no cabe la frivolidad, la banalidad ni la indiferencia. Somos actores privilegiados en el mundo de la información. Por ello, estamos obligados a analizar, sintetizar, mediar, contrastar, y entregar la mejor versión de los hechos, acontecimientos, relatos y eventos. El mundo externo nos pertenece, y por esta razón debemos ser equilibrados, racionales

y muy buenos traductores de los eventos sociales.

Al ser ciudadanos y comunicadores cuando actuamos conformamos nuestro propio carácter. Hoy en día, la identidad y los valores han cambiado y esto se refleja en las noticias. De ahí, la importancia de desenmascarar las noticias falsas, y también dar seguimiento a los nuevos focos de información y a la calidad de los consumos que se hacen en las redes y plataformas, porque igual relevancia tiene el que escribe como los contenidos que circulan y que no solo compiten con la verdad y la verosimilitud de los hechos, si no que desmerecen el buen periodismo.

Por ello, reconocemos la ética y los valores desde la visión de la comunicación social, como una vía para continuar el proceso de consulta, el compromiso institucional de emprender un diálogo responsable con diferentes sectores de la sociedad, así como la disposición de atender en todos sus extremos las sugerencias y recomendaciones que garanticen el futuro en construcción de comunidad nacional e internacional.



1.2 Ética, comunicación y sociedad en la era global de la información

La convergencia tecnológica, de las dos últimas décadas, ha transformado violentamente los paradigmas de la comunicación social. Los antiguos esquemas de la información y de la comunicación, de tipo físico y analógico, son reemplazados por fenómenos socio culturales más amplios y complejos, que plantean a su vez nuevas formas de producción y de intercambio del conocimiento, estamos viviendo el paso de una producción material hacia una producción inmaterial: llamado hoy conocimiento como bien material de plus valor.

En el campo de la producción de la información y de la transmisión de ideas, por medios electrónicos y plataformas informáticas, se pasa de la unidireccionalidad de la transmisión a la interactividad, del tiempo real y físico a la instantaneidad y la virtualidad. De los medios puros a la hibridación de medios. De las empresas mediáticas a las corporaciones multimediáticas. De los formatos puros a la hibridación y migración de medios, tecnologías y formatos. De una realidad estable a la simultaneidad de realidades de la sociedad mediatizada. Se concreta la visión Maclujana de la Aldea Global, en sus propuestas extremas. Entonces, estamos viviendo la globalización y la globalidad. A su vez esto plantea visiones de mundo confrontadas y a su vez complementarias, globalidad, regionalismo, y localismo, así como movimientos culturales como el cosmopolitismo, particularmente etnicismo, diversidad y multiculturalismo.

Las sociedades políticas del Estado Nación dieron paso a las sociedades comerciales, (Zonas de Libre Comercio) donde el mercado regula las relaciones sociales fundamentales: el empleo, la renta, los

servicios, el intercambio de información y bienes, la competencia, las redes de datos, la determinación del valor mercantil, dinero, bienes y la corriente de opinión pública.

El mercado regula a su vez las prácticas de las profesiones liberales, y entre ellas están los marcos regulatorios de los medios informativos y de la comunicación:

- Apertura y Privatización y Desregulación
- Concentración
- Corporativismo
- Encabalgamiento
- Flexibilización
- Nuevos nichos de mercado
- Tránsito de profesionales en amplios espacios geográficos
- Plataformas y cambios en el campo laboral (Teletrabajo)
- La gestión empresarial como actividad privilegiada
- La competitividad como bien social, calidad total y la gestión estratégica
- La hiperespecialización de los mercados
- Integración de lo social como redes sociales- Sociedad en red



1.3 Formación necesaria para la práctica profesional

Las tendencias en el mundo empresarial y del trabajo presionan a los centros de educación superior y a los colegios profesionales a fomentar procesos de educación continua, permanente para la vida. Es decir que el ciclo del aprendizaje ya no está en función del desarrollo de habilidades técnicas o profesionales, según los ciclos etarios convencionales de la estructura escolar, sino que ésta formación, dada las innovaciones y rapidez del conocimiento, producto de la obsolescencia de los mismos, plantea de parte de empleadores, formadores, la necesidad de desarrollar nuevas estrategias de educación, que permitan a los profesionales actualizarse, capacitarse y desarrollar mayores competencias en el campo profesional, habilidades emocionales y de la gestión, ya no a partir de procesos formativos formales y rígidos, sino como programas de actualización permanente. En esta labor juegan un papel relevante los gremios y los colegios profesionales, por ello, corresponde a estos actores crear condiciones para el desarrollo de programas permanentes de formación.

Los cambios en las currícula es a su vez una acción proactiva de los colegios profesionales, de los agremiados, de los sistemas de acreditación de la educación superior, y por esta razón, hoy son frecuentes y pertinentes los institutos de profesionalización. El mercado no debe ser el único actor con voz para definir los perfiles profesionales. Por ello, consideramos que una responsabilidad social del Colegio de Periodistas de Costa Rica-COLPER, para asegurar un ejercicio apegado a su marco axiológico, es el de responder de manera oportuna y pertinente en el curriculum de los y las profesionales de los programas educativos,



los centros de formación, los planes de estudio, las competencias, habilidades, de la propuesta curricular, pero también, de los aspectos normativos y éticos de la práctica profesional.

Una formación continua y permanente, garantiza al profesional una sana competencia y ejercicio, brinda calidad a su profesión, eleva la autoestima, le abre oportunidades, le garantiza estabilidad y le proporciona prestigio social y estatus. A su vez estas condiciones, garantizan remuneraciones y beneficios adecuados. El orgullo de la profesión y la satisfacción a su vez permiten aumentar el protagonismo social, visibilizar y proyectar la función del comunicador como un agente social de cambio.

Un profesional del periodismo comprometido con una ética y con los valores para el desarrollo humano, al servicio de las mayorías, es garante de una comunicación que apuesta a contribuir con la ciudadanía y las comunidades donde se inserta, y desde esta trinchera también permite la promoción de la cultura, la producción de bienes culturales y la difusión del conocimiento mediante todos los medios de masas.

La diversidad de los productos mediáticos y culturales brinda oportunidades para el desarrollo de proyectos alternativos de comunicación diversos



y plurales, nacionales, regionales e incluso de alcance global. Cada uno de estos procesos garantiza que la uniformidad del pensamiento único se confronte con visiones diferentes de la realidad y de las comunidades. Esto brinda trabajo y permite modalidades diferentes de gestión, que al final represente una mayor democratización de las tecnologías de la información y de la comunicación, por consiguiente, una mayor armonización con la diversidad cultural mediática.

El Colegio de Periodistas de Costa Rica-COLPER ha acumulado 5 décadas de experiencia en el campo del periodismo, y de la comunicación, esta experiencia le ha llevado a integrar en su accionar nuevas áreas del conocimiento: como es la producción, la educación, la cultura, y el ejercicio pleno de las libertades públicas en el campo de la emisión del pensamiento, la circulación de ideas, la pluralidad, la diversidad, de la democratización y la profundización de las prácticas democráticas y participativas.

A lo largo de su historia hemos sido testigos de que esta organización encargada de agrupar a



profesionales en comunicación ha enmarcado su proyección social utilizando como marco referencial, las tendencias antes señaladas, para que, atendiendo a un papel más activo, y proyectado en el tiempo, pueda anticiparse a los diferentes cambios como una corporación de comunicadores profesionales, donde quede reflejado su carácter multidisciplinario. Es de esta manera, que el COLPER ha dado un paso importante al incorporar no solo a las y los Periodistas, sino, que encontró los mecanismos para integrar a los Relacionistas Públicos, Productores Audiovisuales, Publicistas y a Diseñadores de Imágenes, quienes aportan desde su especialidad, nuevas formas de escribir, relatar, inventar, retratar y narrar la realidad en plural. Cada lenguaje, técnica, proceso puede contribuir a recrear la realidad social y aportar desde ahí una función crítica de los grandes problemas de la sociedad posmoderna. Hay que tener en cuenta, como lo han expresado otros colegas, que: “Somos narradores de historias y cronistas del mundo social. Formamos parte de la historia dinámica, somos la generación de la imaginación, los mensajeros del futuro, los escribanos del presente. Somos la máquina hologramática, la visión virtualizada de lo social. Por eso somos una comunidad privilegiada, el comunicador es el juglar del Siglo XXI”. Y es que esto nos obliga como colectividad académica y profesional a promover las condiciones educativas,

sociales, económicas, técnicas, artísticas y legales necesarias para la evolución de las profesiones que lo integran y cooperar con las instituciones estatales y privadas en todo aquello que implique mejorar el desarrollo del país como un eje articulador.



Los colegios profesionales, tienen su propia misión y visión más allá de la función de agrupar a sus profesionales en procura de una inserción exitosa en la sociedad, es decir como gremio. Como actor aglutinador de individuos con pensamientos diversos, con competencias múltiples, con recursos y medios, debe proyectar su quehacer a toda la sociedad, esta es una función insoslayable de los colegios profesionales. Hay que darle solvencia a la entidad, y ésta se logra con mirada de futuro, anticipándose a los procesos, no viéndolos pasar.

Capítulo II

Construcción amplia de un código de ética para comunicadores

El Colegio de Periodistas de Costa Rica-COLPER en ejercicio de su obligación de regular desempeño profesional y la responsabilidad social de sus miembros: periodistas, publicistas, relacionistas públicos y productores audiovisuales, es consecuente con los enunciados expuestos en la ley de creación del COLPER (4420). En este sentido, esta entidad realiza esfuerzos gremiales y nacionales para que sus asociados se apropien de los principios sustantivos en que se fundamenta su normativa, fines y principios.

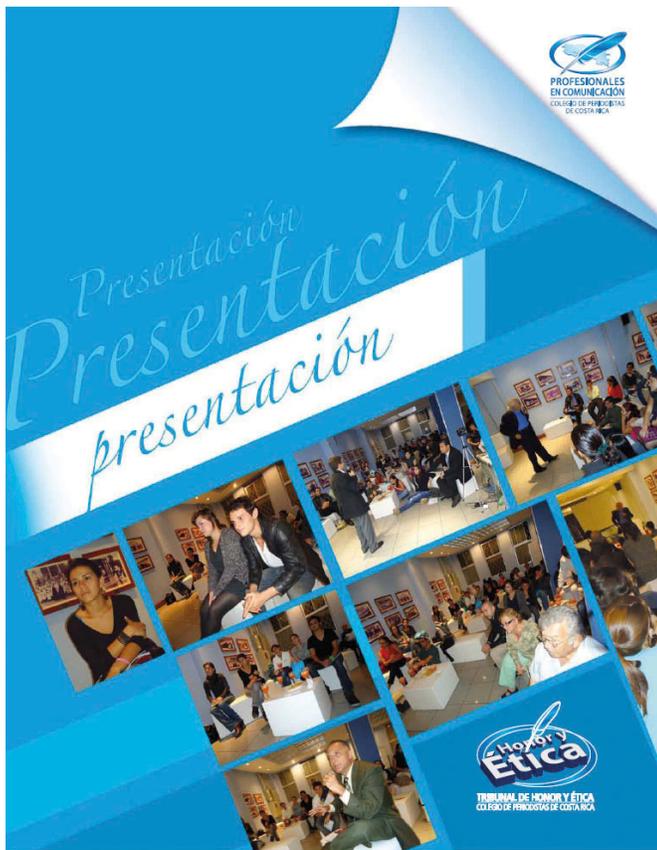
La Ley Orgánica de esta corporación profesional, entre otras, tiene la misión de: a) respaldar y promover las ciencias de la comunicación colectiva; c) apoyar, promover y estimular la cultura y toda actividad que tienda a la superación del pueblo de Costa Rica; f) mantener y estimular el espíritu de unión de los comunicadores profesionales; g) contribuir a perfeccionar el régimen republicano y democrático, defender la soberanía nacional y las instituciones de la nación; h) pronunciarse sobre asuntos públicos cuando así lo estime conveniente.

En apego a esta máxima que exige la ley, se hace necesario que cada una de las personas integrantes de la corporación interiorice y se apropie de los principios sustantivos en que se fundamenta su código de ética, el cual busca familiarizar a los profesionales de la comunicación social con los valores esenciales de honestidad, imparcialidad, independencia y respeto a los derechos de los otros, en un acuerdo voluntario y libremente adoptado que aspira a influir, marcar y dignificar la actuación de cada comunicador o comunicadora. Se trata sin duda de una nobilísima misión, que sólo se podrá cumplir en la medida de los atributos éticos y de idoneidad profesional.

A partir de estos principios el Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica, decidió trabajar en la construcción de un nuevo marco legal sobre la ética, los valores, los elementos de la práctica ciudadana, las libertades democráticas y las libertades fundamentales. De esta manera,

queremos referirnos en esta oportunidad a un gran esfuerzo en materia de ética realizado por el Colegio de Periodistas de Costa Rica (Ley 4420), quien después de 42 años de existencia, decidió renovar su código de ética y actualizarlo, en aras de abrir el espacio, tanto, a periodistas como las otras disciplinas de la comunicación social que forman parte de la institución.

Es meritorio referirse a este hecho, dado, que desde esa visión de diálogo y participación de la que hemos hablado antes, se propició un trabajo consensuado y abierto, para concluir con un resultado debidamente legitimado por los profesionales en comunicación y la sociedad civil.



INICIO AGENDA REDACCIÓN LIBROS INVESTIGACIÓN REVISTA DIRCOM LATINOAMERICA DIRCC

LOGIN Me gusta Tweet 3 COMPARTIR 3386 readers BY: FEDEURTEL

DIRCOM Para leer más artículos de la revista.

SÁCALO

ESCRITO POR Efraín Cavallini Acuña VIERNES, 23 DE SEPTIEMBRE DE 2011 21:35 PDF PRINT E-MAIL

Ética, Comunicación y Sociedad

Usar puntuación: ●●●●● / 1
Malo ●●●●● Buena Puntuar

4 tweets

400 personas, entre esComunicadores, estudiantes, universitarios y representantes de la sociedad civil que fueron parte de este esfuerzo colectivo.

retweet

El martes 16 de agosto del 2011 será recordado como un día histórico, en el cual de forma voluntaria, después de un largo proceso, los profesionales en comunicación acogieron el nuevo código de ética, documento que será enmarcado dentro del proceso de divulgación y convencimiento institucional para que los comunicadores reconozcan la responsabilidad de respetar los principios y los valores que fomenten el bienestar entre ellos mismos y para con la sociedad. Así introduce, el periódico Primera Plana del Colegio de Periodistas de Costa Rica, la aprobación por parte de la Asamblea General de este Colegio, del nuevo Código de Ética que rige a partir del mes de agosto del presente año.

Buzz

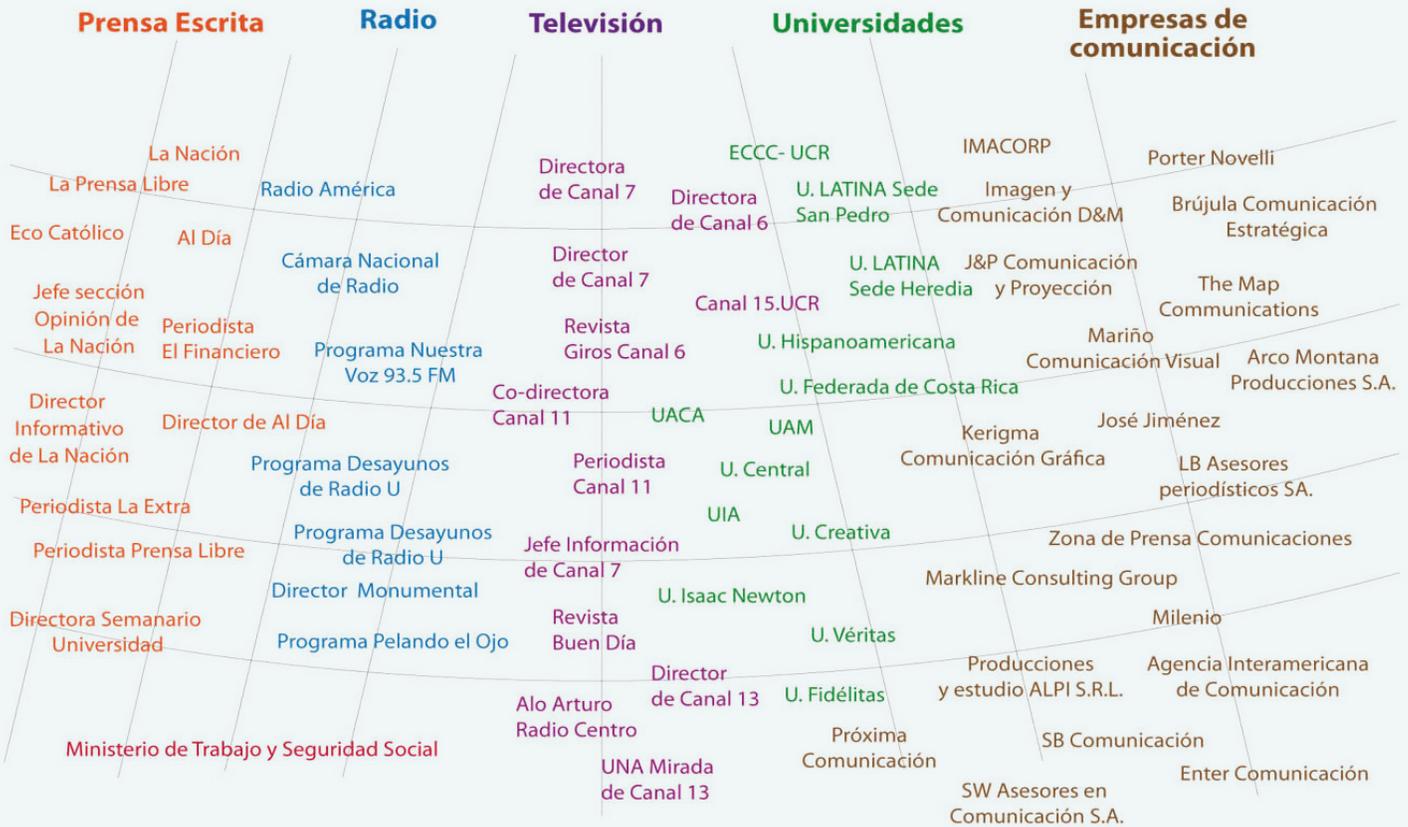
Este es un ejemplo de construcción colectiva, participativa, pluralista, transparente y democrática, que permitió constituir un decálogo para periodistas, **relacionistas públicos, publicistas** y productores audiovisuales incorporados en el Colegio de Periodistas de Costa Rica-COLPER.

El trabajo fue dirigido por el Tribunal de Honor y Ética por mandato de la Asamblea General del COLPER, quien delegó toda la responsabilidad y confianza a esta instancia, con el propósito de obtener un instrumento mejorado para los periodistas e incluir las otras ramas de la comunicación que no estaban incorporadas en el código anterior que fue creado con la fundación del Colegio hace 42 años.

Durante siete meses se puso en acción la voluntad colectiva, labor inédita en esta institución; por primera vez en el COLPER se propone una estrategia cuidadosamente diseñada, integral y participativa para la generación de un Código de Ética que abarque a las diversas disciplinas profesionales en comunicación, con ello, se expresa el compromiso con los principios éticos que orientará el estilo de trabajo de los colegiados en los años venideros.

En este sentido, el martes 16 de agosto del 2011 será recordado como un día histórico, en el cual, de forma voluntaria, después de un largo proceso, los profesionales en comunicación acogieron el nuevo código de ética, documento que será enmarcado dentro del proceso de divulgación y convencimiento institucional, para que los comunicadores reconozcan la responsabilidad de respetar los principios y los valores que fomenten el bienestar entre ellos mismos y para con la sociedad. Así introdujo, el periódico Primera Plana del Colegio de Periodistas de Costa Rica, la aprobación por parte de la Asamblea General de este Colegio, del nuevo Código de Ética que rige a partir del mes de agosto del 2011.

**Invitación a medios de comunicación y organizaciones
30 de abril de 2011**



CONSTRUCCION DE LA PROPUESTA DEL CÓDIGO DE ÉTICA -COLPER.

Este Código es un ejemplo de construcción colectiva, participativa, pluralista, transparente y democrática, que permitió constituir un decálogo para periodistas, relacionistas públicos, publicistas y productores audiovisuales incorporados en el Colegio de Periodistas-COLPER.

Todo el trabajo fue dirigido por el Tribunal de Honor y Ética por mandato de la Asamblea General, (Asamblea General Extraordinaria del Colegio de Periodistas, celebrada el 19 de octubre de 2010, (Nº 155-10), quien delegó toda la responsabilidad y confianza a esta instancia, con el propósito de obtener un instrumento mejorado para los periodistas e incluir las otras ramas de la comunicación que no estaban incorporadas en el código creado con la fundación del Colegio hacía más de 42 años.



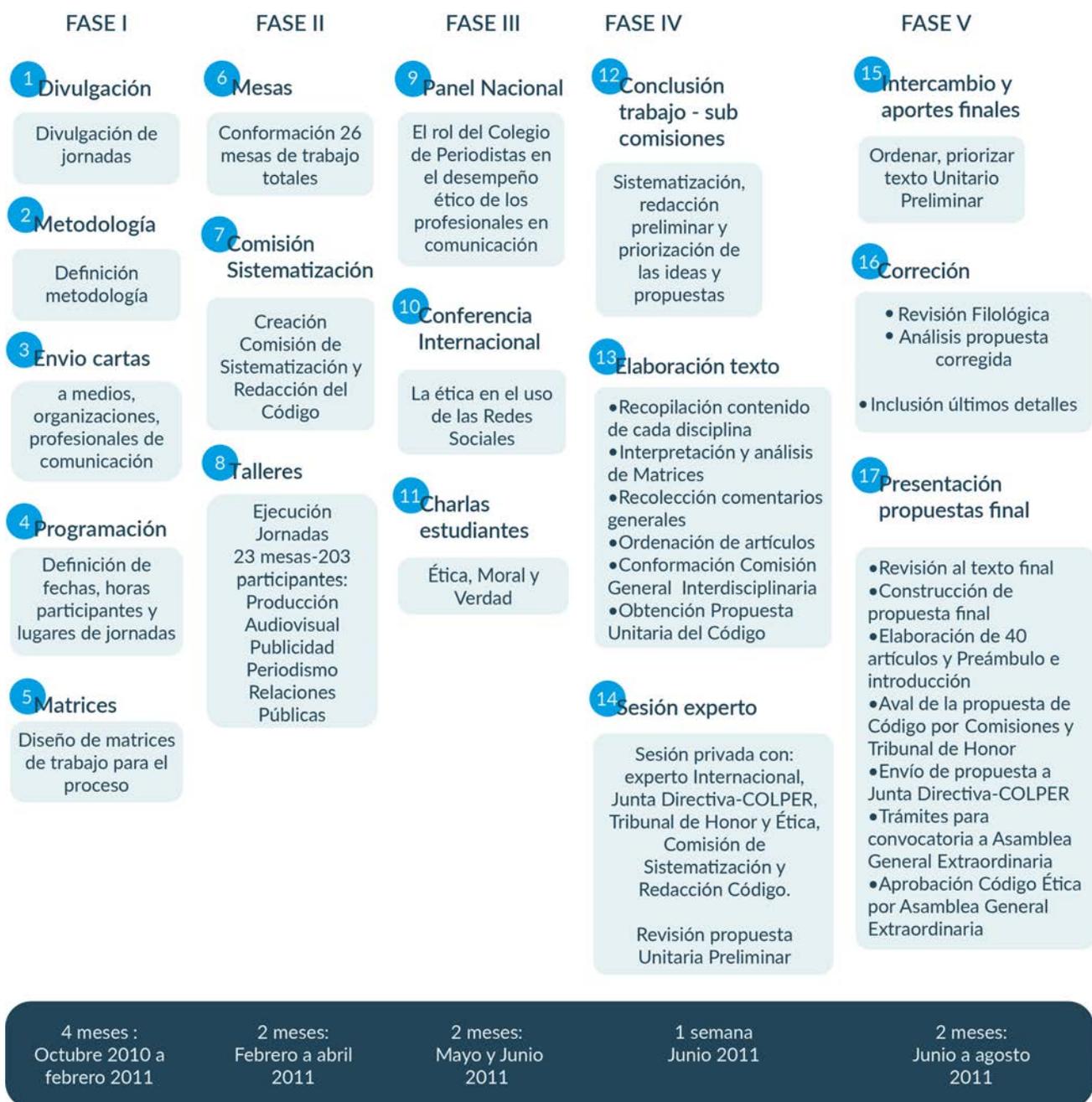
Entre el año 2010 y 2011 se abrió un proceso de diálogo con múltiples sectores de la sociedad para construir un nuevo código de ética. La metodología propuesta fue muy rizomática, abierta, plural, con ideas generadoras, que pudieran abarcar un abanico de opciones y pensamiento, de acuerdo con las visiones de los sectores de la sociedad civil y de los sectores institucionales. También se atendieron las tendencias de procesos convergentes en otras latitudes y en regímenes afines.

Durante diez meses se puso en acción la voluntad colectiva, labor inédita en esta institución, por primera vez en el COLPER se propone una estrategia cuidadosamente diseñada, integral y participativa para la generación de un código de ética, que abarque a las diversas disciplinas profesionales en comunicación, con ello, se expresa el compromiso con los principios éticos que orientará el estilo de trabajo de la persona colegiada en los años venideros.

2.1 Estrategia de construcción abierta y pluralista

La estrategia planteada para construir este Código de Ética, tuvo como punto de partida el establecimiento de cinco fases para el trabajo.

Fases del proceso de construcción del nuevo Código de Ética



Primera Fase:

(19 de octubre de 2010 al 24 de febrero de 2011)

En la primera fase, se llevó a cabo una amplia divulgación de las actividades a realizarse en diversos medios de comunicación, así como invitación a las diversas organizaciones de relaciones públicas, medios y empresas periodísticas, agencias de publicidad, universidades, productoras audiovisuales y demás instituciones. Se definieron criterios metodológicos para organizar la información, las recomendaciones y las conclusiones de los participantes en las actividades planificadas.

Acciones:

- Divulgación de mensajes en las redes sociales de Internet: Twitter, Facebook, así como en el correo masivo y en la WEB del COLPER.
- Envío de Mensajes SMS a los celulares de los colegiados.
- Diseño y envío de la invitación digital a los medios de comunicación (televisión, radio y prensa escrita, Internet), las organizaciones de relaciones públicas, las productoras audiovisuales, las agencias de publicidad y las universidades.
- Asistir a diversos espacios informativos para dar a conocer los alcances de este esfuerzo institucional.
- Envío de cartas a los directores de empresas de comunicación y de otras organizaciones instándolos a participar del proceso. Se adjuntó

la Matriz y se hizo llegar a 63 organizaciones en total.

- Elaboración de una matriz metodológica que permitiera sistematizar los aportes brindados en diversos momentos.



COLEGIO DE PERIODISTAS DE COSTA RICA
TRIBUNAL DE HONOR Y ÉTICA

Invitan a colegiados, profesionales
y estudiantes a la:

Jornada de Ética para Comunicadores “Julio Suñol Leal”



TEMA:

Análisis y enriquecimiento de la propuesta del
Código de Ética para Relaciones Públicas

Día: Jueves 14 de abril Hora: 8:30 a.m a 12:00 md.

Lugar: Colegio de Periodistas, Salón Multiuso Carlos Mora Jiménez, Sabana este

Confirmar su asistencia con Ghaudy Castillo al correo: comunicacion@colper.or.cr

Mayor información:
Carmen Fallas Aguilar, Tel: 22 33 58 50 ext.39
Correo electrónico: cfallas@colper.or.cr

Incluye:
- certificado de participación.
- refrigerio y almuerzo previa confirmación.

Otras jornadas:
Jueves 05 de mayo de 2011 – Panel Nacional – 6:00 p.m. a 9:00 p.m.
Miércoles 18 de mayo de 2011 – Conferencia Internacional – 6:00 p.m. 9:00 p.m.
Jueves 16 de junio de 2011 – Charla con estudiantes de Comunicación 6.00 p.m. a 9:00 p.m.



Heriberto Valverde Castro Muy bien colegas. Están en el camino correcto en un asunto muy delicado. Éxitos.

Hace 8 horas · Me gusta



PROPONEN RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO EJE TRANSVERSAL EN EL CÓDIGO DE ÉTICA DE RELACIONES PÚBLICAS

Juan José Arce Vargas
pplana@colper.or.cr



Ana Cecilia Espinoza, Vocal I de la Junta Directiva, dio las palabras de bienvenida, acompañada de Rigoberto Quirós Steller y Efraín Callim, miembros del Tribunal de Honor y Ética Foto Juan José Arce

La última Jornada de Ética para Comunicadores: Julio Suñol Leal concluyó este jueves 14 de abril con la discusión del documento guía de autoregulación para los profesionales en relaciones públicas, en el cual se propuso cambiar el lenguaje punitivo por el normativo y enfatizar en prácticas idóneas y principios de probidad como la protección de la información confidencial.

La Vocal I del Colegio de Periodistas, Ana Cecilia Espinoza, resaltó la importancia de la participación de los comunicadores y sus aportes en cada uno de los documentos de autoregulación de su ejercicio profesional, que pretenden derivar en acciones de compromisos personales de los comunicadores con la sociedad.

CONSTRUYEN NUEVO CÓDIGO DE ÉTICA PARA PUBLICISTAS

Juan José Arce Vargas
pplana@colper.or.cr



Estudiantes de Diseño Publicitario de la Universidad Fidelitas se registraron para participar en la Jornada de Publicidad.

La segunda Jornada de Ética para Comunicadores: Julio Suñol Leal se realizó este jueves 10 de marzo con la discusión del documento guía de regulación ética para los profesionales en publicidad.

El presidente del Colegio de Periodistas, Raúl Francisco Silesky, recalco ante más de 60 asistentes la figura del primer presidente de la institución Julio Suñol Leal (q.e.d.g.), dedicado póstumo de estas jornadas por una vida en defensa de los principios y valores éticos.

"Es bueno aclarar que el nuevo código de ética es un documento para personas no es para empresas, agencias o medios. Es una guía de todos los profesionales en comunicación que, por convencimiento, consideran importante la autoregulación como un compromiso con la sociedad. Estas jornadas son un esfuerzo para crear en un documento sencillo y claro, consensado, donde la excelencia y la unión de todo el sector de la comunicación nos permita distinguirmos y nos diferencien por nuestras normas éticas de comportamiento profesional"



Dr. Luis Fallas López, Director del Instituto de Investigaciones Filosóficas

"SI UNA PERSONA NO TRABAJA ÉTICAMENTE NO VALE COMO PROFESIONAL"

El Dr. Luis Fallas señaló "que una persona que no trabaja éticamente no vale como profesional, si no cree en eso, no cree en sí mismo", respondiendo a la pregunta de cómo catalogaba a los profesionales de trayectoria que adquieren prestigio en la sociedad sin respetar las consideraciones éticas idóneas.

Juan José Arce Vargas
pplana@colper.or.cr



Rigoberto Quirós Steller, presidente del Tribunal de Honor y Ética, manifestó que el esfuerzo de estas discusiones pretende ampliar el estudio de los códigos de ética en relaciones públicas, publicidad, periodismo y producción audiovisual que sus competencias esenciales del ejercicio profesional en los comunicadores.

El Dr. Luis Fallas López, Director del Instituto de Investigaciones Filosóficas de la Universidad de Costa Rica y moderador de la actividad, hizo parafraseando al poeta romano Séneca "Túlo Cicerón de que la vida de las personas está marcada por su honradez que incluye el decoro y la fama. Yo lo he visto en mi vida con seriedad."

La agremiación en el Colegio de Periodistas, es muy particular porque se realiza de forma voluntaria y quienes se agrupan lo hacen bajo sus propias reglas y estatutos, y es la deontología (otra palabra para decir ética) que se obliga a los colegas a comprometerse con ciertas normas; sus miembros tienen que

Primera plana website header with navigation menu and search bar.

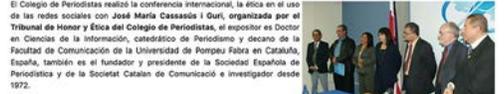
Inicio Curaduría Criterium Actualidad Contracara 60 Segundos Contorno Perfiles Trazos

Histórico

La ética profesional es lucha por causas justas

1 Viernes 20 de Mayo, 2011

LA ÉTICA PROFESIONAL ES LUCHA POR CAUSAS JUSTAS



Juan José Arce Vargas
pplana@colper.or.cr

Casasola estima que el periodista no puede ser parcial ni neutral cuando el público debe conocer los hechos y se debate entre la paz y la guerra, el hambre y la comida, la naturaleza y la destrucción, la violencia y la tolerancia, la enfermedad y la salud, el egoísmo y la solidaridad, "no puede ser neutral cuando está en juego los derechos humanos y la paz de las personas. El profesional tiene que luchar por los valores y las causas justas, ser generador de una cultura de solidaridad que busca la verdad".

El investigador propone la elaboración de una deontología de los valores integrada con la ética de la concientización que cambió la aplicación de una ética pasiva a una activa, motivadora y expansiva, la cual es por definición acción social.

El objetivo estratégico del periodismo es movilizar voluntades con base en una cultura de solidaridad y paz en las naciones, con base en instrumentos de autoregulación como los códigos generales deontológicos de la Confederación Nacional de Periodistas, la UNESCO, el Código Social Europeo, entre otros.

Resumen: Publicista: José María Casasola, Director del Instituto de Investigaciones Filosóficas de la Universidad de Costa Rica

Primera plana website header with navigation menu and search bar.

Inicio Curaduría Criterium Actualidad Contracara 60 Segundos Contorno Perfiles Trazos

Histórico

Estudiantes clausuran discusión de códigos de ética

1 Viernes 20 de Mayo, 2011

ESTUDIANTES CLAUSURAN DISCUSIÓN DE CÓDIGOS DE ÉTICA

Juan José Arce Vargas
pplana@colper.or.cr



Rigoberto Quirós Steller, presidente del Tribunal de Honor y Ética, agradeció a Dr. Álvaro Jiménez Portilla, Forastal José Arce Vargas, José Arce Vargas,

La discusión de los códigos de ética de los profesionales en comunicación, terminó con el espíritu inclusivo, pluralista y democrático, con la carta "moral, ética y verdad" con los estudiantes de comunicación que moderaron el Dr. Álvaro Jiménez Portilla, Ríos y Velasco y el Dr. Luis Fallas López, director del Instituto de Investigaciones Filosóficas de la UCR, entre jueves 16 de junio de 2011.

La Clausura los códigos están listos para ser entregados a la Junta Directiva del Colegio de Periodistas antes de que finalice el mes de junio para convocar a Asamblea General Extraordinaria para aprobarlos e incorporarlos en la Normativa de la institución.

En la charla también se hizo un mención homenaje a los integrantes la Comisión de Sistematización y Redacción de los Códigos: en Producción audiovisual Esteban Castro Valverde, Luis Fernando Villalobos Leiva y Gerardo Chavarría Vega, en Publicidad, Marta Aguilar Díaz, Claro González Valdés, en Periodismo, Carlos Longhi Carvajal, Rigoberto Quirós Steller, Gabriela Narro, Ana Cecilia Espinoza Cerdas y Juan José Arce Vargas; en Relaciones Públicas, Carlos Bejarano Chacón, Luis Eduarte Sanz, Beatriz Pérez Sánchez y Efraín Cavallari Acuña. Asimismo, se reconoció a la filóloga y periodista, Mariel Delgado Rojas quien revisó la redacción de los códigos.

Ana Cecilia Espinoza, Vocal de la Junta Directiva y Rigoberto Quirós Steller, presidente del Tribunal de Honor y Ética, reaccionar el intenso proceso de consulta de los códigos que se comparó con los directores de medios, oficinas y agencias de comunicación y las autoridades de gobierno, siendo la Ministra de Trabajo la única en dar respuesta del envío del documento.

Primera plana website header with navigation menu and search bar.

Inicio Curaduría Criterium Actualidad Contracara 60 Segundos Contorno Perfiles Trazos

Histórico

Exitosamente inician jornadas para nuevo código de ética

1 Viernes 20 de Febrero, 2011

EXITOSAMENTE INICIAN JORNADAS PARA NUEVO CÓDIGO DE ÉTICA

Juan José Arce Vargas
pplana@colper.or.cr



Juan José Arce Vargas
pplana@colper.or.cr

La primera Jornada de Ética para Comunicadores: Julio Suñol Leal inició este jueves 24 de febrero con la discusión del documento guía de autoregulación ética para los profesionales en producción audiovisual.

Los Códigos de ética han sido parte de la esencia histórica institucional desde la creación del Colegio. Los fundadores impulsaron primero la creación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica para que el ejercicio del periodismo fuera considerado una profesión y luego instauraron éste Colegio para contar con normas éticas pensando en su compromiso social y servir la sociedad.

Los códigos no pretenden imponer y regular los asuntos legales porque esa materia compete a los tribunales de justicia, pero sí en las acciones anticorruptivas que están dentro del ámbito de la autoregulación y el compromiso propio de los profesionales con la sociedad.

El presidente del Colegio de Periodistas, Raúl Francisco Silesky recibió la obra del primer presidente del Colegio, don Julio Suñol

Leal, a quien se le dedican estas jornadas y recalco la importancia de contar con un código de ética moderno e integrador: "No es una normativa para tratar de afianzar a los demás, sino un mandamiento con el cual los colegas nos comprometemos

Primera plana website article snippet with navigation and text.

Facebook social media post with comments and shares.

Ejemplos de Matriz (Metodología) utilizada para cada disciplina y cada mesa de trabajo en las Jornadas.

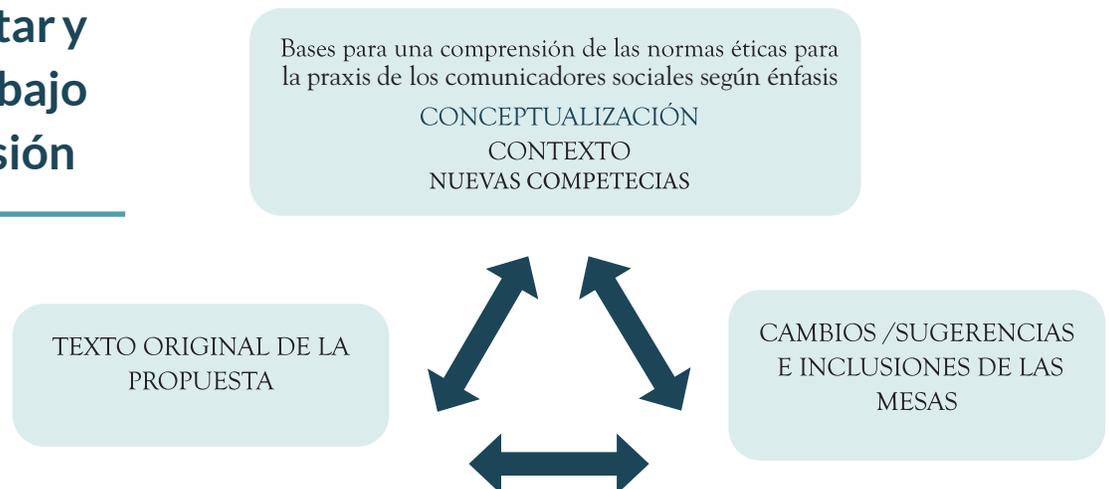
Producción Audiovisual Publicidad Periodismo Relaciones Públicas (Indique según corresponda)			<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
¿Qué falta? (Explique)	¿Cambiar? (Explique)	¿Eliminar? (Explique)	

Hoja de Trabajo 2

Discusión General
1. ¿Qué es lo que más nos llamó la atención de la propuesta presentada por la Junta Directiva a la Asamblea General?
2. ¿Cambios más significativos propuestos por el grupo?
3. ¿Sugerencias para el proceso de sistematización del texto?
4. ¿Se incluyeron los principales y más relevantes aspectos de la práctica profesional?
5. ¿Recogen los intereses y aspectos de la actualidad de los profesionales?

Diseño de boleta: Herramienta adaptada de Acción Sinérgica Consultores-Costa Rica.

Matriz para facilitar y viabilizar el trabajo de cada subcomisión



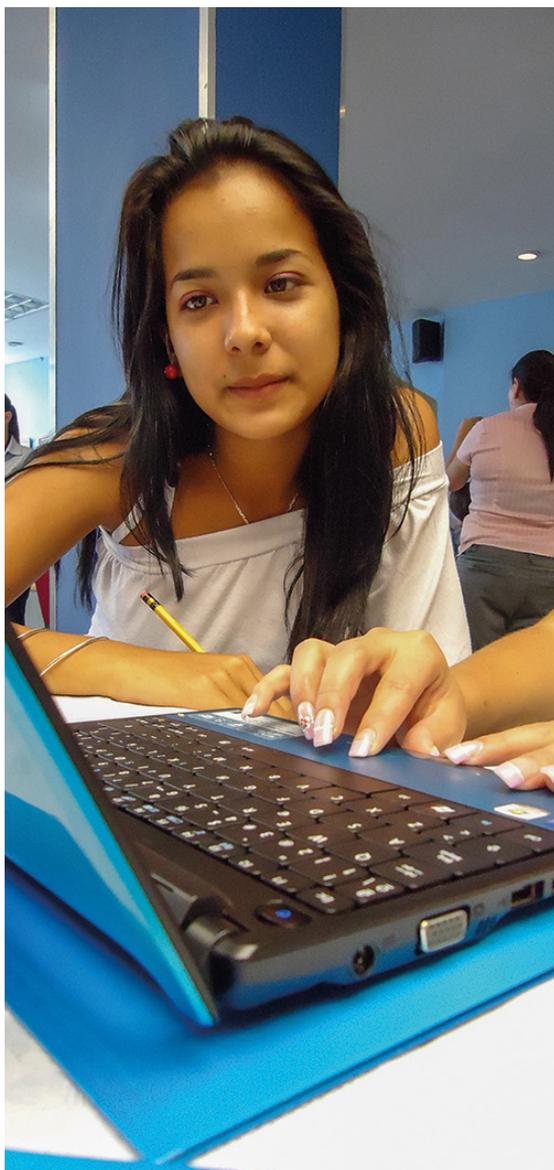
Plantilla matriz, para seleccionar y clasificar la información

Cambios, inserciones y aportes de las mesas a cada artículo del Código de Ética específico Periodismo

Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6
Art. 1 después de culturales agregar no se puede alegar desconocimiento de este código de ética	Art. 1 No hay	Art. 1 Los comunicadores, periodistas, relacionistas públicos, publicistas, productores audiovisuales, comunicólogos deben, en todas sus actividades, reflexionar si en sus comunicaciones al público, explícita o implícitamente atentan contra el medio ambiente	Art. 1 Agregar a los grupos poblacionales de mayor riesgo, así como las diferencias culturales y al cuidado del medio ambiente.	Art. 1 Incluir respeto a los derechos de la infancia, adolescencia, personas con capacidades distintas, adulto mayor, las mujeres y el medio ambiente, así como las diferencias culturales.	

Plantillas específicas de organización de la información de las 4 disciplinas

TEXTO GENERAL DEL CÓDIGO DE ÉTICA ESPECÍFICO PUBLICIDAD
Artículo 5 :
Artículo 7 :
Artículo 8 :
Transitorios



Programación de Jornadas de Ética “Julio Suñol Leal”

Jueves 24 de febrero de 2010	Producción Audiovisual	9 ^a .m -12 md
Jueves 10 de marzo de 2010	Publicidad	9 ^a .m -12 md
Jueves 31 de marzo de 2010	Periodismo	9 ^a .m -12 md
Jueves 14 de abril de 2010	Relaciones Públicas	9 ^a .m -12 md
Jueves 05 de mayo de 2010	Panel Nacional	6 p.m- 8 p.m
Miércoles 18 de mayo de 2010	Conferencia Internacional	6p.m - 8 p.m
Jueves 16 de junio de 2010	Charla con estudiantes de Universidades	6p.m - 8 p.m
TOTAL DE PARTICIPANTES: 396		

Segunda Fase:

(24 de febrero al 14 de abril de 2011)

En la segunda fase se organizaron las “Jornadas de Ética- “Julio Suñol Leal”, dedicada a este connotado periodista y pensador costarricense. Don Julio Suñol fue el primer presidente del Colegio de Periodistas de Costa Rica-COLPER y en la creación de la institución una figura importantísima y quienes lo conocieron saben que fue un hombre recto éticamente, un hombre honesto, claro, transparente, y sobre todo comprometido con el Colegio y con lo mejor de este país, por eso, dado que falleció en el 2011, el Tribunal de Honor y Ética decidió dedicar estas jornadas a él, en su nombre, y para tener presente siempre, que la ética y la responsabilidad es posible y existe en nuestras profesiones.

La metodología de las Jornadas se basó en consultas, talleres, foros, conferencias, charlas, reuniones de análisis, reflexión y discusión. Se plantearon además nuevos conceptos, se mejoraron ideas, se hicieron recomendaciones y los ajustes pertinentes al texto base elaborado y presentado previamente por la Junta Directiva del Colegio, el cual propuso a la Asamblea General en octubre del 2010. Esta fue una de las fases más enriquecedoras del proceso, dado que permitió la constitución de reuniones y trabajos en grupos, a la discusión vehemente y a la crítica apasionada. En esta etapa quedó patente el entusiasmo y compromiso de 23 mesas de trabajo, el potencial creativo, el compromiso de los comunicadores con el Colegio Profesional y con la sociedad.

En este sentido, se conformó una Comisión de Sistematización y Redacción del Código, representada por profesionales de las cuatro disciplinas que conforman la institución, (Periodismo, Relaciones

Públicas, Publicidad, Producción Audiovisual) cuyo papel fue, el de velar por la transparencia, la veracidad de todo el proceso de discusión y análisis, de ahí, evidenciar que se respetara lo expuesto por aproximadamente 500 personas participantes en total, entre ellas, comunicadores, estudiantes, universitarios, instituciones públicas, y representantes de la sociedad civil que fueron parte de este esfuerzo colectivo.

Integrantes de la Comisión de Sistematización y Redacción del Código de Ética, representantes de cada disciplina:

Periodismo:

Ana Cecilia Espinoza Cerdas, Carlos Longhi Carvajal, Gabriela Naranjo Cordero, Juan José Arce Vargas, Rigoberto Quirós Steller.

Relaciones Públicas:

Carlos Eduardo Bejarano Chacón, Luis Eduarte Sandí, Beatriz Pérez Sánchez, Efraín Cavallini Acuña.

Publicidad:

Marta Aguilar Díaz, Claro González Valdés, Isabel Sánchez Li.

Producción Audiovisual:

Esteban Castro Valverde, Luis Fernando Villalobos Leiva, Gerardo Chavarría Vega.

Jornadas realizadas con las distintas disciplinas integradas en el Colegio de Periodistas:

Disciplina	Fecha	Asistencia
Producción Audiovisual	24 de febrero 2011	55 personas
Publicidad	10 de marzo de 2011	63 personas
Periodismo	31 de marzo de 2011	45 personas
Relaciones Públicas	14 de abril 2011	40 personas

JORNADAS: 203 participantes en las 23 mesas de trabajo que realizaron las 4 disciplinas profesionales en diversos espacios de reflexión.

Jornada de Producción Audiovisual 24 de febrero 2011	<ul style="list-style-type: none"> • Conformadas 5 mesas de trabajo= 55 participantes. • Revisaron: 12 artículos generales (1 al 12) 5 específicos (27 al 31) • 3 representantes para sistematización de la mesa: Luis Fernando Villalobos Leiva- Esteban Castro Valverde, Gerardo Chavarría Vega.
Jornada de Publicidad 10 de marzo 2011	<ul style="list-style-type: none"> • Conformadas 8 mesas de trabajo= 63 participantes • Revisaron: 12 artículos generales (1 al 12) 5 específicos (32 al 36) • 3 representantes para sistematización de la mesa: Judith Badilla, Manuel Gavilán Pérez, Víctor Hugo Aguilar.
Jornada de Periodismo 31 de marzo 2011	<ul style="list-style-type: none"> • Conformadas 5 mesas de trabajo= 45 participantes • Revisaron: 12 artículos generales (1 al 12) 8 específicos (13 al 20) • 3 representantes para sistematización de la mesa: Carlos Longhi Carvajal, Heriberto Valverde Castro, Kimberly Zúñiga Durán.
Jornada de Relaciones Públicas 14 de abril 2011	<ul style="list-style-type: none"> • Conformadas 5 mesas de trabajo= 40 participantes • Revisaron: 12 artículos generales (1 al 12) 6 específicos (21 al 26) • 3 representantes para sistematización: Ana Lucía Villarreal, Luis Eduarte Sandi, Beatriz Pérez Sánchez, Efrain Cavallini Acuña.

- De cada Jornada se produjo: Un video a modo de cápsula informativa conteniendo opiniones de los participantes, subidas a la página web del COLPER y a YouTube (<http://www.youtube.com/watch?v=zKAYWwi0nIc>).
- Un artículo publicado en el Semanario del COLPER Primera Plana (http://www.primeraplana.or.cr/app/cms/www/index.php?pk_articulo=4040)
- Se emitió en directo y se grabaron las Jornadas por el canal en vivo de “UstreamColpervt”³, medio por el cual, los colegiados tuvieron la posibilidad de ofrecer sus opiniones y participar directamente y en tiempo real. (<http://www.ustream.tv/recorded/15427098>)



Tercera Fase:

(5 de mayo al 16 de junio de 2011)



En la tercera fase, la dinámica incluyó el acompañamiento de conferencias y charlas con especialistas en ética, tanto nacionales como internacionales, aquí destacamos la figura de los filósofos: Dr. Álvaro Jiménez Portilla, teólogo, filósofo y psicólogo, colaborador de la Universidad Nacional, el Dr. Luis Fallas López, Director del Instituto de Investigaciones Filosóficas de la Universidad de Costa Rica, Josep María Casasús i Guri, doctor en Ciencias de la Información, catedrático de Periodismo, escritor, investigador y decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra-Barcelona-España, expertos que enriquecieron la propuesta, lo que permitió delinear los ejes centrales del valioso material producido a lo largo del proceso.

Panel Nacional: 05 de mayo-2011- 7.00p.m

- Panel Nacional: “El rol del Colegio de Periodistas en el desempeño ético de los profesionales en comunicación”, celebrado el 5 mayo de 2011, contó con los expositores: Dr. Luis Fallas, López, Director del Instituto de Investigaciones Filosóficas de la Universidad de Costa Rica, el periodista y profesor universitario Luis Rojas Coles. 24 participantes.
- Conferencia Internacional: 18 mayo de 2011- 7.00pm
 “La ética en el uso de las Redes Sociales”, efectuado el 18 mayo de 2011, a cargo del Dr. Josep Casasús I Guri, catedrático y decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra-España. 47 participantes presenciales y 72 participantes conectados al Ustream.

- Charla a estudiantes: 16 junio de 2011- 7.00pm

“Ética, Moral y Verdad” realizada el 16 de junio de 2011, dirigida a estudiantes de carreras de comunicación de las universidades a cargo de los filósofos, Dr. Luis Fallas López, Catedrático de la Universidad de Costa Rica y el Dr. Álvaro Jiménez Portilla, Filósofo, Teólogo y Psicólogo.

- En esta fase, la participación estuvo abierta al conjunto de la sociedad, de esta forma se realizaron tres grandes actividades que congregaron a 126 participantes.



Una de las labores más importantes en esta fase de trabajo fue la sistematización de las propuestas y de toda la información recogida. En este periodo se realizaron las siguientes actividades:

- Conclusión del trabajo de las sub comisiones: sistematización, redacción preliminar y priorización de las ideas y propuestas esgrimidas en las Jornadas de Ética.
- Se obtiene el texto elaborado de representantes de cada disciplina.
- Interpretación y análisis de la “Matriz” en la que se consignó la información: ordenación, clasificación, selección del contenido resultante en cada jornada y de los criterios relevantes de cada Subcomisión.

Cuarta Fase:

(16 de junio al 21 de junio de 2011)

- Se conformó una Comisión General integrada por miembros de la Junta Directiva, Tribunal de Honor y Ética, expresidentes del Colegio, académicos nacionales e internacionales, en donde se socializaron de manera general los aportes y puesta en común de los cuatro textos del Código de Ética provenientes de cada disciplina como producto de lo elaborado durante el proceso.
- Se recogieron comentarios muy generales a los textos compartidos.
- Se hizo la ordenación del articulado, respetando lo expuesto por cada sub comisión y Comisión. (Cada disciplina)
- Se configuró un documento “Unitario Preliminar” que recogió el espíritu y a la letra cada texto de código propuesto por la Comisión de Sistematización.
- En esta fase se llevó a cabo una sesión privada con el Dr. Josep Casasús I Guri, en conjunto con la Junta Directiva, el Tribunal de Honor y Ética, la Comisión de Sistematización y Redacción para revisar la propuesta de “Código Unitario Preliminar”.

Participantes:

- Invitados especiales:

Dr. Josep Casasús I Guri, periodista y catedrático. Doctor en Ciencias de la Información. Ha sido decano de la Facultad de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra

Dra. Patricia Vega Jiménez, Académica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica-UCR

Dr. Alvaro Jimenez Portilla-Filósofo

Dr. Luis Fallas – Filósofo- Director del Instituto de Investigaciones Filosóficas UCR

- Miembros Junta Directiva:

Raúl Silesky Jiménez
Ana Cecilia Espinoza Cerdas-
Rodrigo Solis Jaime
Luis Gerardo Chaves Rodríguez

- Tribunal de Honor y Ética:

Rigoberto Quiròs Steller
Claro González Valdés.
Efraïn Cavallini Acuña

- Comisión de Sistematización y Redacción:

Esteban Castro Valverde.
Carlos Bejarano Chacón
Luis Eduarte Sandí
Luis Fernando Villalobos Leiva
Gabriela Naranjo Cordero
Carlos Longhi Carvajal
Beatriz Pérez Sánchez

- Personal Administrativo:

Claribeth Morera
Javier López
Itza Méndez
Juan José Arce Vargas
Carmen Fallas Aguilar

En esta sesión, se sometió el texto “unitario preliminar” a los presentes con el fin de escuchar sus comentarios, opiniones, argumentos, recomendaciones, observaciones. En este sentido, se incorporaron las sugerencias y aportes ofrecidas por el experto internacional Josep María Casasús I Guri, asimismo, se tomó en cuenta lo expuesto por los miembros de la Junta Directiva, la Comisión de Sistematización y Redacción, de los asesores en Ética Dr. Luis Fallas López, Álvaro Jiménez Portilla, filósofos y de la académica Patricia Vega Jiménez,

investigadora en comunicación y Exdirectora de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica-ECCC-UCR.

Es justo reconocer la ardua tarea llevada a cabo por la Comisión de Sistematización y Redacción del Código de Ética que fue integrada por representantes de cada disciplina, con el objetivo de velar por los intereses de cada grupo y rescatar lo discutido en las diferentes sesiones de trabajo en las fases previas. Asimismo, fueron muy oportunos los diálogos con académicos y universitarios, que fueron consultados en diversos momentos y espacios, quienes enriquecieron la propuesta, y esto permitió delinear los ejes centrales del valioso material producido a lo largo del proceso.

La elaboración de este Código, nos permitió vivir una experiencia de trabajo enriquecedora, que llevó a la reunión en grupos, a la discusión respetuosa, a la crítica propositiva en el que se rescata la visión de futuro y el compromiso en una comunicación social al servicio de Costa Rica

El Código de Ética aprobado por la Asamblea General del COLPER es el producto de 26 sesiones de trabajo participativo a lo largo del año 2011, que suman más de 60 horas de intensa reflexión, acuerdos y que se resumen en un código que consta de 40 artículos o enunciados, cuyo fin es que se conviertan en elementos orientadores que sumen a la formación del ser humano, que sean motivo de orgullo del quehacer profesional y no un planteamiento castigador alejado de la realidad.



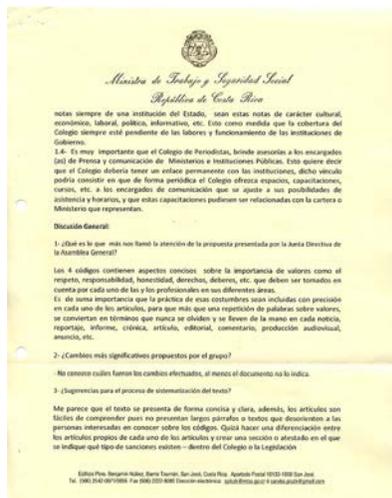
Quinta Fase:

(22 de junio al 16 de agosto de 2011)

El intercambio de criterios, puntos de vista, recomendaciones y conclusiones de las comisiones de cada disciplina y la propuesta de la Comisión de Sistematización, fue sometida a una revisión final de parte de todos los integrantes de las comisiones establecidas, quienes fueron garantes de la transparencia del proceso y verificar que la voluntad de los participantes quedara plasmada en la propuesta elaborada. En esta etapa se finiquitan una serie de detalles con el propósito de hacer valer lo expresado por la voluntad de todas y todos los participantes durante 10 meses de trabajo participativo y de consenso. Cabe señalar algunas acciones efectuadas en esta fase final:

- Ordenar y priorizar los aportes del texto “Unitario Preliminar” producto de la sesión con el Dr. Casasús, Junta Directiva, El Tribunal de Honor y Ética y la Comisión de Sistematización y Redacción, e invitados.
- Se confronta la respuesta la Ministra de Trabajo y Seguridad Social, Dra. Sandra Pisk, con el texto de Código elaborado y se consideran los aportes. (Oficio DMT-526-2011 del 5 mayo 2011)

- El texto, revisado y ordenado con las nuevas observaciones, se envía a revisión Filológica, trabajo a cargo de la Máster Marisol Delgado Rojas.
- Según los resultados de las reflexiones y los aportes se generaron 40 artículos en total: 20 generales, es decir corresponden a todas las disciplinas. Los otros 20 artículos son específicos de cada disciplina: 6 Periodismo, 5 Producción Audiovisual, 4 Publicidad, 5 de Relaciones Públicas.
- Revisión y confrontación del texto de Código con aportes de la Filóloga, en sesión del Tribunal de Honor y Ética y la Comisión de Sistematización y Redacción.
- Comprobación de que los cambios sean pertinentes y no afecten el fondo del texto que se venía trabajando durante el proceso.
- Revisión y aprobación de Preámbulo o Introducción del Código en versión final, trabajo a cargo del Tribunal de Honor y Ética y la Comisión de Sistematización y Redacción. Se decide denominar Introducción y no Preámbulo.



- Construcción de una sola propuesta con los insumos aportados por los miembros de la Comisión de Sistematización y el Tribunal de Honor y Ética.
- Revisión final al texto de la propuesta de Código, para valorar que no quede nada suelto o fuera de contexto.
- Inclusión de los cambios y aportes finales a la versión final de la propuesta de Código de Ética para el Colegio de Periodistas de Costa Rica.
- Los y las integrantes de las disciplinas avalaron la propuesta final y coincidieron enviarla a la Junta Directiva y con ello ser elevada para su aprobación a la Asamblea General del COLPER.
- Aprobación del texto definitivo y decisión de enviarlo a la Junta Directiva para que siga el trámite correspondiente. Entrega el 27 de junio de 2011 de la propuesta del Código de Ética a la Junta Directiva, para que sea tramitada y se cite a Asamblea General para su respectiva aprobación.
- Periodo de espera y de hacer lobby para que la Junta Directiva realizara la convocatoria oficial, según lo establecido para convocar a Asamblea General Extraordinaria.

Este código constituye un acuerdo de adhesión voluntaria y de libre adopción para los comunicadores agrupados en el Colegio de Periodistas de Costa Rica, ante la necesidad ética de llevar a la práctica los valores esenciales de verdad, honestidad, imparcialidad, independencia, respeto a los derechos ajenos y propios, así como el compromiso con: la democracia, la paz, la justicia, el pluralismo, la tolerancia, el respeto al ambiente, la calidad de vida, defender la verdad, actuar con integridad, equidad, buena fe y neutralidad, En fin, la búsqueda de la excelencia, y luchar por la libertad de pensamiento y de expresión, asegurando la independencia como comunicadores.

En materia periodística, las normas éticas, en cuanto a su eficacia cotidiana, nunca son ajenas a los consensos sobre los cuales se asienta su aplicación, no tiene mayor sentido definir teóricamente la responsabilidad del periodista, si lo que se busca no es, de una u otra forma, que se restrinja el ejercicio irresponsable. Muchos países han conseguido progresos en materia ética involucrando en forma paulatina a los diversos sujetos de la prensa.

En el espacio de aprobación del texto final del Código para ser tramitado ante la Junta Directiva, los presentes (Comisión de Sistematización y Miembros de Tribunal de Honor y Ética), intercambiaron una serie de opiniones, a modo de reflexión final, como producto de haber vivido todo el proceso. En este sentido, resumieron que, en esencia, el Código de Ética recoge la voluntad colectiva, para actuar con la debida responsabilidad en el desempeño profesional, seguidamente se citan algunos aspectos referidos en la sesión:

- El Código de Ética de las y los profesionales en comunicación propuesto, marca el deber y compromiso del colegiado con la democracia, la paz, el pluralismo y la tolerancia.
- El compromiso para defender la verdad, la independencia como comunicadores.
- Las y los comunicadores están al servicio del interés público.
- En los comunicadores recae el resguardo de la credibilidad.
- Compromiso a dar un tratamiento honesto a la información y al uso de documentación.
- Respeto a los derechos de autor.
- No aceptar sobornos, dádivas, ni privilegios de ningún tipo, de parte de algún organismo, persona o autoridad.

- Utilizar los métodos legítimos para obtener información
 - Secreto profesional como deber profesional (Mantener discreción y respeto con las fuentes de información).
 - Respetar el derecho a la privacidad e intimidad de las personas.
 - Salvaguardar la vida de las personas a cualquier primicia
 - La función del comunicador o comunicadora se entiende en la medida que sirva para construir y no para destruir.
 - La persona colegiada debe impedir conflictos de intereses que comprometan la labor profesional, en aras de garantizar su independencia.
 - Actuará con HONOR: humildad, humanidad y honestidad.
 - Servir para esclarecer las cosas, difundirlas y explicarlas y crear conciencia en los individuos y la sociedad.
 - Se debe establecer en la practica la diferenciación de información y publicidad.
 - Hacer uso adecuado y correcto del idioma.
 - Mantener siempre el compromiso de integridad, buena fe y neutralidad.
 - Cláusula de conciencia. Negarse a cualquier tarea que considere que vulnera su libertad, convicciones, dignidad y honor profesional.
 - La búsqueda de la excelencia: luchar por la libertad de pensamiento y expresión, defender el libre ejercicio de la profesión.
 - Practicar la solidaridad gremial
 - Servicio a la comunidad (Responsabilidad Social)
 - Combatir las noticias falsas o mal intencionadas contra personas, organizaciones etc.
- Algunas sugerencias a corto plazo:
- Divulgación y promoción del Código de manera amplia entre los colegiados y la sociedad.
 - Esfuerzo sistemático para organizar foros, mesas de discusión.
 - Emprender capacitación a los colegiados y a las nuevas generaciones.
 - Propiciar y apoyar sesiones de introspección sobre ética-hablar con sinceridad.
 - Renovar y actualización del Reglamento del Tribunal de Honor, creado por la Ley del COLPER.
 - Responder a las necesidades que surgen en el gremio.
 - Educar para que este Código tome fuerza e impacte en la sociedad.
 - Exponer públicamente las prácticas poco éticas de los comunicadores, empresas y organismos de comunicación.
- Además se reiteró la necesidad de que el Colegio de Periodistas impulse un trabajo sistemático desde el Tribunal de Honor y Ética, que convoque a Directoras y Directores de los Medios de Comunicación, Empresas de Comunicación, al IPLEX, Defensoría de los Habitantes, Ministerio de Información y Comunicación, Ministerio de Educación, Procuraduría de la Ética, Colegio de Abogados, Universidades, el Sindicato Nacional de

Periodistas y otros órganos de interés, para procurar un “Acuerdo Cívico Ético Nacional” donde se defina por voluntad de las partes, una auto regulación periodística con principios editoriales y profesionales bien claros y consensuados, en aras de que se fomente un periodismo de mayor calidad y que beneficie a su público.

La propuesta de Código de Ética que el Colegio de Periodistas puso a disposición de sus comunicadores, es fruto de un gran esfuerzo colectivo. Más que un requisito jurídico o administrativo, es un instrumento de trabajo y un marco para la acción de los profesionales en comunicación que se deben al bien común de la sociedad.

(https://www.colper.or.cr/userfiles/file/juridico/codigos/codigo_etica.pdf)



**Aprobado en la Asamblea
General Extraordinaria:
N° 158-11 del martes 16 de
agosto del 2011.**

**Acuerdo número
4-158-11**

Rige a partir de su aprobación.

El Presidente de la Junta Directiva del Colegio de Periodistas, Master Raul Silesky Jiménez,(2011) con motivo de la aprobación del Código de Ética, expresó que el ejercicio en comunicación es la tarea fundamental y más importante, porque existe un gran compromiso con los ciudadanos para cumplir con las normas éticas básicas y fundamentales para la convivencia pacífica: “Este Código plantea una normativa general, pero, profunda en el sentido de que también es sencilla y clara de cómo debemos comportarnos, y sobre todo quedó impreso en el resultado la actitud voluntaria de cumplir, promover y profundizarlo una labor profesional de respecto a los derechos humanos”.

Silesky, reconoció la entrega y capacidad organizativa del Tribunal de Honor y Ética, para llevar a cabo la ejecución del proceso de consulta amplia. para lograr obtener un Código que alcance y respete la voluntad de cientos de personas que tuvieron la posibilidad de participar y brindar sus puntos de vista: “Me parece que el Tribunal ha hecho un trabajo excelente, recuperando todos los argumentos, todas las posiciones, todas las sugerencias, y poder plantear en un solo documento sencillo, las aspiraciones de todas las personas que intervinieron en el proceso que duró casi un año. Este es una propuesta novedosa, inteligente, propositiva; que no busca ir a garrotear a la gente, sino que es una cosa de convencimiento que nos permita diferenciarnos y ser un Colegio de calidad, fundamental para la sociedad y que además mantengamos la posibilidad de potenciar nuestro accionar en la sociedad costarricense”.

El presidente del COLPER, indicó que cada uno debe estar convencido de su responsabilidad y por ello, que los comunicadores sociales deben estar dispuestos a cumplir una serie de normas, de mantener una imagen, que los diferencie de otros en la calle y que sepa que un profesional de

comunicación del Colegio de Periodistas es una persona íntegra, con normas éticas y con principios. El presidente del Tribunal de Honor y Ética, señor Rigoberto Quirós Steller, indicó ante los asambleístas que aprobaron el Código de Ética, que esta no fue una tarea fácil para el Tribunal de Honor y Ética, no obstante, en cumplimiento del mandato de la Asamblea General y del compromiso con la sociedad, asumieron el trabajo, por la importancia y responsabilidad que amerita actualizar un código para los profesionales en comunicación : “Redactar un código acorde con la época que vivimos, donde los valores morales y éticos han descendido a niveles tan bajos, como lo que vemos a diario en el gobierno y las instituciones descentralizadas, lo que hace necesario hacer un alto en el camino y buscar soluciones que enderecen una nave que navega en aguas tan peligrosas, en que los medios de comunicación tienen gran responsabilidad que les fija la ley, pues su papel no es solo el de informar, sino también formar”.

Quirós Steller, destacó el excelente trabajo y liderazgo mostrado por el Secretario del Tribunal de Honor y Ética, Master Efrain Cavallini Acuña, quien tuvo a cargo la dirección general del todo el proceso, el cual se ve consolidado con éxito al contar con un nuevo Código de Ética para el Colegio de Periodistas de Costa Rica. Al respecto, Quirós indicó que con este código, el Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas asume un reto histórico, como parte fundamental del mandato que estatuye su ley orgánica y que es consciente de que se van a encontrar muchos escollos para su aplicación, pero que no van a claudicar en la tarea de dignificar una profesión que todos llevamos en el corazón: “Nos proponemos llevar este código a las escuelas de periodismo de las universidades, como colaboración en la formación de los futuros profesionales, para lo que solicitamos la colaboración de sus directores.

Realizar charlas y talleres en la sede de este colegio, llevarlo a foros interesados en el tema y divulgarlo por diferentes medios”.

El Secretario del Tribunal de Honor y Ética, Master Efrain Cavallini Acuña, quien lideró este proyecto de elaboración del Código a lo largo del 2010 y el 2011, mencionó que para la construcción inteligente del Código de Ética de las y los profesionales en comunicación, agrupados en este Colegio, se partió de la forma como se ven asimismo los comunicadores y comunicadoras: una suerte de introspección de su forma de pensar, de actuar, pero también, como nos leen o nos ven los otros, que esperan los sectores y actores sociales de la función y compromisos de los comunicadores: “ Los atributos o calificativos a los que se hace alusión representan el sentir de los participantes a lo largo del proceso, mismos que se suscriben a la letra en cada uno de los incisos del Código que se entrega hoy. Este código es la máxima expresión del compromiso de profesionales íntegros, que se rigen por estrictos deberes autoimpuestos, que no sólo establecen las “reglas del juego” para su función y el marco y límites para el propio medio u organización donde se desenvuelven, sino un compromiso explícito con la sociedad y la opinión pública, en cuanto a veracidad, imparcialidad, independencia, justicia, paz, respeto, transparencia y responsabilidad social”.

Para Cavallini, queda manifiesto que los constructores de este Código o guía de ética, asumen a la figura del comunicador como un innovador por naturaleza, y que sabe identificar las oportunidades contextuales en simetría con sus fortalezas, que asume riesgos y confía en sus ideas. Casual o causalmente, son estos atributos los que convierten al comunicador en un líder. El comunicador tiene cualidades de liderazgo, por sus valores claros, su honestidad, su optimismo, audacia, transparencia, capacidad de resolución e índole expeditiva: “ El profesional

de las Relaciones Públicas, de la Publicidad, de la Producción Audiovisual, del Cine, del Diseño Gráfico, del Multimedia, del Periodismo, se constituye en un gestor de la comunicación que debe romper paradigmas, innovando y desarrollando sus habilidades de organizar, adaptarse a los cambios, planificar soluciones, ser estrategia organizacional, controlar y dirigir mensajes y donde su evolución continúe tomando en cuenta su capacidad y desarrollo frente a nuevas formas de comunicar y de asumir retos para propiciar la comprensión de las distintas culturas existentes a fin de evitar la crisis, pero debe ser siempre una gestión basada en la ética para un impacto positivo en la sociedad”.

El código fue elaborado de manera participativa y se constituye en el producto de una amplia consulta a comunicadores y sectores sociales. De algunos comunicadores de amplia trayectoria profesional recogimos las siguientes opiniones:

José Rodolfo Ibarra, Presidente del Colegio de Periodistas, (2012) resaltó que con esta entrega del Código de Ética se marca un momento histórico, ya que se establece una normativa que contempla cada una de las profesiones que están integradas en el Colegio de Periodistas: “En nuestro país los medios de comunicación no tienen un código de ahí la importancia de que sea el Colegio el que pueda aportar a la sociedad un código de semejante envergadura”.

Iary Gómez, Gerente General Grupo Extra, destacó la importancia del Código y enfatizó en la reestructuración que se le realizó al código, a la vez lamentó que hubiera poca participación de los directores de medios de comunicación y periodistas: “En Grupo Extra la mayoría de periodistas están colegiados y nos regimos por el Código de Ética del Colegio”, expresó Gómez.

La Master Sara González Bonilla, Directora de Relaciones Públicas de la Universidad Nacional, comentó que tener un Código de Ética que abrigue a todas y todos los profesionales de comunicación es importante y más aún que las reglas estén claras para todos los comunicadores: “Un código de ética en estos momentos es importantísimo, porque los grandes problemas de la sociedad son de índole ética, nos hace falta tener principios y valores. Un profesional lo primero que tiene que ser, es ético, porque la ética es un asunto individual y de actitud, y se es profesional en el contexto en el que esté”.

Daisy Espinel, Embajadora de Ecuador en Costa Rica, resaltó el esfuerzo y la iniciativa del Colegio de Periodistas en este proceso y la importancia de

reconocer siempre que nuestros derechos terminan donde inician los de los otros: “Me siento muy honrada como periodista que soy también, de venir acá y encontrar tanta energía positiva, a pesar de haber sido un proceso largo y con dificultades para elaborar este código”.

Espinel, comentó que en el caso de Ecuador el código de ética del gremio periodístico se renueva constantemente de acuerdo a los cambios de la comunicación social. Ahora con la globalización el uso de internet, twitter, facebook, el código ha tenido que revisarse y modificarse. “En Ecuador se sanciona a periodistas que incurren en la calumnia, la desinformación, o las injurias”.

Código de Ética de las y los Profesionales en Comunicación del Colegio de Periodistas de Costa Rica, aprobado en la Asamblea General Extraordinaria: No. 158-11 del 16 de agosto de 2011-Acuerdo N.º 4-158-11

Son obligaciones de todos los miembros:

ARTÍCULO 1	Acatar el presente Código de Ética, respetar los tratados internacionales y otros instrumentos adoptados por el Estado en materia de derechos humanos, Constitución Política, Ley constitutiva del Colegio de Periodistas de Costa Rica y leyes nacionales.
ARTÍCULO 2	Respetar los derechos de la infancia, la adolescencia, las mujeres, las personas adultas mayores, las personas con discapacidad, la naturaleza y el pluralismo en todos los ámbitos de las relaciones humanas.
ARTÍCULO 3	Atender de inmediato y con la máxima diligencia las comunicaciones, citaciones y, en general, cualquier llamamiento de los órganos disciplinarios del Colegio.
ARTÍCULO 4	Regirse por los valores de libertad, respeto, diálogo, solidaridad, integridad, justicia, veracidad, lealtad, responsabilidad, transparencia, equidad, calidad, excelencia y compromiso social, con el fin de ejercer la profesión con dignidad y honorabilidad.
ARTÍCULO 5	Mantener con firmeza la credibilidad, conservando la honra y noble tradición de la profesión, al ser leales con las empresas, organizaciones y colaboradores, siempre y cuando no atente contra el interés público.
ARTÍCULO 6	Cuando el cumplimiento del presente Código produzca conflicto entre el colegiado y su patrono, el primero deberá informarlo claramente al segundo.
ARTÍCULO 7	Respetar la posición y actos profesionales de colegas, para salvaguardar sus derechos y el adecuado ejercicio de la profesión al servicio de la sociedad.

ARTÍCULO 8	No utilizar información privilegiada que se reciba en el desempeño del trabajo y manipularla en beneficio propio, de parientes o de terceros.
ARTÍCULO 9	No aceptar ni ofrecer retribuciones o gratificaciones, de ninguna especie, de personas, empresas o instituciones que comprometan la independencia profesional
ARTÍCULO 10	Acatar las normativas nacionales e internacionales en materia de propiedad intelectual y los derechos de autor en el ejercicio profesional
ARTÍCULO 11	No crear expectativas referentes a la labor profesional, que induzcan a la obtención de resultados más allá delo razonable.
ARTÍCULO 12	El engaño, la competencia desleal y el mercantilismo, se considerarán actos impropios en el ejercicio profesional.
ARTÍCULO 13	Respetar los aranceles mínimos que recomiende el Colegio en el ejercicio profesional, en aras de proteger la sana competencia y justa retribución Económica.
ARTÍCULO 14	Es deber de todo profesional de la comunicación indicar la fuente de donde obtuvo la información y respetar la confidencialidad de aquella, cuando ésta así lo solicite.
ARTÍCULO 15	No explotar la imagen ni los atributos físicos de la persona como mercancía, ni como estrategia para manipular a la audiencia.
ARTÍCULO 16	Mantener un comportamiento íntegro en las actuaciones, aplicando los valores éticos en el desempeño de las funciones.
ARTÍCULO 17	Servir al bienestar colectivo, promover la tolerancia, la educación, la cultura, la creatividad, la sana convivencia social y la seguridad del destinatario del mensaje.
ARTÍCULO 18	Perseverar en el uso correcto de la lengua, bajo los principios de rigor en su utilización, claridad en exposición de ideas, promoverlo y preservarlo con excelencia.
ARTÍCULO 19	Aprovechar al máximo las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación -NTc-, para el bien común.
ARTÍCULO 20	Conocer y respetar este Código, no pudiendo alegar desconocimiento, ignorancia o práctica en contrario.

QUIENES EJERCEN EL PERIODISMO:

ARTÍCULO 21	Defender la libertad de expresión y el derecho a la comunicación e información como derechos universales.
ARTÍCULO 22	Ejercer con vocación de servicio público, de tal forma, que las informaciones emitidas sean oportunas, equilibradas y veraces
ARTÍCULO 23	Facilitar la participación de los ciudadanos en los medios de comunicación y el derecho de respuesta.
ARTÍCULO 24	Conducirse de manera respetuosa en la obtención de las informaciones, con respeto al dolor ajeno, la privacidad y la intimidad.
ARTÍCULO 25	No reproducir estereotipos de ninguna naturaleza, ni hacer discriminación de personas por ninguna razón.
ARTÍCULO 26	No elaborar informaciones fuera de contexto o tendenciosas, que puedan inducir a engaño.

QUIENES EJERCEN LAS RELACIONES PÚBLICAS:

ARTÍCULO 27	Actuar con lealtad, tolerancia, honestidad y respeto a los derechos humanos, en aras de facilitar los procesos de comunicación entre los diversos públicos internos y externos de las organizaciones.
ARTÍCULO 28	Ejercer la profesión con justicia y responsabilidad, propiciando una comunicación pertinente, asertiva, clara y veraz.
ARTÍCULO 29	Fomentar la responsabilidad social como un valor esencial e imprescindible.
ARTÍCULO 30	Indicar siempre a quién se representa públicamente en el ejercicio profesional.
ARTÍCULO 31	Mantener un comportamiento íntegro en las actuaciones, aplicando los valores éticos en el desempeño de las funciones.

QUIENES EJERCEN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL:

ARTÍCULO 32	Asumir la responsabilidad por las propuestas, guiones, libretos, producciones y en general cualquier trabajo profesional que realicen.
ARTÍCULO 33	Respetar la libertad de creación, diseño, producción, expresión e información de los profesionales, dentro de los parámetros establecidos en el artículo primero del presente Código.
ARTÍCULO 34	Indicar la naturaleza de la producción en el caso en que no sea estrictamente informativa.
ARTÍCULO 35	No utilizar contenidos fuera de contexto o tendenciosos que puedan inducir a engaño o a error, material audiovisual alterado, fuentes informativas falsas o fuera de toda credibilidad.
ARTÍCULO 36	Incluir advertencias para la audiencia cuando el contenido del producto audiovisual pueda perturbar emocionalmente.

QUIENES EJERCEN LA PUBLICIDAD DEBEN:

ARTÍCULO 37	Orientar la opinión pública sin exagerar, no inducir a error o engaño, no ofrecer información inexacta o desinformar, ni realizar declaraciones o afirmaciones sin sustento, ni descripciones ficticias del producto y servicios o desapegadas a la realidad.
ARTÍCULO 38	Respetar el derecho a la privacidad e intimidad, así como la imagen de los sectores socialmente vulnerables, las personas físicas y jurídicas.
ARTÍCULO 39	No representar simultáneamente intereses en conflicto.
ARTÍCULO 40	No revelar información confidencial que afecte los propósitos y la buena marcha de las organizaciones, empresas o públicos con los que establezca relación.

2.2 En la defensa del periodismo profesional

En el 2018 en defensa del periodismo profesional una decisión jurídica de la Sala Constitucional de Costa Rica (Sala IV), plantea una disyuntiva en el campo de la comunicación y particularmente del periodismo. Ya que el periodismo individual, no de empresa y con personas no tituladas debilitó la profesión y el ejercicio colegiado del gremio. Esto por cuanto existe una fuerte presión, para que las redes y muchas otras formas de informar sean liberadas de este tipo de compromiso incluyendo el tema ético.

Sabemos que en otros países el periodismo no solo es una digna profesión, sino que, además, tiene el respeto y la legitimidad de la ciudadanía. Son formadores de opinión pública, y visores de la realidad social, es a través de ellos que se exponen las diversas visiones de mundo, y que tienen el propósito de exhibir los hechos sociales en sus diversas perspectivas, con absoluta objetividad, veracidad y equilibrio, respetando los puntos de vista de las fuerzas sociales que se generan en una sociedad libre, democrática, plural y diversa.

Aunque como vemos los códigos de ética son apoyos o guías para un actuar profesional responsable, no obstante, los profesionales de comunicación no estamos exentos en pleno siglo XXI a actuaciones o prácticas indeseables, que empañan la practica informativa y la convierten en enemiga de la sociedad.

Hoy con tanta dinámica comunicativa a nivel global es cuando más atención debemos poner: ¿de que se comunica, ¿cómo se comunica y ¿con que

intención se comunica. Porque lastimosamente, también hay comunicadores asentados en medios de comunicación masiva de prensa, radio y televisión, Internet, que operan incluso como conglomerados amigables, que arremetan de manera irreverente, fuera de los cánones del buen periodismo, contra la profesión, que los tiene en esa palestra. Menuda ironía y contradicción, más que eso, una profunda inconsistencia, con la formación, que se supone recibieron en sus años de estudiantes de periodismo en las universidades.

Hoy, que vivimos la segunda década del siglo XXI, en un contexto abigarrado de información fútil, noticias falsas, de excesos de discursos, muchos de ellos, sin sentido, objetivo ni meta, simplemente como práctica, como ritualismo volutivo, parecen desplazar la información como información relevante, como capacidad de entender el mundo a través de sus mediadores, los periodistas.



- Italia** (Carta de Deberes de los Periodistas de Italia)
- Bulgaria** (Unión de Periodistas Búlgaros) (Código Albanés)
- Perú** (Código de Ética del Colegio de Periodistas de Perú).
- Alemania** (Código de Ética del Consejo Alemán)
- Canadá** (Código de la Declaración Canadiense de Principios y Pautas de Ética de los Periodistas).
- Dinamarca**
- Nigeria**
- Japón** (El Canon de periodismo Japonés)
- Guyana Inglesa**
- Francia** (Código de Honor de la Federación de Asociados de Periodistas Franceses).



- Brasil** (El Código Sindical Brasileño)
- Chile** (colegio de periodistas de chile)
- Croacia**
- Republica democrática de Congo** (Código de Ética del Consejo General de la Unión de Prensa de Zaire).
- Guatemala.**
- Hungría.**
- Kenya.**
- Europa** (Código de Ética de la Comunidad Europea).
- Islas Fiji** (Asociación de los Medios de las Islas Fiji).
- India** (Código de Ética de la Conferencia de Editores de Periodistas de India).
- Irak** (Comisión Nacional de Medios y Comunicaciones, Sindicato Iraquí y El código Jordano)
- Suecia** (Código de Ética para la prensa, radio y la televisión).
- Burma** (Código de Ética de los periodistas en Myanmar).
- Canadá** (Código de Ética del Consejo de Prensa de Alberta).
- Grecia**

El contexto en donde los hechos noticiosos se pasaron de acera, y se convirtieron en fanfarria, en circo, en show mediático en los medios de comunicación, solo es una tendencia global, mercantil, subsidiaria de nuevas formas de comunicación e interacción, siendo su plataforma fundamental las redes, las aplicaciones de internet y en general las otras formas y géneros propias de esta era digital.

En síntesis, reconocemos en teoría un novedoso modelo empresarial, pero eso no les da ningún derecho para interpretar y generalizar que la profesión del periodismo no existe, que es irrelevante, sustituible y desechable, y que cualquier persona tiene la capacidad para traducir los hechos sociales en materia comprensible para la convivencia social.

2.3 Integración, participación y diálogo

Voces para el análisis constructivo y diálogo nacional

Es, en el espacio público, político y social, donde se ven los frutos y el aporte de los colegiados, donde se demuestra el profesionalismo de éstos en tanto especialistas, con dominio de un determinado tipo de conocimiento, de competencias y destrezas para la intermediación social. Un colegio de profesionales en comunicación que ha asumido la figura de entidad federada y ha acogido las disciplinas del Periodismo, Relaciones Públicas, Publicidad, Producción Audiovisual, Diseño y Afines, está llamado a darles solvencia académica, a través del prestigio social, que de su práctica ética se derive como disciplina de las Ciencias Sociales y estar al servicio del mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos.

El proceso de elaboración del Código de Ética durante siete meses, fue un espacio de construcción proactivo que permitió un diálogo abierto y propositivo con mentalidad prospectiva, donde producto de las mesas de trabajo, de las exposiciones y los conversatorios; con los agremiados, académicos, expertos, estudiantes y medios de comunicación, se

rescata el papel que le corresponde a una organización como el COLPER que aglutina a comunicadores sociales científicamente preparado. En este sentido, aparte de dejar claramente establecidos y aprobados los enunciados del Código de Ética, paralelamente, se recogieron las reflexiones de los diversos colectivos que priorizan sobre algunas acciones que el COLPER debe asumir de manera prioritaria:

- Asumir la responsabilidad y el desafío de utilizar sus potencialidades jurídicas, sociales y profesionales para el logro de intereses más elevados, mediante la ampliación de su marco de acción, para esto, claro, debe sustentarse en su ley de creación, y realizar los cambios pertinentes, que le permitan una mayor proyección y posicionamiento social.
- Buscar la trascendencia y no fundamentarse en vanidades pasajeras, sino en una franca vocación de servicio ciudadano, con visión de futuro. Este es un llamado a los colegiados para que, desde su experiencia profesional y personal, contribuyan

al fortalecimiento del Colegio como un actor protagónico de la vida nacional.

- Crear una agenda pública en aquellos temas que fomenten la vida democrática, cívica, la independencia de criterios, las libertades públicas, el principio de legalidad, la defensa de los derechos fundamentales, el derecho a la información, el acceso a los medios, el fortalecimiento del marco jurídico del país en materia de comunicación, las garantías sociales en sentido amplio y la defensa de una práctica profesional independiente al servicio de los valores fundamentales de la sociedad.
- Aspirar a SER, una institución de prestigio, solvencia, proyección y legitimidad, y esto se logra con continuidad en la gestión de la institución, con planes de mediano y largo plazo. La gestión estratégica del COLPER, debe contar con un marco conceptual y referencial que le permita la lectura del entorno de manera permanente para la toma de decisiones. Además, debe establecer una programación de su gestión, con resultados concretos, metas, fines, objetivos, que sean evaluables y medibles.
- Actuar con transparencia en los fines, facilitar la rendición de cuentas, de ahí que el COLPER, debe transformarse en una institución dinámica, abierta al cambio, una organización inteligente autopoiética, que aprende de sí misma y de su entorno, capaz de generar conocimiento, de trabajar colaborativamente con otras organizaciones y de extender sus experiencias a otros campos y a otros espacios de acción. Partimos del concepto de que las instituciones como seres vivos, deben crecer, transformarse y tender hacia la excelencia y el cambio como

actividad permanente. El cambio deviene de una revisión de sus propósitos y de las necesidades sociales del entorno. Una comunidad profesional que no se transforma, corre el riesgo de perecer. Esa es la diferencia entre instituciones sólidas y exitosas. En eso consiste la trascendencia.

De los criterios expuestos por los participantes durante la “Jornada” se evidencia la necesidad de replantear y construir en el Colegio de Periodistas un marco conceptual y, por consiguiente, una agenda prospectiva para contribuir a la práctica de una comunicación ética con responsabilidad social.

Capítulo III

Diálogo nacional para la transformación del Estado: Ética y valores

Una vez, que se lograron los objetivos de contar con un Código de Ética para los profesionales en Comunicación, y retomando las propuestas de los colectivos participantes en las “Jornadas de Ética”, el Tribunal de Honor y Ética-COLPER, creó la Cátedra de Ética y Responsabilidad Social de la Comunicación Alberto Cañas, con el propósito de iniciar un proceso de vinculación con otros sectores de la sociedad, para hacer viva la conexión de los comunicadores con el resto de la institucionalidad. Esta Cátedra de acción permanente, puso de relieve la relevancia del Colegio, del Tribunal de Honor y Ética, y la dinámica permanente que debe tener un gremio profesional para incidir en el desarrollo de los grandes temas de la esfera pública nacional.



Esta Cátedra, lleva el nombre de Alberto Cañas Escalante, en razón de los grandes aportes que dio al país en el área del Periodismo, la Política y la Cultura, entre otros campos, y destacados aportes en todos ellos. De esta manera, tiene como objetivo ser un espacio de análisis crítico, constructivo y formativo, bajo la denominación y filosofía de la figura de Don ALBERTO CAÑAS ESCALANTE, es coordinada por el Tribunal de Honor y Ética y cuenta con el aporte académico de las Universidades Públicas y Privadas, medios y profesionales en comunicación, embajadas, instituciones y sectores relacionadas con la comunicación social.

La Cátedra es una iniciativa del Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica-THE-COLPER, que se creó mediante acuerdo del Tribunal de Honor y Ética No 4.1-17-9 2014, y aprobado por

la Junta Directiva del Colegio de Periodistas Colegio de Costa Rica, mediante el acuerdo JD 23-42-14, de fecha 17 de octubre del 2015.



La Dra. Beatriz Pérez Sánchez, en calidad de Secretaria del THE-COLPER, originó la idea de la Cátedra y en conjunto con los miembros del Tribunal se elaboraron los objetivos de la misma. Por su parte, el Premio a la Ética y Responsabilidad Social, que se otorga desde la Cátedra anualmente, lo originó el Master Efraín Cavallini Acuña fungiendo como Vicepresidente del THE-COLPER. En este sentido, el señor Cavallini, reafirmó que las personas integrantes del Colegio de Periodistas, como profesionales científicamente formados en la comunicación social, aspiran a una sociedad donde la

comunicación e información de los hechos cotidianos y los grandes procesos sociales sea confiable, que sirva como un vínculo entre la ciudadanía y las fuentes generadoras de información: “La comunicación y la información deben ser procesos al servicio de una mejor convivencia, y debe basarse principalmente en la búsqueda de esfuerzos conjuntos entre las audiencias, entidades públicas, organizaciones de desarrollo social y comunitarias, empresas y medios de comunicación, ONG, Defensorías de Derechos, Universidades, colegios profesionales y entidades de servicio público”.



Por su parte la señora Pérez, expresó que la Cátedra de Ética y Responsabilidad Social de la Comunicación, Alberto Cañas, se basa en un fuerte compromiso con los derechos humanos y libertades fundamentales. La libertad de expresión como derecho humano fundamental entiende la comunicación con un proceso participativo e interactivo esencial para la coexistencia humana,

la formación y la construcción de ciudadanía a fin de reconocer a las personas su plena condición de ciudadanos y no solo consumidores o usuarios de tecnología y servicios.

Este Foro Permanente formará parte de la programación del Colegio de Periodistas y extiende sus actividades a otros espacios, instancias e instituciones, a través de alianzas y de la cooperación, donde exista coincidencia e intereses comunes en los temas de la responsabilidad social, ética y la transparencia, que se relacionen con en los objetivos para fortalecer una práctica de la comunicación más ética y de servicio.



Presidente de la República Luis Guillermo Solís Rivera (derecha) inauguró la cátedra. En la imagen saluda a la hija de Don Alberto Cañas.



Quienes integran el Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica, creen firmemente en la necesidad de aportar a la transformación del país, crear conciencia ciudadana y educar a las y los costarricenses en la construcción de una mejor vida en democracia, libertad de expresión y luchar por ella.

El objetivo general de la Cátedra es fomentar y propiciar un espacio de discusión, reflexión, análisis, estudio e investigación sobre la ética y la responsabilidad social de la comunicación, con participación de la sociedad civil,

instituciones públicas y privadas, las instituciones de educación superior, los centros de investigación en el ámbito de la comunicación social, los profesionales y las empresas de comunicación.

La Cátedra ha asumido como compromiso fundamental, la construcción de un debate público y ciudadano por el derecho a una comunicación transparente, objetiva, veraz, de alta calidad, diversificada, confiable y responsable en el contexto actual costarricense.

Los objetivos específicos que se han planteado para el desarrollo de la Catedra son:

- Conocer y reflexionar sobre los aportes e iniciativas en materia del ejercicio del derecho a la comunicación, tanto, de los medios de comunicación como de los profesionales en este campo y garantizar la participación ciudadana, como factor indispensable para la construcción de una cultura democrática, del pluralismo y la transparencia.
- Apoyar la creación de una estrategia conjunta con diversos sectores y actores sociales, para avanzar hacia una discusión pública, política y ciudadana de la comunicación, como un derecho, así como para la articulación de proyectos e iniciativas con diversos actores de la sociedad.
- Crear nuevas formas de asociación entre los sectores público y privado e interesados de la sociedad civil, así como el establecimiento de y/o fortalecimiento de proyectos o programas que contribuyan a lograr una mayor coherencia y mejor coordinación en el desarrollo de la sociedad de la Información.
- Recuperar, registrar, sistematizar y comunicar nuestras prácticas, saberes y experiencias en el campo de la comunicación, para seguir aprendiendo y retroalimentando la percepción de los diversos públicos de la sociedad civil.
- Propiciar, ejercer y exigir la transparencia y la rendición de cuentas y convertirse en una Cátedra dinámica, abierta al cambio; un centro académico inteligente, inclusivo, de pensamiento creativo, que aprende de sí misma y de su entorno, capaz de generar conocimiento, de trabajar colaborativamente y de extender sus experiencias a otros campos y espacios de acción.

- Fomentar la participación ciudadana para que los habitantes se involucren y participen en los conversatorios, debates, foros, conferencias, encuentros, charlas, seminarios, congresos, talleres y diálogos, con miras a entablar el debate democrático, sobre aquellos desafíos de orden social, cultural, económico, ambiental, político, técnico y ético, y aquellos de relevancia que inciden en la sociedad y que apelan a una mayor responsabilidad social de la comunicación.
- Participación activa de organizaciones y personas para crear una agenda pública en aquellos temas que fomenten: la vida democrática, cívica, la independencia de criterios, las libertades públicas, el principio de legalidad, la defensa de los derechos fundamentales, el derecho a la información, el acceso a los medios, el fortalecimiento del marco jurídico del país en materia de comunicación, las garantías sociales en sentido amplio y la defensa de una práctica profesional independiente al servicio de los valores fundamentales de la sociedad.
- Exponer públicamente las prácticas poco éticas de los comunicadores, empresas y organismos de comunicación.
- Promover el plurilingüismo y defender la diversidad cultural como fuerza motriz del proceso de investigación y desarrollo de contenidos para utilización a nivel nacional y regional.
- Fomentar el libre flujo a la información de calidad, asegurando la equidad, el equilibrio, la tolerancia, la pluralidad, el acceso y participación de la sociedad, el intercambio de conocimiento y el acceso universal a los bienes culturales.
- Potenciar la cooperación y la colaboración en aras de llevar a cabo el intercambio de información sobre prácticas y experiencias. Fomentar el acervo de literatura y recursos específicos, a través de la generación de documentos, productos audiovisuales, multimediales, e informáticos. Desarrollo de procesos de formación continua y planes de capacitación, que permitan a las personas familiarizarse con el tema de la responsabilidad ética en el ejercicio de la comunicación colectiva y el fortalecimiento de redes que conduzcan a aumentar la participación individual en la democracia.
- Promover un fondo de solidaridad, que facilite la participación de la sociedad civil (jóvenes, mujeres, pobladores rurales, comunicadores y medios regionales y especializados) pequeñas y medianas empresas en el proceso preparatorio de “Jornadas Anuales” tendientes a valorar el desempeño ético de los medios de comunicación y de los profesionales de la sociedad de la información. La comunicación debe ser también objeto de análisis y auditada, por la ciudadanía como un medio para asegurar su valor de servicio y por lo tanto su valor público.
- Producir estudios e investigaciones sobre el impacto de la sociedad de la información, en especial en los campos de la educación, la ciencia, la cultura, la convivencia, el mundo del trabajo y de las instituciones sociales, promover el intercambio de conocimiento y las mejores prácticas en este sentido.

- Promover la investigación sistemática y estudios experimentales para contar con información veraz, que ayude a los interesados en la toma de decisiones, para reducir la brecha digital impuesta por la globalización.
- Servir de apoyo no formal a los contenidos académicos-curriculares de las Escuelas de Comunicación de las Universidades de Costa Rica.
- Ser una fuente de cultura general, que garantice que la escogencia de los temas a tratar sea representativa de los intereses y valores del pueblo costarricense y en especial de las organizaciones de la comunicación social y de la sociedad civil.
- Propiciar el acercamiento al proceso de construcción de una Ley de Radio y Televisión, propuestas gubernamental y ciudadana, que permita la pluralidad de los medios y formas de propiedad más flexibles y democráticas.
- La Cátedra, aspira a ser foro permanente para el rescate de la memoria mediática y de la consciencia lúcida de humanistas que forjaron las instituciones democráticas y las conquistas sociales de este país, durante décadas, y que hoy se encuentran en sus obras.

Costa Rica requiere retomar el camino recto, el de la práctica moral y ética, el camino de la transparencia y la rendición de cuentas de todos y cada uno de los ciudadanos en todos los campos del quehacer social. Por esta esta razón, se creó la Cátedra de Ética y Responsabilidad Social de la Comunicación, que se dedica a la vida, obra y figura de Don Alberto F. Cañas Escalante, como voz, como inspirador, por ser hijo de una Costa Rica fecunda, de una joven democracia, y cuya pluma inmortalizó las formas del ser costarricense, sus luchas por encontrar un lugar en el concierto de las naciones, las faenas por preservarla de los cambios abruptos que nos heredó el Siglo XX, y que nos permite a través de su magnífica y vasta obra recorrer esos mismos caminos, de repensar nuestra idiosincrasia y pensar creativa y prospectivamente la Costa Rica del Siglo XXI .

El nombre de la Cátedra, es un homenaje para quien dedicó su vida al servicio público, a un ciudadano extraordinario por su conducta moral y cívica, al político serio, crítico, al escritor agudo, a una mente prolífera y preclara de la literatura y de las artes costarricenses. Don Alberto F. Cañas Escalante, merece que su conducta sea emulada por las nuevas generaciones, porque sobre todo fue un costarricense amante de su país, de las buenas tradiciones y de las instituciones que hicieron grande a Costa Rica.



La Cátedra será un homenaje permanente, a la fructífera vida y aportes del periodista Alberto F. Cañas, quizás la figura más destacada de Costa Rica en la Segunda Mitad del Siglo XX y principio del XXI. Esta Cátedra, no solo será una actividad más del calendario del COLPÈR, sino un acto de recordatorio de lo que deben ser los comunicadores sociales, una forma de perpetuar la memoria de quien merece ser Benemérito de la Patria, Ciudadano de Honor y Conciencia Lúcida de las futuras generaciones.

En el marco de la Catedra surge una alianza estratégica entre el Tribunal de Honor y Ética-COLPER con la Universidad Nacional de Costa Rica-UNA.



Esta institución de educación superior pública se constituye en la segunda universidad pública de mayor tamaño, nació en la década de los setenta, para albergar a cientos de costarricenses de menores recursos que no tenían opciones para estudiar ya que trabajaban y también se abrieron nuevas áreas para el desarrollo humano.

La Universidad Nacional es una de las instituciones más representativas no solo por ser la segunda casa de estudios universitarios creada en el país, sino porque, desde sus orígenes, ha construido un proyecto educativo, científico, cultural y social integral, inclusivo y sobre todo, al servicio de la sociedad costarricense. Esta misión la ha emprendido mediante el desarrollo de su acción sustantiva: Docencia, Extensión e Investigación.



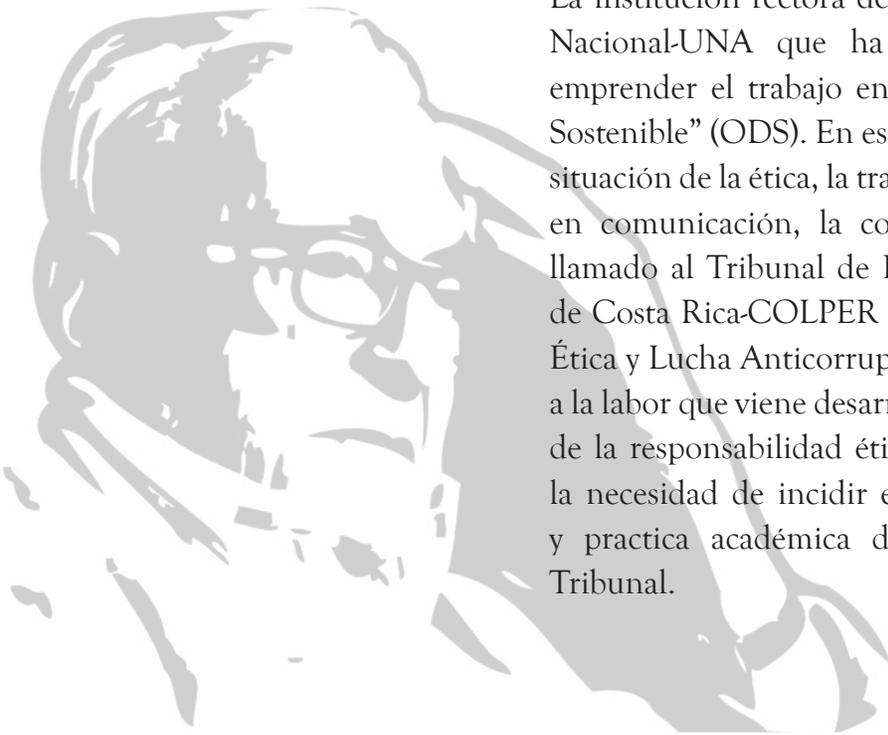
Ideario

Costa Rica Bicentennial

Diálogo Nacional

La Universidad Nacional de Costa Rica, junto con los Poderes máximos del Estado (Ejecutivo, Legislativo, Judicial, Tribunal Supremo de Elecciones) han asumido la responsabilidad de hacer una consulta nacional para construir las estrategias del desarrollo del país de los próximos 30 a 40 años. De esta manera, se declaró de interés nacional la elaboración de un Ideario como parte de las actividades centrales relacionadas con la celebración del Bicentenario de la Independencia de Costa Rica.

La institución rectora de elaborar dicho Ideario es la Universidad Nacional-UNA que ha tomado como base y referente para emprender el trabajo en el Ideario; los “Objetivos de Desarrollo Sostenible” (ODS). En este sentido, y dada la preocupación sobre la situación de la ética, la transparencia y el desempeño del profesional en comunicación, la comisión organizadora del IDEARIO, ha llamado al Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica-COLPER para que asuma la coordinación del tema Ética y Lucha Anticorrupción. Este llamado, es un reconocimiento a la labor que viene desarrollando este órgano colegiado, en procura de la responsabilidad ética del profesional en comunicación y de la necesidad de incidir en la ética ciudadana, así como la visión y práctica académica demostrada por quienes integran dicho Tribunal.



CÁTEDRA DE
ÉTICA Y RESPONSABILIDAD
SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN

ALBERTO F. CAÑAS ESCALANTE



En esta dimensión el Tribunal de Honor y Ética-COLPER por medio de la instauración de la Catedra de Ética y Responsabilidad Social de la Comunicación “Alberto Cañas”, ha asumido el compromiso institucional de emprender un diálogo responsable con diferentes sectores de la sociedad, así como la disposición de atender en todos sus extremos las sugerencias y recomendaciones que garanticen el futuro en construcción de la Ética y Lucha Anticorrupción: UNA Visión desde la comunicación Social.

Desde ahí, se ha emprendido desde el mes de marzo del 2017 un esfuerzo de intelectuales, políticos, académicos, comunicadores sociales, estudiantes universitarios como de colegios humanísticos y la sociedad civil, que han participado en diversos foros para contribuir con sus ideas a un mejor país en variados temas, entre estos lo referente al ámbito de la Ética y la responsabilidad del comunicador social.



El propósito de esta iniciativa de Diálogo Nacional es recoger de parte de la sociedad las soluciones que el país requiere, más allá de viejos y nuevos problemas nacionales, pues se busca que las propuestas que se formularán tengan viabilidad política, jurídica y económica. Por ello, ha habido interés de aportar en materia de comunicación, dado el imperativo de la responsabilidad del comunicador en el contexto actual y de cara a la cuarta revolución.

Para ello, en lo que compete a este tema (Ética) los responsables se han encaminado en el nuevo método seguido por el Ideario, de abrir espacios de consulta a los comunicadores y a la sociedad civil y asegurar un proceso amplio y participativo, de reflexión sistemática y de análisis, en procura de generar un auténtico diálogo entre los profesionales de la comunicación.

De esta manera, ha sido gratificante el trabajo que se ha hecho con participación de comunicadores como: talleres, charlas, foros, conversatorios, mesas de trabajo, plenarias, entrevistas, exposiciones, encuestas, todo ello, con el propósito de entrecruzar y dialogar con los diversos sectores de la sociedad civil organizada: universitario, científico y humanística, artistas e intelectuales que tengan voluntad de dar cuenta de las más genuinas aspiraciones de la población costarricense en materia de ética.

Los comunicadores y académicos que dirigen el Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas, (2010-2022) han asumido el reto de hacer lectura de la situación actual de la comunicación, reconociendo el interés ciudadano de defensa de los derechos, de la gestión comunitaria, de las inconformidades o injusticias. Por ello, han hecho su mayor esfuerzo para contribuir en la construcción del presente Ideario (2021), motivar las voces e invitar a dialogar abiertamente de temas que son de relevancia para el país. La integración del tejido universitario con el gremial, comunitario, político, económico, cultural entre otros sectores participantes, será la riqueza que catalice las acciones que correspondan para mejorar la calidad de vida de las personas que habitan el país.

En Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional culminará su trabajo al presentar al país la propuesta nacional en el mes de noviembre de 2021, por ello, en este trabajo no detallaremos sobre insumos que en este momento apenas están en proceso de sistematización, pero intentaremos dejar planteados de manera general e inicial algunas preocupaciones que de manera reiterada se han recogido en las diversas conversaciones con grupos y personas del ámbito del periodismo, las relaciones públicas, la publicidad, la producción audiovisual y el diseño gráfico.





3.1 Jornadas de reflexión:

La construcción de una agenda ética para la Costa Rica del bicentenario, una visión desde la comunicación

Con los insumos de los procesos anteriores, y conscientes de los cambios generacionales y culturales, y frente a una crisis de valores, de credibilidad en las instituciones sociales del país, el Tribunal de Honor y Ética, por medio de la Catedra Alberto Cañas, junto con el Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional de la Universidad Nacional, convocaron a una jornada de reflexión multisectorial. En las sesiones de trabajo, estudiantes de Colegios Humanísticos de secundaria, universitarios, académicos, intelectuales y profesionales en comunicación aportaron sus ideas, sus prácticas y experiencias. En este espacio participativo se planteó: El Qué, El Para Qué, ¿Desde Dónde? Lo anterior como punto de partida para poder desarrollar las interrogantes, considerando la conceptualización de la ética desde los valores diarios: los valores éticos que deben permanecer, cuales deben fortalecerse y cuáles deben ser los valores a futuro en nuestra sociedad, así como los retos de la información en los nuevos paradigmas de la globalización de la comunicación social.

Tal y como lo expresamos antes, dejamos soslayados algunos elementos en este documento, que serán profundizados en otro momento, cuando se tengan a mano todos los hallazgos recogidos entre los años 2017 - 2021, y el Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional haya sido oficialmente entregado a las autoridades universitarias, nacionales y a la sociedad según lo previsto por sus organizadores.

Nos parece pertinente compartir en este documento algunos aspectos recogidos en la Jornada de Reflexión realizada el 12 de febrero de 2020: “La construcción de una Agenda Ética para la Costa Rica del Bicentenario, Una visión desde la Comunicación”, dada la importante participación de la sociedad civil, instituciones públicas y privadas, universidades, los profesionales y las empresas de comunicación.

La participación en esta actividad, así como los insumos que se construyeron bajo la metodología de mesas de trabajo, serán integrados a la publicación del Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional

como parte del tema de ética y valores, desde la visión de la comunicación social y su responsabilidad con la profesión y la ciudadanía costarricense.

Se organizaron mesas de trabajo, de tal manera, las personas integrantes de cada mesa desarrolló un EJE temático, que luego fueron compartidos en una plenaria.

Compartimos las preocupaciones, observaciones y recomendaciones generadas durante las “Jornadas de Reflexión” en el ámbito de la comunicación social:

EJE 1:

Aportes de la comunicación social y función de los medios en el fortalecimiento de los valores democráticos de los costarricenses.

Primer Eje Temático	Reflexión: Aportes de la comunicación social en el fortalecimiento de los valores éticos de los costarricenses.
DINÁMICA	Discusión abierta, intercambio de criterios y contraste de posiciones.
OBJETIVO	Recoger las distintas visiones de las personas participantes en torno a la percepción y convergencia conceptual y práctica relacionados con la ética, los valores y los principios de la vivencia ciudadana de los participantes, para perfeccionar las prácticas profesionales de los comunicadores a través de la construcción de consensos en estos ámbitos.
INSUMO	Diversidad de perspectivas, elementos y criterios, que sirvan de sustrato para la discusión, de una visión más amplia, diversa y plural sobre los diversos ámbitos de la vida social y la práctica profesional como constructo para la vida ciudadana y las prácticas democráticas.

El objeto material de la ética, son los actos humanos, esto es, aquellas acciones que realiza un individuo de la especie humana a partir del uso de la razón. Se refiere a aquellos actos sobre los cuales el hombre tiene control. Primera regla: Nunca se debe actuar en contra de nuestra propia consciencia.

Bajo la premisa de que todas las personas tienen diversas formas de concebir su universo mental, cultural y social, se reafirma como puntos coincidentes en el grupo de trabajo de esta Jornada, que es relevante conocer las percepciones que asumimos como individuos en el ámbito cotidiano, social, profesional y como ciudadanos, según sea nuestra idea de la ética, los valores humanos y las

prácticas ciudadanas.

Se infirió una construcción conceptual de la ética, los valores y las prácticas ciudadanas, según la jerarquía de quehacer profesional en comunicación de los participantes. Al respecto, se formuló que:

- Los Valores, son esos principios que rigen la vida

personal de los individuos, que se aprenden en el hogar desde la infancia, pero también, desde la escuela y a lo largo de las experiencias vividas. Son prácticas y juicios que una persona posee.

- La Ética, entendida como las normas que se deben seguir para realizar un ejercicio profesional responsable, incluye valores personales, por lo que no se podría tener una práctica ética desvinculada de los valores.
- Las practicas ciudadanas, se entendieron como el actuar profesional que, en el caso del periodismo, es informar con la verdad, para colaborar en la creación de criterios apegados a la realidad, y de esta manera, fortalecer la democracia.

Cabe rescatar que, las personas participantes adecuaron los conceptos a su practica profesional. Este tipo de diálogo común permitió la construcción de insumos, guías de acción para los y las comunicadoras que se están formando académicamente y aquellos quienes ya ejercen un papel activo en la formación de opinión pública. Esto es de suma importancia debido a que, los comunicadores tienen una influencia directa en los valores, en lo nacional, regional e institucional.

los participantes surgieron algunas preocupaciones atinentes a la realidad costarricense. Cabe mencionar las siguientes interrogantes: Por ejemplo:

- ¿Cómo realizar un ejercicio periodístico apegado a la ética y los valores personales, en espacios donde se trabaja por demandas específicas y el o la profesional no elige precisamente la forma o el enfoque se le brindará a la información?
- ¿Existe preocupación acerca del enfoque que en los últimos años se le está dando a la información, ya que se presenta como un producto a vender, y que funciona como arma de intereses políticos?
- La subjetividad de los profesionales versus la objetividad deseada a la hora de ejercer.

Ante estos aspectos, se estuvo de acuerdo en la importancia del papel de los profesionales o académicos que enseñan a los futuros comunicadores. Es por ello, que dentro del proceso educativo deben estar presentes los valores éticos necesarios para el ejercicio responsable de la profesión. En este sentido, se mencionó la carencia en las universidades que dictan carreras de comunicación de cursos sobre ética y valores. Se destacó el fortalecimiento que debe brindarse en la formación científica de los profesionales y de la necesidad de una educación continua de calidad.



EJE 2:

Ámbitos de la ética: Personal-Cotidiana- Profesional, Ciudadana

Segundo Eje Temático	Ámbitos de la ética: Personal-Cotidiana-Profesional-Ciudadana.
DINÁMICA	Construcción de textos intersubjetivos a través de narrativa episódica de experiencias profesionales de los y las participantes, preguntas catárticas, y moralejas de las experiencias y 6 de los valores compartidos de los comunicadores.
OBJETIVO	Comprender las lógicas y rutinas que subyacen en el quehacer profesional de los comunicadores (as), para construir reglas de valores y principios, que conduzcan al mejoramiento del desempeño profesional en una sociedad democrática.
INSUMO	Acopiar las experiencias que constituyen barreras para el desempeño profesional y conocer los principales dilemas éticos que confrontan diariamente los comunicadores.

El periodismo informativo es un hacer. Y como hacer, es el resultado de una acción personal y profesional libre. Las sociedades modernas así lo han querido: que sea el periodismo, y en concreto el periodismo que sirve la información a los ciudadanos, el que haga gala del derecho a la libertad de expresión que vertebró la democracia y consagra como valor fundamental del ordenamiento jurídico el pluralismo social y político. (Restrepo,1998)

Entendiendo la complejidad del desempeño profesional de los comunicadores se plantea la interrogante: ¿En qué casos del ejercicio profesional se han visto confrontados sus intereses personales entre los ámbitos abordados (Personal-Cotidiana- Profesional, Ciudadana), ¿que lo enfrente a un dilema ético?

En este caso las y los participantes entraron en una reflexión que los sitúa ante contradicciones profesionales y personales, ahí está el dilema ético, es decir, encontrar equilibrio entre la subjetividad del individuo y los códigos éticos del quehacer profesional.



En primer lugar, se reconocen las ramas de los y las profesionales en comunicación: Relaciones Públicas, Periodistas, Publicistas, Producción Audiovisual, como actividades que tienen una gran responsabilidad ética en la función comunicativa y un valor social que se debe mantener.

En este grupo se señala un ejemplo en particular, digno de comentar, como es el caso de aquel tipo de publicidad, en el que se reconocen dilemas éticos, como es la desensibilización social en la publicidad, la cual atiende solamente a pautas de mercado y de consumo. Ante esta situación, el grupo de participantes afirman que la ética personal,

profesional y ciudadana están interconectadas y es necesario trabajar de manera conjunta como gremio, para respaldar a las y los profesionales.

Dentro de esta reflexión se coincide en que, la comunicación es un hacer. Y como hacer, es el resultado de una acción personal y profesional libre, el comunicador responsable hace gala del derecho a la libertad de expresión que vertebra la democracia y consagra como valor fundamental del ordenamiento jurídico y el pluralismo social y político.

Se coincide en que el ejercicio de la libertad, no está exento de responsabilidad. Parece claro, pues, que la ética periodística y demás profesiones de la comunicación, deberán pensar los fundamentos morales de esta relación entre la libertad profesional ejercida y la especial responsabilidad pública que les corresponde.



EJE 3:

Valores Esenciales de la Democracia Costarricense y Ejercicio Profesional

Tercer Eje Temático	Valores Esenciales de la Democracia Costarricense y Ejercicio Profesional
DINÁMICA	<ul style="list-style-type: none"> • Se propone un ejercicio individual y colectivo de valoración con escala de medición, con el propósito de comparar los criterios de los participantes acerca de los valores. • Mediante técnica de interrogación se integran las percepciones del colectivo.
OBJETIVO	<p>Correlacionar la percepción que tienen los profesionales de la comunicación sobre los valores democráticos y su incidencia en la incorporación de éstos en el desempeño profesional.</p>
INSUMO	<ul style="list-style-type: none"> • El principal insumo son las escalas de valores individuales • Las percepciones sobre los valores democráticos • La vivencia democrática y el aporte pedagógico, según las experiencias de cada uno.



En esta ocasión, las y los participantes sistematizan desde su experiencia profesional los valores fundamentales de la Democracia Costarricense, utilizando una escala del 1 al 6, según su relevancia.

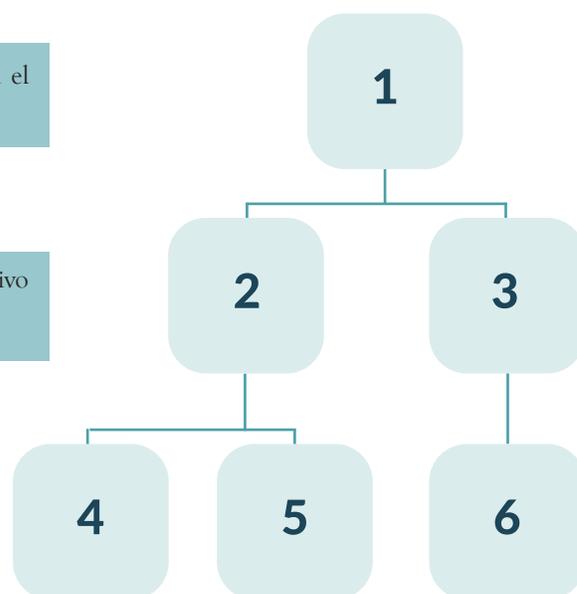
De esta manera, los participantes ordenaron los valores de la siguiente manera:

1. Libertad.
2. Igualdad.
3. Justicia.
4. Tolerancia.
5. Responsabilidad.
6. Fraternidad.

Es posible incorporar estos valores y prácticas ciudadanas en el desempeño profesional de los y las comunicadoras ?

Opera el marco jurídico e institucional como un referente positivo en la práctica profesional .

Valorar la función pedagógica de la comunicación en la vivencia democrática a nivel de la sociedad.



Una vez jerarquizados los valores, surge la interrogante ¿Es posible incorporar estos valores y prácticas ciudadanas en el desempeño profesional de los y las comunicadoras?

Al respecto señalaron que, tomando en cuenta que no hay democracias puras, en Costa Rica existe una institucionalidad que fomenta valores democráticos, pero no se cumple en todos los ámbitos del quehacer profesional.

Por lo tanto, es fundamental que la información se transfiera por medio de comunicadores informados, estudiados, críticos y respetuosos de los derechos

humanos. De no cumplirse esto, se cometen muchos errores en la transferencia de la información y se perjudica y confunde a la ciudadanía.

Dentro de la comunicación y su práctica se ha señalado que valores como la libertad, igualdad, inclusión de minorías y sensibilidad se encuentran presentes. Sin embargo, reconocen que la falta de valores democráticos en la comunicación recae también en los medios de información que contratan y exponen a personas que no están capacitadas de la forma adecuada ni tienen formación científica validada por algún centro de educación superior.

Por su parte, en la función pedagógica de la comunicación para fortalecer y fomentar la convivencia democrática a nivel de la sociedad se afirma que, la educación en el país no cumple con lo necesario, para que los y las ciudadanas crezcan y se desempeñen con los valores democráticos requeridos para que la sociedad sea civilizada y respetuosa.

En la sesión de reflexión y diálogo se insta a construir soluciones conjuntas:

- Realizar campañas educativas en comunicación.
- Fomentar más posibilidades de desempeño y trabajo para los y las estudiantes de comunicación.
- Potenciar pedagogía basada en valores en todas y todos los comunicadores.
- Mayor apoyo del Colegio de Periodistas en capacitación y en la formación en valores.
- Propiciar un mayor debate y análisis crítico de la función ética, tanto, de los comunicadores, como las empresas de comunicación y de las instituciones públicas.
- Promover dentro de los medios de comunicación el respeto a la libertad de expresión que tienen los comunicadores, para informar libremente y con objetividad lo que obtienen de sus fuentes.
- Apoyar desde las empresas, organizaciones, instituciones públicas, universidades y desde el Colegio de Periodistas de Costa Rica la investigación en materia de comunicación, ética y valores.
- Producir materiales educativos y didácticos sobre ética y responsabilidad social de la comunicación.
- Refomar la ley del Colegio de Periodistas de Costa Rica, para que el Tribunal de Honor y Ética, ejecute acciones ante denuncias por violación a la ética de parte de medios de comunicación y de los profesionales, tanto, los que están colegiados como los que no se hayan inscrito ante el COLPER.

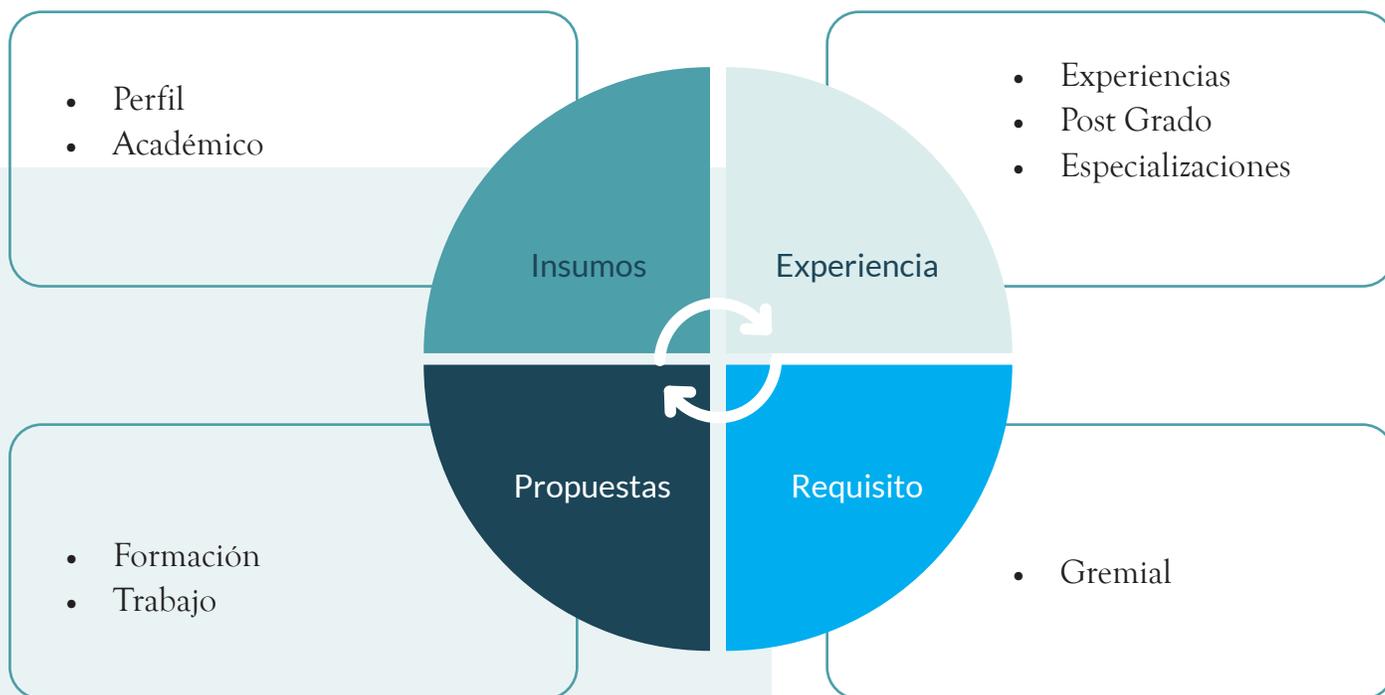
La construcción de estas propuestas constituye un paso de relevancia en el diálogo nacional, dado que distintos profesionales del área de la comunicación detectan vacíos, que no solo afectan su quehacer profesional, sino, la premisa básica de informar a la ciudadanía costarricense, con una visión ética y crítica de las problemáticas actuales, pues ya no existen meros espectadores o receptores de información, por el contrario, la ciudadanía es ente activo y más cercano a la interacción con los medios comunicativos que promueven calidad y veracidad como fin último.



EJE 4:

Formación ética del comunicador : La función pedagógica de la comunicación en la vivencia democrática a nivel de la sociedad.**La formación pedagógica en el desempeño ético profesional en comunicación**

Valore los aportes, la responsabilidad, los insumos y el peso de estos sectores de la comunicación en la formación ética de los comunicadores



“Uno de los puntos clave de cualquier ética, y más todavía de cualquier ética profesional, es el papel de la consciencia de cara a la acción personal” Agejas y Serrano (2020)

Se generaron y se debatieron algunos criterios de los aportes, la responsabilidad, los insumos y el peso de estos sectores de la comunicación en la formación ética de los comunicadores.

Dentro de los insumos que rescataron y se hizo hincapié en las jornadas, se encuentra el Código de Ética de las y los Profesionales en Comunicación, el cual funge como guía de acción en el quehacer comunicativo. Ahora, se coincide en la necesidad de actualizar dicho código, debido a las demandas de la realidad actual, entre algunos puntos, la velocidad vertiginosa de las nuevas tecnologías que acercan cada vez más a la población a las noticias, al diálogo, a la opinión, también la desinformación con noticias falsas, que pueden llegar a perjudicar la integridad de una persona o de un grupo social; es oportuno crear espacios de reflexión



acerca de la realidad nacional e internacional respecto a los valores éticos y cómo estos responden o se alejan de la realidad social.

Se reconoce que jornadas de reflexión como esta no son la norma, por ello, es un gran acierto en el país, tener la posibilidad de discutir sobre la responsabilidad de los periodistas y de otras disciplinas de comunicación que inciden en el prestigio de la labor profesional y sobre todo en ayudar en la formación de criterio veraz de la ciudadanía. Se concuerda en que la formación pedagógica en valores inicia desde la niñez, desde los hogares; posteriormente, se fortalece en los centros educativos y en la comunidad.



Se enfatiza que es en los hogares que inicia y se educa en valores, de ahí, que es importante, que los agentes de comunicación también sean armoniosos, con una actitud crítica y reflexiva. En otras palabras, que las noticias que llegan a las familias por televisión, radio, prensa escrita, redes sociales, internet, teléfono sean de calidad. O bien, fomentar en los hogares, en las escuelas, en la comunidad una actitud participativa como ciudadanos, con pensamiento crítico y alerta al consumo mediático responsable.



También, a nivel académico y de formación de los profesionales en comunicación, se plantea como propuesta discutir en las aulas el Código de Ética, crear posibles escenarios de situaciones que pasan en la cotidianidad laboral, y cómo trabajar para mantener una posición ética ya que, en ese ejercicio de la vida cotidiana se encuentra más peso y posibilidades de acciones colectivas en un futuro laboral. Además, la necesidad inminente de continuar con espacios de capacitación para los educadores en el campo de la comunicación ética.



EJE 5:

Prospectiva Ética de la Comunicación, Democracia, Derechos Humanos, Tecnologías y Humanismo y Nuevos Valores.

Quinto Eje Temático	Prospectiva Ética de la Comunicación, Democracia, Derechos Humanos, Tecnologías y Humanismo y Nuevos Valores
DINÁMICA	Propositiva, se trata de construir nuevas propuestas en el abordaje y las prácticas profesionales en comunicación.
OBJETIVO	Construir consensos de valores para una Ética Prospectiva de la Profesión, a partir de la jerarquización y análisis de los elementos nuevos del contexto analizado.
INSUMO	Percepciones, valoraciones y prácticas profesionales en los nuevos contextos.

El criterio actual de operatividad es tecnológico y no el juicio sobre lo verdadero y lo justo. Se defiende la pluralidad cultural y la riqueza de la diversidad». (Lyotard)

Los participantes que desarrollaron su trabajo en la sede del Colegio de Periodistas, bajo la figura de mesas de trabajo y plenaria, rescataron que el Siglo XXI ha experimentado cambios civilizatorios sin precedentes, de orden cualitativos y cuantitativos. La complejidad y la diversidad de transformaciones, obligan a repensar la Ética de la Comunicación en el marco de la convivencia democrática.

Es por ello, que las y los participantes dialogaron sobre la necesidad de construir consensos sobre valores para una Ética Prospectiva de la Profesión, a partir de la jerarquización y análisis de las percepciones, valoraciones y prácticas profesionales en los nuevos contextos.

Surgió el debate acerca de la ética en dirección hacia la corrupción y la impunidad, en lugar de ser una vía



preventiva para el quehacer profesional. Esta premisa, se fundamenta en la preocupación por la pérdida de la responsabilidad social, la promoción de anti-valores, la pérdida de la verdadera participación ciudadana, pues la democracia se ha visto reducida al sólo acto de votar: la democracia no constituye solamente el voto.

Los puntos anteriores marcan un eje importante en la visión del país, incluso afectan la practica de la comunicación ya que, es una lucha constante ante problemáticas como las noticias falsas, el abstencionismo a la hora de elegir gobernantes, la falta de transparencia, la violación de los derechos humanos, entre otros. Es por ello que, las y los profesionales en comunicación constituyen un gremio importante en la producción y reproducción de información, que pasa a ser opinión pública, insumos de debates, ejes de acción, proyecciones a futuro, en sí, herramientas para el cambio.

En estas Jornadas se propuso seguir trabajando en temas relevantes como:

- Tratamiento de la información.
- Prevenir la corrupción aplicando leyes mediante la ética y valores.
- Tolerancia y respeto entre los comunicadores.
- Humanizar la comunicación.
- Respeto de los dueños de las empresas de comunicación hacia la labor del comunicador.
- Dignificación laboral para el empleo de las y los profesionales de la comunicación que cuentan con su título profesional.
- Actualización de la legislación del Colegio de Periodistas.
- Empoderar a los profesionales del COLPER en comunicación virtual, redes sociales y conectividad, Big Data (Estudios de Minaje de datos, Web Semántica, Periodismo computacional) para mayor acceso de oportunidades laborales y profesionales, tanto, en el GAM (Gran área metropolitana) como en las comunidades y regiones rurales que permita ampliar sus conocimientos y destrezas en materia tecnológica.
- Promover la capacitación y formación en prácticas empresariales innovadoras, para el sector de la comunicación, con una mayor generación de valor agregado, empleo justo y la creación de oportunidades.

Los aspectos anteriores constituyen una ruta indispensable en la formación académica y en el ejercicio profesional de las y los comunicadores. Es oportuno, difundir y socializar las experiencias profesionales en una sociedad de consumo, de inmediatez, de desinformación, de poder como la nuestra. El papel de la comunicación social va mas allá de informar, porque crea conciencia, por lo tanto, que exista la reflexión y el ejercicio ético es indispensable para no perder el objetivo, así, se coincide con el Código "la función del comunicador se entiende en la medida que sirva para construir y no para destruir" (2011, p. 22).

EJE 6:

Valor público de la información - Derechos ciudadanos y temas sensibles

Sexto Eje Temático	Valor público de la información, derechos ciudadanos y temas sensibles
DINÁMICA	Propositiva, se trata de construir nuevas propuestas en el abordaje y las prácticas profesionales en comunicación.
OBJETIVO	Construir cadenas de valor de la comunicación como servicio público.
INSUMO	Relaciones, interacciones y encadenamiento de los ejes analizados.

Se coincide que el sentido de que toda institución busca generar valor público, que se expresa en bienestar, calidad de vida, progreso y desarrollo social. Por ello, se comenta que para quienes forman parte de una organización pública, deben tener claro el valor público que generan, pero este objetivo final no siempre es claro ni orienta el trabajo de los profesionales de la comunicación colectiva. Los comunicadores se mueven con una lógica de aplicar procedimientos y cumplir actividades, sin interrogarse ¿el para qué? y cómo beneficiar a la ciudadanía» (Semanao Universidad, nov. 2016).

Teniendo en claro lo antepuesto, se buscó construir cadenas de valor de la comunicación como servicio público por medio de insumos en: el encuadre de los derechos humanos, en el manejo de la información, el abordaje de enfoques en los temas sensibles y la pertinencia o relevancia del interés público.

Acercas del manejo de la información y los derechos humanos, se tomó en cuenta la problemática de las noticias falsas ya que, existe una dicotomía de difusión llegando al punto de la desinformación. Al respecto, señalaron el caso de la pandemia en

China, dado que "YouTubers en China informan con base en sus experiencias, y los periodistas y la población en general, se basan en sus argumentos, esto trae a su vez, otra problemática: que quienes tienen menos acceso a la información, se ven limitados, pues no se cuestiona la raíz o el origen de las opiniones y terminan aceptándolas como ciertas con las implicaciones que se desencadenan.

Aunado a lo anterior, se expone sobre la violación al derecho de estar informado, pues en algunas ocasiones el acceso del ciudadano se ve limitado. Entonces, se toma en consideración el papel de los Derechos Humanos y del interés público que existe a la hora de publicar alguna noticia, pues algunas instituciones cobran una membresía para que se pueda acceder a la nota completa, especialmente en medios digitales. De nuevo, entra el tema de mercado y consumo en la información, entonces: ¿Cuáles son los parámetros? ¿En base a qué se decide cual noticia es accesible y a quiénes? ¿Cuáles son las valoraciones éticas de estas instituciones?

Como resultado de la discusión se comparte que el acceso a la información no radica únicamente en

el tiempo invertido para conocer de algún tema, situación nacional o internacional, sino que, además, permite crear opinión, y se afirma que este es un derecho, así como una responsabilidad constitucional, según el artículo 9, (Constitución Política de Costa Rica) en el cual se afirma que la población es el primer poder, y que el Gobierno la sigue como segundo. Por tanto, es necesario opinar, recibir información y ser capaz de incidir en la toma de decisión.



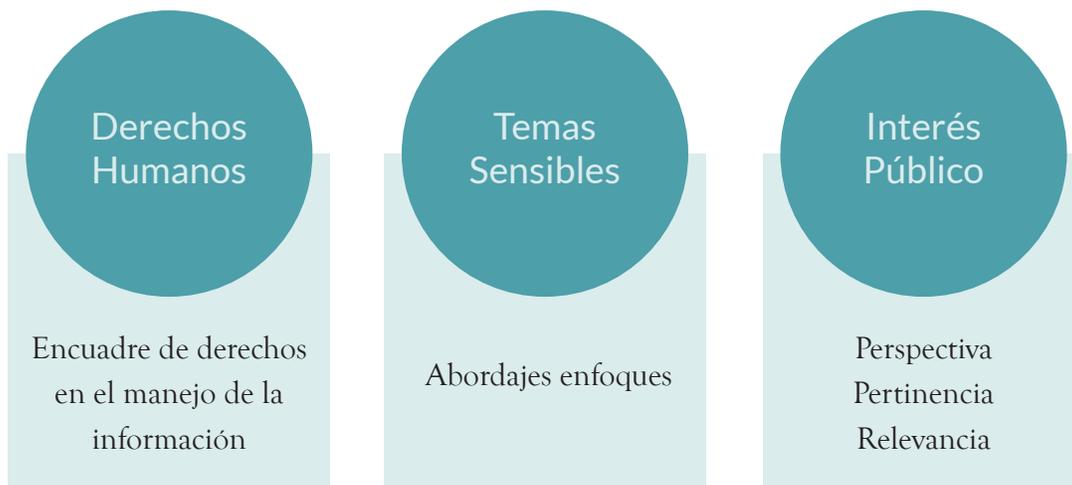
Para adentrarse en el tratamiento de los temas sensibles, como la salud pública, las campañas de las personas LGTB+, tenencias de territorios, entre otros, se vuelve un discurso de poder, pues son las instituciones quienes dictan acciones, opinión o reducen la situación a un tema de moda.

A raíz de esto, se cuestiona la capacidad de las instituciones a nivel jurídico y se menciona que algunas veces se evitan conversaciones de manera intencionada, y si se abarcan los temas controversiales, no se logra llegar a un acuerdo común o al menos profundizar en ellos para mayor comprensión de las audiencias.



Es necesario señalar que, en la comunicación no se va a generar un único discurso, puede que existan algunos más conservadores que otros, o al contrario, algunos muy radicales. Sin embargo, es tarea de los profesionales fundamentar sus posiciones con hechos, datos veraces, objetividad y por otra parte, se encuentra el papel de los ciudadanos activos, participes del acontecer nacional. Existe la libre expresión, pero debe existir también el respeto a la diversidad de opinión, la tolerancia y el diálogo, con ello, los códigos éticos que guíen el actuar de la sociedad. Por tanto, se concluye que, el flujo responsable de la información constituye un pilar de los derechos humanos.

Valor público de la información



3.2 Abordaje colaborativo e interdisciplinario.

Esta Jornada (13 02 2020) se llevó a cabo de manera interdisciplinaria y con una metodología participativa que posibilitara la discusión respetuosa y la generación de ideas. Por ello, compartimos algunos elementos que fueron tratados de manera crítica y analítica en los diversos espacios de diálogo:

En la práctica ética se entiende que los valores son comprendidos como principales lineamientos adquiridos de forma personal, desde la niñez y durante el resto de la vida, es así como el profesional reconociendo su subjetividad debe informar buscando distintas fuentes y perspectivas para la construcción de un hecho o noticia. Así, la ética es acompañada por buenas prácticas ciudadanas que incluye el sentido de responsabilidad con el país, buscar el mejoramiento de la sociedad, solicitar la rendición de cuentas y exigir la transparencia en todo momento, pero de la misma forma ser transparente con los demás.

En el ámbito de la ética profesional no se puede obviar los tres pilares de la comunicación: formar, informar y educar. Teniendo en cuenta estos pilares, es posible distinguir la disyuntiva entre la ética profesional y personal que se deben incluir en la formación de comunicadores, además de identificar la participación activa ciudadana que acompaña el deber comunicativo para que este sea veraz y significativo y alcance repercusiones de sana convivencia e impacto positivo para el bien común.

En cuanto a los valores esenciales de la democracia, se indicó el papel significativo del comunicador

para fortalecer la democracia, por ello, el proceso de transmitir información debe incluir la ética y los valores que permitan fortalecer la comunicación social del país. Esto permite ejercer como profesionales críticos ante los acontecimientos del país, por ejemplo, contribuir a educar en el manejo de temas sobre el uso del lenguaje, ambiente y género.

La formación ética y científica del comunicador es indiscutible, para no caer en la trampa de personas que se dedican a informar sin ninguna formación y acechan con desaciertos por carencia de conocimientos y valores éticos y morales que son inherentes al formado en este campo.

La educación y la formación de profesionales son también bases fundamentales de los regímenes democráticos, ellos son responsables del continuum cultural, del acervo civilizatorio, de la tradición, del avance y del progreso. Entre este bagaje se sitúan los valores, las profesiones, los aportes tecnológicos, filosóficos y espirituales de una sociedad. No en vano se ha reseñado que Costa Rica desde la República Liberal apostó por el camino de la educación como fuente de progreso, como mecanismo para redistribuir la riqueza social. Ahora resulta que, una transformación tecnológica, que además es de carácter civilizatorio, pone en entredicho, aspectos fundamentales de la vida y de la Sociedad, como son las reglas del juego democrático.



Una sociedad inteligente, progresista, civilizada como Costa Rica, no puede aceptar, que, en esta coyuntura de profundas transformaciones culturales, se deje a la libre el ejercicio de una honorable profesión, cuya dignidad, ha sido puesta a prueba en momentos de crisis social y moral. Mientras que en el mundo actual la anarquía, la violencia, el desorden y la barbarie amenazan el orden, el equilibrio social y la paz, deben existir reglas claras en el ejercicio de la profesión periodística.

Un reto a superar es hacer de la ética un análisis prospectivo y de nuevos paradigmas, porque la libertad de información, de expresión, de acceso a la información, por supuesto son y deben seguir siendo

derechos humanos fundamentales. Pero hay otros muchos derechos que tienen igual estatus jurídico, el derecho a la vida, a la privacidad, a la intimidad, a la seguridad, entre otros. Incluso el derecho de ser bien informado, porque también es un delito la difamación, la exposición de hechos falsos, la subversión, la anarquía y el llamado al desorden social del cual Costa Rica no se exime. Por eso resulta deleznable que en algunos países en aras de liberalizar el ejercicio de quienes acceden a las redes como informantes, se confundan con las funciones profesionales del periodismo. A nivel privado cada quien ejerce su derecho de comunicabilidad, pero como ejercicio público con marcado interés común y con fines sociales, lo encontramos con el campo del periodismo. No importa si éste es en prensa, radio, televisión o incluso en medios digitales. Hay una responsabilidad, un compromiso, una acción colectiva, que lo impulsa, que lo compele a hacer de este ejercicio una misión con vocación, se trata de una acción ética, es decir, no promover la corrupción de la comunicación, ni tampoco mal interpretar el



verdadero significado de la promoción de la tolerancia y respeto entre los comunicadores y humanizar esta práctica comunicativa recordando que somos seres humanos comprometidos con la vida para el bien de todas y todos. El valor público de la información, los derechos ciudadanos es un elemento crucial que deben tener presentes los comunicadores, especialmente una profesión que deviene de una necesidad social, como el periodismo. Por eso hoy más que nunca en un mundo hiperconectado, donde la comunicación es la plataforma de la acción social, la cuarta revolución humana donde la vida social transcurre por las redes y el mundo digital conforma la psiquis y el quehacer cultural económico y social, el periodismo está vigente, fuerte y lo que se requiere, es diferenciar el mundo de la comunicación banal, de aquella que tiene una función de transformar y fortalecer las democracias. Cada profesión tiene su propia Ética y esa hay que defenderla. Somos profesionales, formados y competentes, dignos, honorables e idóneos, que debemos generar más diálogos de discusión, sin temor a las distintas opiniones.

Los aportes de las jornadas y de otras actividades en las que hemos participado para ahondar en la responsabilidad social del periodista y otras disciplinas de la comunicación, se convierten en guías y generadoras de puentes de diálogo, que nos hacen comprender la urgencia de fomentar un periodismo más investigativo y no solo descriptivo. Además, tener presente que en la formación de la opinión y de la comunicación se incluya también como actor válido a las comunidades, asociaciones, organizaciones, para una práctica ética, abierta y pedagógica que genere cuestionamientos, así como conocer y entender la necesidad de actualización en tiempo real de temas sensibles, formación en valores, cuidado del otro, de la otra, del país.

Compartir estas líneas refuerza el ejercicio de toma de conciencia del papel de los y las comunicadoras, y como este se encuentra entrelazado a los principios éticos y morales del ser ciudadano. La voz de un comunicador



conlleva un peso que requiere responsabilidad, ya que, al llegar a grupos concretos y poblacionales se convierte en referencia y generador de opinión pública.

Asimismo, hay una obligación moral ineludible del comunicador social sea de cualquier parte del mundo y es que sabe que trabaja mano a mano con la sociedad, vista como ente participativo y actor del acontecer nacional. Es por ello, que la comunicación no solo es un campo estratégico, sino privilegiado, porque la credibilidad que se tiene sobre los medios de comunicación en los diferentes sectores de la sociedad hay que valorarlo y respetarlo.

La sociedad cree en lo que el medio informativo dice y lo asume como válido, porque dicha narrativa se constituye en su vía válida para construir su conocimiento y criterio sobre la realidad circundante. Los comunicadores somos formadores de opinión pública. Desde esta perspectiva, creemos firmemente que la comunicación social bien entendida y atendida, contribuye a la transformación del país, crea conciencia ciudadana, es vitrina para la promoción de la ética y participa en la construcción de una mejor vida en democracia, libertad de expresión y hay que luchar por ella.



3.3 Comunicación dialógica, transparente y prospectiva

Creemos que desde un lente multidisciplinario de comunicación se construye y se debate de manera colectiva. Por ello, el aporte sobre la ética y los valores desde la comunicación social en el Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional (declarado de prioridad nacional, se constituye en una oportunidad para poner a dialogar al pueblo costarricense sobre el futuro de la nación y a proponer, desde sus experiencias reales y concretas (que además son locales, regionales y nacionales), medidas que podrían ayudar a contener, mitigar y resolver los males que nos asfixian cada día más. Será tarea del Ideario sistematizar y poner en clave de gobernabilidad, todas aquellas acciones que resulten de este proceso con la sana intención de colaborar con el gobierno de turno y con las instituciones del Estado, pero sí enfatizando en la necesidad de trascender la demagogia por la acción.

Aunque el trabajo sobre la ética y valores no está acabado para la publicación del documento nacional sobre el Ideario, esto por cuanto como se ha dicho, se está en proceso de sistematización y diseño del mismo para su entrega al país, al equipo del Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica, como a la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad Nacional; esta experiencia le ha dado la posibilidad de participar y construir reflexión sistemática y de análisis en comunicación. Por ello, iniciaron desde el segundo semestre del 2018 de cara al Ideario, la realización de actividades académicas, gremiales y profesionales, para recoger insumos y dejar huella de la ética y los valores como parte fundamental para un auténtico diálogo nacional y transformación del país. En este sentido, se justifica mencionar en este apartado las

actividades de diálogo y análisis que se han realizado durante estos meses y donde se infiere mucho de lo comentado en el presente escrito:

50 años de profesionalización del Periodismo en Costa Rica: “Impacto social, retos y perspectivas”.



El Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas-COLPER, el Sindicato de Periodistas de Costa Rica, la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica (ECCC), organizaron las Jornadas de Comunicación: 50 años del ejercicio profesional del periodismo en Costa Rica.



El Presidente de la República de Costa Rica, Carlos Alvarado Quesada, inauguró las Jornadas. En la imagen acompañado de los integrantes del Tribunal de Honor y Ética-COLPER

La inauguración de las Jornadas se llevó a cabo el miércoles 30 de mayo de 2018 y contó con la presencia del Presidente de la República de Costa

Rica, Master Carlos Alvarado Quesada, quien recibió un homenaje de parte de los organizadores del evento por ser el Primer Mandatario Costarricense graduado de la Escuela de Comunicación Colectiva como periodista profesional.

Dentro de estas Jornadas efectuadas el 30 y 31 de mayo de 2018 se produjeron 3 Foros sobre la profesionalización del periodismo en Costa Rica y la celebración de los 50 años de creación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva. En los foros se contó con 16 expositores de alta calidad, que le dieron un éxito rotundo a las actividades académicas programadas que versaron sobre los siguientes temas:

- Contexto fundacional de la profesionalización del periodismo en Costa Rica.
- De la profesionalización al oficio; fallo de la Sala Cuarta.
- Realidad mediática entre la informalidad y la especialización.



En relación con los temas de los Foros, se destaca la discusión y análisis sobre la importancia de la creación en 1969 del Colegio de Periodistas.

Ambas entidades, la Escuela (ECCC-UCR) y el Colegio de Periodistas, acompañaron los procesos de profesionalización y desarrollo del periodismo en Costa Rica. Por eso, el tema del fortalecimiento de la

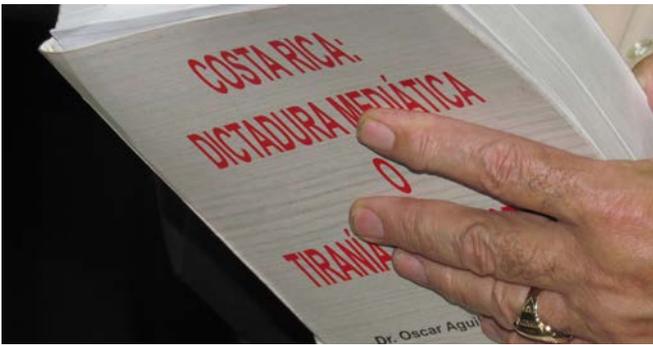
colegiatura como condición ideal, y la participación del gremio en el proyecto social de Costa Rica, sigue siendo un tema abierto y urgente de analizar.

Los expositores de los Foros fueron: Lic. Ingo Niehaus Siebe, Dr. Mario Zeledón Cambronero, Dra. Patricia Vega Jiménez, Lic. Marcia Watson Lockwood, Lic. Fernando Berrocal Soto, MSc. Giselle Boza Solano, Dr. Luis Sáenz Zumbado, M.Sc. Luis Fernando Villalobos Leiva, M.Sc. Heriberto Valverde Castro, Dr. Fernando Cruz Castro, Lic. Allan Trigueros Vega, M.Sc. Pilar Cisneros Gallo, M.Sc. Guillermo Acuña González, M.Sc. Gabriela Brenes Guevara, Lic. Giannina Segnini Picado, M.Sc. Any Pérez Cortés, Lic. Cristian Cambronero Arguedas.

El Tribunal de Honor y Ética, así como el Sindicato de Periodistas de Costa Rica, coinciden en que la profesión de los periodistas y comunicadores en general, debe estar protegida por Ley, ya que se trata de una profesión universitaria, normada, que tiene sus competencias y el perfil académico respectivo, y que, por lo tanto, el mismo marco jurídico que rige las demás profesiones debe amparar a los profesionales en comunicación.

Enlace a los Foros: https://www.youtube.com/results?search_query=Inauguraci%C3%B3n+50+A%C3%B1os+ECCC-UCR





- Conferencia: “Los medios de comunicación han perdido su verdadera independencia”, es el título de la conferencia dictada el 9 agosto de 2018, por el Dr. Oscar Aguililar Bulgarelli, Ex Director General de Sistema Nacional de Radio y Televisión, ex diputado de la República, historiador y filósofo costarricense. En la actividad se compartió sobre la producción de su libro: “Costa Rica: Dictadura Mediática o Democracia en Tiranía”, investigación realizada a lo largo de 30 años que fue publicado en agosto del 2017. Se hizo hincapié en la conferencia en que los jóvenes universitarios deben cultivar la

identidad, libertad, desarrollo intelectual, sentido crítico y analítico, para no ser presa de la garra manipuladora de los medios, que a su vez han perdido su verdadera independencia y se constituyen en instrumentos de quienes verdaderamente controlan el poder económico y político del país.

Cabe mencionar que el Dr. Aguilar Bulgarelli, recibió el Premio a la Ética y Responsabilidad Social en el ámbito académico a la investigación, que cada año otorga el Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas. Dicho galardón se entregó el jueves 31 de agosto de 2017, como reconocimiento a su obra y a su persona, al considerarlo un ciudadano luchador y convencido de la importancia del libre pensamiento.

Esta investigación que dio como resultado el Libro: “Costa Rica, Dictadura Mediática o Democracia en Tiranía”, es una oportunidad para profundizar las relaciones de las estructuras de poder, el Estado, las libertades públicas y los medios de comunicación, contribuyendo así con el análisis de la ética en el ejercicio del periodismo.



PREMIADA LA INVESTIGACIÓN ACADÉMICA EN COMUNICACIÓN



Estudiantes universitarios, académicos, organizaciones, medios de información y profesionales en comunicación tendrán acceso a contenidos de alta calidad sobre comunicación social.

EL Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica-COLPER, por medio de la Cátedra “Alberto Cañas Escalante” en el marco de la “Semana de la Comunicación” otorgó el martes 18 de setiembre de 2018 el Premio a la Ética en Investigación Académica en Comunicación, al Centro de Investigación en Comunicación de la Universidad de Costa Rica-CICOM-UCR.



La Dra. Carolina Carazo, académica, investigadora, ex-directora de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva-ECCC y representante del CICOM-UCR, indicó que este Centro es una comunidad académica de investigadores e investigadoras comprometidos con su labor por

generar conocimiento en comunicación, periodismo, relaciones públicas, publicidad, comunicación audiovisual y multimedia, en comunicación social, en tecnología, y más.

El Master Efraín Cavallini, académico y Presidente del Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas-COLPER, afirmó la necesidad de aportar a la transformación del país, crear conciencia ciudadana, educar a los jóvenes estudiantes y a los costarricenses en la construcción de una mejor vida en democracia, libertad de expresión y luchar por ella. Por ello, reconoció la importancia de poner al servicio del estudiantado y la sociedad información diseñada con los altos estándares de calidad.



Explicó a los presentes (comunicadores, académicos y estudiantes universitarios), que Costa Rica a través de los años ha estado desprovisto de un abordaje serio en materia de comunicación desde las Ciencias Sociales, de ahí la relevancia del CICOM-UCR en la investigación en comunicación: “Una de las razones de la entrega de dicho premio, se debe al esfuerzo de investigación académica en comunicación del CICOM, para ofrecer un marco idóneo a nivel institucional y profundizar el diálogo de saberes, inter-multidisciplinario e intercultural, asimismo, reconocemos la alta calidad y compromiso del equipo de docentes e investigadores que conforman el CICOM y el aporte de académicos, estudiantes y profesionales, quienes llevan a cabo un trabajo sistémico, armónico y realista.

En la visión del CICOM se representan los ideales filosóficos, políticos y académicos de las Universidades

Públicas, como de aquellos ideales históricos reconocidos y aún afianzados en el imaginario social, que aspiran a satisfacer las expectativas de los diversos sectores de la sociedad.



El CICOM se constituye en un centro académico innovador, único en su género, abierto a la comunidad académica y sociedad civil, que trata de analizar, comprender, teorizar en torno a la comunicación, así como

experimentar con métodos y técnicas de investigación aplicadas a los estudios de la comunicación, permitiendo profundizar en el análisis de la comunicación social para que esté al servicio de la comunidad universitaria y de la sociedad nacional e internacional.

El MSc. José Luis Arce, Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva-ECCC-UCR, en representación del Dr. Henning Jensen, Rector de la Universidad de Costa Rica, resaltó la calidad y la rigurosidad del CICOM-UCR en temas actuales sobre comunicación social: “En estos momentos de crisis, el papel que juega el CICOM es importante, porque plantea una ventaja para la industria y permite ofrecer información calificada para las prácticas de la comunicación social.

El CICOM-UCR, nace a principios del año 2012, y sus avances han sido bastante significativos, de hecho, el CICOM pasó de tener 14 proyectos inscritos en el 2012 a tener casi 30 proyectos activos para esta fecha. El equipo de este centro ha organizado decenas de actividades como conferencias, charlas, conversatorios, mesas redondas, foros, jornadas de investigación y, por supuesto, el Congreso de ALAIC realizada en el 2018 que albergó a más de 1000 personas en nuestro país. Sus investigadores no solo se han publicado en reconocidas revistas, sino

que su investigación nutre la docencia en todos los niveles de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva-ECCC y el Posgrado, desde bachillerato y licenciatura hasta maestría.

El Presidente de la Junta Directiva del COLPER, Allan Trigueros enlazó la importancia del Premio otorgado, así como el tema de la libertad, credibilidad, balance y veracidad que debe tener la información oportuna para la democracia: “en la situación que estamos viviendo en pleno siglo XXI donde hay tanta información (falsa, real, izquierda, derecha, etc) el papel del comunicador es vital, ya que si este tiene la ética y el valor necesario, se encargará de transmitir la información que es realmente verídica”, Trigueros hizo un llamado a proteger el derecho que tienen todos a estar bien informados.

El Dr. Ignacio Siles, catedrático y Sub Director del CICOM, quien recibió el Premio a nombre de este Centro Académico, brindó la conferencia titulada: “Redes sociales en democracia”, donde expuso el trabajo que había realizado el CICOM, con respecto a la red social del Facebook y las interacciones que tenemos los usuarios con esta red social y las informaciones que brindan, así como las implicaciones sociales, políticas y culturales del uso de tecnologías como redes sociales y el papel de los algoritmos.

Para quienes cursan carreras y cursos de comunicación este Centro pone a disposición las plataformas y repositorios de información, como una forma de cultivar y promover la investigación académica en comunicación e información como proceso participativo e interactivo esencial para la formación y la construcción de ciudadanía.





- Conversatorio “Encender la Radio” Iniciativa de comunicación popular y participativa.

Se contó en este conversatorio con la participación de los expositores: Master Joaquín Tapia Arenas, Músico, Comunicador Social y Activista por los Derechos Humanos, Msc. Fiorella Barahona Carmona, Feminista y Comunicadora Social y la Msc. Nery Chávez García, Feminista, Investigadora, Comunicadora, y Cofundadora de Radio Calles; integrantes de Voces Nuestras en la que se promueve la comunicación comunitaria. Se compartió con estudiantes sobre la significativa experiencia, para conocer aquellos esfuerzos de comunicación popular tan necesarios en nuestra sociedad y que buscan darle voz a la gente de nuestras comunidades y regiones. (23 de agosto de 2018- Auditorio Rodolfo Cisneros-Facultad de Ciencias Sociales).

- Conversatorio: ¿Libertad de expresión en Internet? ¿Desafíos?, a cargo de la Master Guiselle Boza Solano, académica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica-ECCC-UCR, abogada, periodista y director del Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información de la UCR.
- La actividad giró en torno a los temas: ¿Tenemos verdadera democratización de medios? ¿Qué información recibimos? ¿Es de verdadera calidad? ¿Sabemos quiénes manejan los medios? Se profundizó sobre el debate del derecho a la comunicación y las políticas de comunicación del siglo XXI. Realizado en la Sala de Audiovisuales de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Costa Rica-30 de agosto de 2018. Ciudad de la Investigación (San Pedro).



- Taller: “Noticias falsas - Fake News”. Actividad sobre cómo se debe educar a los públicos para que puedan diferenciar entre noticias veraces y noticias falsas, a cargo de las estudiantes Johana Yee, Sofía Vega y Julián Torres de cuarto año de la Escuela de Arte y Comunicación Visual de la UNA. El taller dirigido a estudiantes y académicos sirvió para conocer sobre la campaña “#NoSeHagaelMaje”, donde se analizaron los resultados de la campaña en redes sociales y la problemática de la divulgación de las “noticias falsas”, que han venido en aumento debido al creciente uso de las redes sociales de internet. Asimismo, se profundizó sobre la responsabilidad social y ética que debe prevalecer en la comunicación social. Efectuado el 6 de setiembre de 2018 - Auditorio Rodolfo Cisneros de la Facultad de Ciencias Sociales UNA.



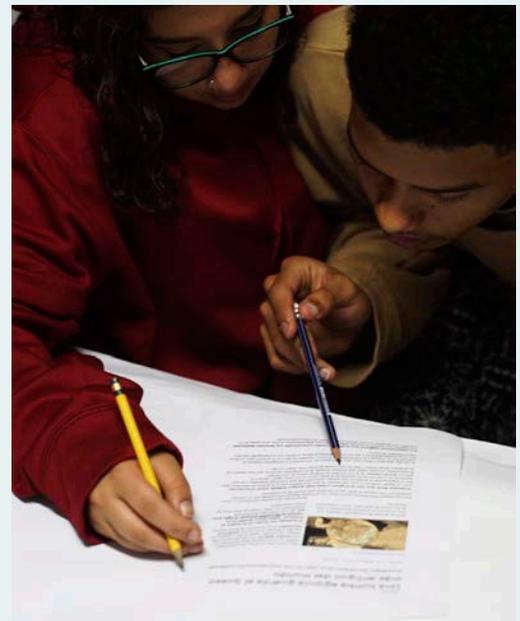
El taller resaltó 3 pilares fundamentales en el proceso de dicha campaña: infórmese, investigue y cuestione.

Espacios de análisis y reflexión como este promovidos por la academia, con el apoyo del Tribunal de Honor y Ética-COLPER, en el marco del Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional, buscan fomentar en las y los estudiantes, sus familiares, grupos, organizaciones y comunidades, la importancia del cuestionamiento y verificación de cualquier tipo de datos o noticias que reciban por diversos

canales de comunicación, por ende, ser responsables de lo que se comparte y reproduce en los medios y redes sociales, pues sin duda estas noticias son creadoras de imaginarios sociales en los individuos.

Como parte del ejercicio entre académicos, estudiantes y comunicadores, se mencionaron algunas pautas que ayudan a identificar noticias falsas:

- No creer en todo lo que se lee.
- Verificar la fuente y autor.
- Analizar detalladamente la información, la fecha y el lugar
- Si los mensajes poseen imágenes observar con detenimiento la luz y el color pues estos deben coincidir.
- Buscar fuentes confiables y consultar a expertos.





- Gira a CANAL 13 y Radio Nacional: ¿COMO FUNCIONA LA TV Y LA RADIO ? Estudiantes universitarios del curso de comunicación social de la Escuela de Planificación y Promoción Social de la UNA, asistieron a las instalaciones del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural -SINART, para experimentar “in situ” como es la producción en televisión y radio, así como el proceso de elaboración de contenidos y el andamiaje técnico para emitir programas. Las y los jóvenes compartieron con productores, realizadores y técnicos del SINART. La vivencia hizo posible que los estudiantes conocieran tanto de la comunicación que se emite a la audiencia por medio del Canal y la Radio, como del flujo de información interna que se da entre personal técnico y periodístico, donde prevalece la precisión, la coordinación y concentración, para que el mensaje llegue al público sin distorsión y con claridad según lo acordado en el guion construido por el equipo del programa. (San José-La Uruca-13 de setiembre de 2018).

Foro: Noticias falsas: Su impacto y manejo.



Las noticias falsas se han convertido en herramientas utilizadas por quienes no desean someterse a la crítica y al análisis riguroso, sino, lo que pretenden es desprestigiar y desvirtuar la verdad y el honor de los diferentes medios de comunicación, personas, organizaciones y oro otros actores que actúan éticamente.

Para incidir con mayor fuerza sobre el tema de las Noticias Falsas o “Fake News”, se organizó el 1 de noviembre de 2018 el Foro: “Noticias Falsas, Su impacto y manejo”, con la participación de expositores altamente calificados del Centro de Investigación en Comunicación de la Universidad




Le invitan al Foro:

Noticias falsas: Su impacto y manejo

Panelistas:

Ignacio Siles - Carolina Carazo <small>Centro de Investigación en Comunicación - CICOM-UCR</small>	Iris Zamora Zumbado <small>Comunicadora- Premio Pío Viquez</small>	Edgar Delgado <small>Líder del Área de "Reputación" CCK Centroamérica</small>
--	--	---

Expertos Internacionales:

Antonio Pérez Gómez <small>Universidad Politécnica de Valencia - España</small>	Iris Amado <small>Secretaría Técnica del Programa Cooperación Televisión Iberoamericana- IBETV</small>
---	--

Día: 1 de noviembre 2018

Hora: 6.00 p.m.

Lugar: Auditorio Rogelio Fernández Güel
Colegio de Periodistas de Costa Rica - Sabana Este.

Confirmar: Correo: tribunalhonoretica@colper.or.cr

de Costa Rica-CICOM-UCR, CCK- Centroamérica. También se contó con la participación de expertos internacionales (Video) de la Universidad Politécnica de Valencia-España y de la Secretaría Técnica del Programa Cooperación Televisión Iberoamericana-IBE TV.



A este Foro asistieron más de 100 personas entre académicos, profesionales de la comunicación, estudiantes universitarios y fue transmitida por Facebook Live del COLPER y del Ideario Diálogo Nacional.

Lo que se conoce como noticias falsas o fake news, es un fenómeno que altera la rutina de los medios de comunicación, lectores y empresas en general. De hecho, las noticias falsas no son nuevas, existen



desde hace muchos años, pero las redes sociales y la nueva forma de informarnos las han fortalecido.

De acuerdo con el experto Ignacio Siles del CICOM-UCR, algo que las caracteriza es su contenido afectivo.

La Dra. Carolina Carazo, investigadora del CICOM-UCR y académica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Costa Rica, indicó: “Realizamos un estudio de las tendencias de consumo de noticias en Costa Rica. En 2011, el 88% se informaba por los medios tradicionales, mientras que en 2017 ese porcentaje bajó a un 40%”. De igual forma, comentó que analizaron 15 medios de comunicación en ocho países, pese a la agenda nacional y política que manejan los periodistas, los lectores prefieren consumir entretenimiento, farándula, deportes y sucesos.

Nuestro país no escapa a esa tendencia. El CICOM analizó los medios digitales CRhoy y nacion.com, en los que descubrieron que las personas ven pocas noticias de política, tendencia que varió un poco en temas como las elecciones presidenciales, las informaciones relacionadas con el caso del cemento chino y la huelga por el plan fiscal: “Llevamos a la Universidad de Costa Rica (UCR) a un grupo de 50 personas para que revisaran sus perfiles de Facebook. Menos del 5% de los posteos que aparecía en su muro son de noticias, la mayoría eran memes o imágenes. Cuando de informaciones se trata, la persona ve primero la foto y luego el título, no se detiene a leer”, añadió Siles.

También se estudiaron las secciones de estos medios que tratan las noticias falsas, #nocomacuento de nacion.com y #nocaiga de CRhoy, el primero es un poco más acucioso al identificarlas, sin embargo, los lectores tienen poca interacción con este sitio, es decir, comparten las noticias falsas pero no rectifican.



El Master Edgar Delgado Montoya, Reputation Lider de la Agencia Comunicación Corporativa (CCK), coincide con los expositores en que los lectores no saben reconocer una noticia falsa y la comparten sin antes verificar su veracidad, tampoco saben distinguir un hecho de una opinión. Al respecto, recomendó tanto a las compañías como a los equipos de comunicación tener mensajes claves y de contención en caso de presentarse ante una situación similar. Es muy importante el monitoreo de medios de comunicación y redes sociales.

en el desarrollo de una Ética Ciudadana que siga fomentando los valores, principios y compromisos, que como sociedad hemos venido forjando al largo de muchos años.

Aprenda a detectarlas:

El expositor Ignacio Siles ofreció algunas claves para identificar una noticia falsa:

- Su contenido es emocional.
- Revisar la fuente, en ocasiones los nombres son similares a los de medios reconocidos.
- Revisar el sitio web.
- Ver cuántas fuentes de información tiene.
- Revisar la firma del autor.
- Ver las fotos, muchas veces son sacadas de banco de fotos



La sociedad civil debe de tener una capacidad de reacción que va más allá de desmentir estas noticias, por ello, el Tribunal de Honor y Ética-COLER, seguirá trabajando en este tema, para contribuir



- Inauguración oficial del Ideario Costa Rica Bicentenario - Diálogo Nacional a todo el país, con participación del Presidente de la República y los Presidentes de los poderes del Estado, organizaciones, empresas, sectores de la sociedad civil, académicos y estudiantes- (6 marzo de 2019) Archivo 101^a: Pres-Rep-Inaug Ideario.



En el uso de la palabra el señor Carlos Alvarado, Presidente de la República de Costa Rica, quien comparte la iniciativa de la Universidad Nacional-UNA para proyectar a Costa Rica en el futuro, se interroga: “¿Qué ha significado el desarrollo del arte, la ciencia, la historia, la cultura, la religión, los movimientos políticos, el avance científico y tecnológico de la humanidad?”



Para acercarse a una posible respuesta, el Presidente Alvarado mencionó que se debe tomar en cuenta el recorrido histórico y también, el aporte, reflexiones y acciones conjuntas de quienes están vivos hoy, pues constituyen la humanidad responsable para

decidir si nos seguimos proyectando hacia el futuro. En ese contexto, el señor Presidente señaló: “¿Qué tiene que aportar Costa Rica, un país joven, que apenas va a llegar a sus doscientos años? Se acude no solo al país sino a las personas que lo conforman con su libertad individual, su co-responsabilidad, y no es solo eso, pues lo que Costa Rica ha representado para la civilización, para la humanidad no es una contribución menor”.

Para el mandatario; al repasar los hitos de nuestra historia, sea de la independencia, de los primeros pasos que se dieron en materia de educación, que fueron clave para estar hoy donde estamos, poco a poco el país fue dando señales que luego para otras partes del mundo se adoptaron como naturales: “Y el legado se profundiza cuando se tomaron decisiones en la cuales valientes e innovadoras proyectaron a Costa Rica en más allá de lo que se esperaba”.

En la reflexión compartida con el auditorio (estudiantes, académicos, funcionarios públicos y privados, políticos, diputados, sociedad civil), el Presidente Alvarado enfatizó en que: “hoy estamos

en un momento -precisamente en el Bicentenario- que es necesario proyectarnos en el futuro, tomar caminos distintos, innovadores, pues vivimos en un mundo que tiene a disposición herramientas tecnológicas que se vuelven necesarias estudiarlas, aprenderlas; se vive en un país en el que el aporte de las personas depende cada vez más de su educación, de sus habilidades subjetivas y eso representa un gran reto”.

Don Carlos Alvarado, agregó que se llega al Bicentenario de la independencia de Costa Rica cambiando la visión de que el territorio es limitado y que más bien Costa Rica tiene mucho que aportar no solo a su propia sociedad para el desarrollo, sino, que existe la confianza para inspirar a toda la

humanidad con principios -que si bien cambia las tecnologías y enfoques- se siguen manteniendo en el tiempo, es decir, los principios sólidos de paz, democracia, del desarrollo sostenible, la solidaridad y esos son parte de los retos que se tienen como país.

“ Es bueno saber que nos podemos proyectar en ese futuro con iniciativas como la del Ideario de la Costa Rica Bicentenario-Dialogo Nacional, que es una gran inspiración y oportunidad de ser valientes, de hacer lo que Costa Rica ha sido antes, ser grande en sus sueños y logros. Así que de parte del Gobierno de la República nuestro apoyo y nuestra mano para su construcción”, finalizó el señor Presidente de la República su mensaje en la inauguración de este Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional.



- Apertura del “Ideario Costa Rica Bicentenario: Diálogo Nacional”, en el Eje Transformación del Estado, con el tema Ética y lucha contra la corrupción- 03 de abril de 2019 Auditorio Clodomiro Picado Twilight de la Universidad Nacional (UNA). Se contó con la participación de: Lic. Rodolfo Pizza Rocaford, Ministro de la Presidencia (Video) Dr. Norman Solórzano Alfaro, Vicerrector de Docencia-UNA; el Sr. Fabián Solano Fernández, Viceministro de Justicia y Paz; el M.Sc. Guillermo Araya Camacho, Presidente del Instituto Costarricense sobre Drogas (ICD); y el M.Sc. Efraín Cavallini Acuña, Presidente del Tribunal de Honor y Ética del COLPER. Asimismo, participaron comunicadores, estudiantes, académicos y la sociedad civil.

El señor Ministro de la Presidencia de Costa Rica, el Dr. Rodolfo Piza Rocafort, reconoció a la UNA su motivación para volver a pensar la Costa Rica de hoy y del futuro e instó a la práctica del respeto hacia las manifestaciones de las otras personas y el derecho a las discrepancias. Mencionó que la moral no permite el irrespeto a la ética, por ello, se debe luchar contra la corrupción y aunque los seres humanos enfrentamos situaciones diferentes, podemos sobreponernos y solidarizarnos, porque lo ideal en la Costa Rica de hoy es destacar lo que nos une, aunque tengamos diferencias.

En el mensaje oficial de la UNA el Dr. Norman Solórzano, comentó que con estas acciones la UNA, el Tribunal de Honor y Ética-COLPER, como las demás instituciones aliadas, cumplen con su función de abrir los espacios para contrastar

ideas de relevancia nacional: “Hay que poner en el marco del bicentenario la ética como recurso para discernir lo que hacemos y dejamos de hacer (...) y para poder determinar la legitimidad y la moral de las acciones que realizamos (...) para lograr vivir con dignidad y donde la corrupción que supone la separación del bien común de la justicia, peligra su invisibilización y su banalización”.

El Viceministro Fabián Solano, desde su posición en el Gobierno Central hizo énfasis en el tema de: “que ser funcionario público y ejercer la toma de decisiones a través de la credibilidad y los aportes de la ciudadanía es un verdadero honor (...) y tiene que ver con las funciones que cada una de las personas en el aparato estatal las ejercen y debe haber un eje transversal de ética y de transparencia (...)”



Cuando se dan problemas de este tipo, se lastima la democracia, la legitimidad y la gobernanza (...) y eso los funcionarios públicos tenemos que tenerlo en cuenta todos los días”.

El Jerarca de Justicia indicó que el gobierno debe responder a las nuevas lógicas y velocidades de las exigencias actuales en que la ciudadanía las manifiesta; también, exhortó a una real participación ciudadana y especialmente individual, para fortalecer la función pública para provecho siempre de todo el país.

El Presidente del ICD, Guillermo Araya comentó que: “es sumamente importante visualizar la ética desde lo filosófico y lo estructural (...) relacionando la corrupción con el crimen organizado, y desde lo estructural es importante

incentivar los procesos y mecanismos de transparencia y de rendición de cuentas (...) además de la importancia de que se debe tener en cuenta todo el aparato jurídico del Sistema Estatal”. Hizo énfasis, en que las iniciativas de los jefes deben asegurar y prevenir los actos de corrupción y evitar la toma de decisiones no éticas para desviar iniciativas de bien común: “El cambio debe empezar desde nosotros mismos en todos los ambientes en los que nos desarrollemos”.



- Taller didáctico “Gestión Ética, transparencia y lucha contra la Corrupción en las instituciones públicas”, a cargo de la Dra. Beatriz Pérez Sánchez, Académica, Comunicadora Social y Vicepresidenta del Tribunal de Honor y Ética-COLPER-03 de abril de 2019-Facultad de Ciencias Sociales UNA. Dirigido a estudiantes de áreas de la comunicación social.

- Taller “Ética simple para tiempos complejos” impartido por el M.Ps. Rafael León Hernández y el Lic. Juan Carlos Sebiani Serrano, miembros de la Comisión Nacional de Rescate de Valores-CNRV y del Poder Judicial. Participaron estudiantes de la Sede Inter Universitaria de Alajuela UNA de las áreas de administración, comunicación y planificación social, realizado en la Escuela de Administración EDA-UNA-03 abril 2010.





- Taller Didáctico: “Estrategias de mercadeo”, a cargo del académico de la Escuela de Informática de la UNA, M.Sc. Christofer Montero Jiménez. Participaron estudiantes de informática, mercadeo, publicidad, periodismo y se profundizó sobre las relaciones del mercadeo, la ética y la participación ciudadana. 03 abril 2019.

- Foro: “Retos de la Democracia en Costa Rica Bicentenario”: La construcción de un Estado Abierto con Diálogo Nacional, con la participación de: Sylvia Solís Mora, Subcontralora General de la República, Wagner Jiménez Zuñiga, diputado Partido de Liberación Nacional, Gustavo Román Jacobo, Asesor de la Gestión Pública, Tribunal Supremo de Elecciones TSE, María Fernanda Avendaño, ACCESA, Geannina Sojo Navarro, Coordinadora Nacional de Estado Abierto y Daniel Rueda Araya, Vicerrector de Investigación y Director General del Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional- Asamblea Legislativa- 4 Junio de 2019.



- Conversatorio: “Noticias falsas una forma de corrupción social: Ética y valores en la comunidad”. Se contó con la participación de: Msc Juan Carlos Chavarría Herrera, director del departamento de Participación Ciudadana, el Politólogo Msc. Carlos Alpízar Otoy; el diputado Walter Muñoz; el periodista Msc Gustavo Arias del Periódico La Nación; Msc José Luis Mora, Vicepresidente de la Junta Directiva del Colegio de Periodistas y la Dra. Beatriz Pérez Sánchez, Vicepresidente del Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas-COLPER. Se enfatizó sobre la importancia de procurar una normativa al respecto. Asimismo, que la corrupción que desencadenan las “Fake News”, obliga a los centros educativos junto a los medios de comunicación a incentivar estrategias para mitigar las consecuencias negativas de la desinformación en estos tiempos y poder relacionarnos éticamente con los diversos públicos. (Asamblea Legislativa-10 de junio de 2019).



- Conferencia: “Poder vs democracia: Reflexiones ante la implementación de la TV Digital en Costa Rica a cargo del MSc. Sebastián Fournier Artavia, Académico y Productor Audiovisual -Onda UNED, Representante Consejo Nacional de Rectores-CONARE en la Comisión Mixta para la Implementación de la Televisión Digital Terrestre en Costa Rica-29 de julio 2019- Sala Conferencias- Facultad Ciencias Sociales-UNA

- Conferencia: Estudiantes dejarán su huella en el IDEARIO-Diálogo Nacional”, dictada por la Msc. Sylvia Arredondo Guevara, Académica y Coordinadora General del Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional- Se motivó a los estudiantes a participar en la construcción del tema de la Ética y Lucha Anticorrupción. Auditorio Rodolfo Cisneros - Facultad Ciencias Sociales UNA. 22 agosto 2019-



- Nuevo mundo digital: “Los retos sociales ante el nuevo mundo digital”. Visita y conversatorio en el canal de TV Multimedios, con técnicos, productores y periodistas de TV y Radio. Los estudiantes pudieron comparar desde la propia praxis comunicacional el fenómeno de los lenguajes, los modelos tecnológicos y las experiencias; para comprender los intereses, fundamentos y propósitos de los medios de comunicación social- 12 setiembre 2019. San José.



- Foro: Ética, Comunicación, Ciudadanía y Democracia: La vigencia de la ley de creación del Colegio de Periodistas de Costa Rica a sus 50 años de Profesionalización. Esta actividad se realizó con motivo de la celebración de los 50 años de creación del Colegio de Periodistas de Costa Rica-COLPER. Participaron: Msc. Efraín Cavallini Acuña, Presidente Tribunal de Honor y Ética-COLPER, Msc. Luis Sáenz Zumbado- Abogado-Periodista y académico universitario, Dra. Patricia Vega Jiménez, Académica, Investigadora y representante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica-ECCC-UCR, Dr. Vladimir de la Cruz De Lemos, Historiador y profesor universitario, columnista y experto en temas de opinión pública, señor Roger Bolaños Vargas, representante estudiantil de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica-ECCC-UCR. El tema central versó sobre la defensa de los periodistas que ostentan título universitario y cuentan con formación científica para su desempeño y su responsabilidad con la sociedad. Archivo 114^a sobre Ley Vigencia COLPER. San José-Colegio de Periodistas-18 de septiembre de 2019.

Lo anterior debido a que el 9 agosto de 2019 mediante Resolución. No. 2019015039 emitida por la Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia (Exp.19 009887 0007), se le comunica a la Presidenta de la Junta Directiva del Colegio de Periodistas de Costa Rica COLPER, que no es necesario poseer un título de periodista para ejercer esta profesión. Esta sentencia, preocupó tanto a los colegiados como a los órganos de dirección del COLPER, que fue necesario llevar a cabo esta actividad académica para tratar el tema.

Se sumaron a la discusión del tema autoridades de las Unidades Académicas de las Universidades Privadas, la Master Maritza Hernández Jiménez- Directora de Carrera en Publicidad de la Universidad Hispanoamericana, Master Randall Hernández Wright-Sub Director Escuela de Periodismo de la Universidad Internacional de las Américas UIA, Master Ana Luz Zamora Munguía- Directora de la Carrera de Publicidad en ULACIT, Master Oscar Ureña García, Coordinador Académico de la Facultad de Periodismo y Comunicación de la Universidad Federada San Judas Tadeo y el Licdo. Tomás Zamora Ocampo, periodista con más de 42 años de ejercicio del periodismo y profesor de la Universidad Latina de Costa Rica.

Esta actividad contó con la presencia de estudiantes universitarios y profesionales de la comunicación. Cabe señalar, la importante asistencia y preguntas formuladas por estudiantes de los cursos de Comunicación Social, Administración de Servicios, Formación Empresarial y Relaciones Públicas de la Universidad Nacional UNA, quienes apoyan la construcción del Ideario Costa Rica Bicentenario Dialogo Nacional que promueve la UNA y el THE-COLPER. También se contó con estudiantes de carreras de comunicación de las Universidades Privadas y de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica-UCR.



- Encuentro Internacional de Transparencia y Acceso a la Información: “UNA apuesta por el Gobierno Abierto”, ponencia elaborada por Dennis Víquez Ruiz, Sylvia Arredondo Guevara, Efraín Cavallini Acuña y Daniel Alejandro Cavallini Espinoza, académicos de la Universidad Nacional. La exposición estuvo a cargo del Msc. Dennis Víquez Ruiz, exposición a cargo del M.Sc Dennis Víquez Ruiz, Representante de la Comisión Institucional de Gobierno Abierto de la UNA, Representante del CONARE en Comisión Nacional de Datos de Costa Rica. El Encuentro estuvo organizado por el Programa de Participación Ciudadana de la Asamblea Legislativa y contó con el apoyo del Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica. La actividad buscó fortalecer y desarrollar mecanismos de participación ciudadana, que contribuye a estrechar la relación entre los diversos grupos de la sociedad civil y las decisiones importantes que se toman en el Congreso de la República. De esta manera, promover el Parlamento Abierto y la Promoción de Políticas de Transparencia y acceso a la información pública. Peter Sharp, consultor en Gobierno Abierto en la Comisión Económica para América Latina y el Caribe-CEPAL de Naciones Unidas, destacó el papel de la UNA y el Tribunal de Honor y Ética-COLPER en facilitar los espacios colaborativos para construir democracia.

Dicha ponencia se presentó el jueves 26 de setiembre de 2019 en el Salón de Libertadores y Libertadoras de América-Castillo Azul de La Asamblea Legislativa, como parte del Encuentro Internacional de Transparencia y Acceso a la Información realizado del 23 al 27 de setiembre de 2019. Participaron en el acto delegados (as) de México, España, Chile, Argentina, así como representantes de organizaciones nacionales: Abriendo Datos Costa Rica, Consejo Consultivo Ciudadano de Cambio Climático, Costa Rica Integral.





- Taller: “Como anillo al dedo”, a cargo de Lic. Mario Arguedas Ramírez, educador, con quien se tuvo la oportunidad de explorar sobre el papel de la comunicación a la hora de ejercer como profesional. Se trató sobre los elementos básicos y necesarios para lograr una apropiada interacción, exposición de ideas, actitud para aprender y enfrentarse con ética, responsabilidad, transparencia y estrategia a nuevas situaciones, sacar provecho de las relaciones con otras personas para pensar desde mis intereses y el de la otra persona. El taller sirvió para que estudiantes de universitarios reflexionaran sobre la importancia de utilizar la comunicación como herramienta, para ejercer su trabajo desde una perspectiva proactiva, propositiva y resolver los problemas con actitud abierta, positiva y objetiva. Facultad de Ciencias Sociales-UNA. 26 de setiembre de 2019.





Taller uso optimizado de las redes sociales: Impacto y uso inteligente en proyectos y organizaciones.

Este 7 de noviembre de 2019 se llevó a cabo el Taller sobre la implementación y uso de adecuado de las redes sociales en su área de profesión, impartido por Sharon Dayana García Cavallini, Community Manager y comunicadora de Radio Universidad de Costa Rica-UCR.



En este taller que participaron estudiantes universitarios de área de la planificación estratégica y comunicación social, se expuso sobre el papel de comunicación global en nuestra sociedad y como las redes sociales han permitido una comunicación masiva, que ha penetrado fuertemente en los espacios familiares, empresariales e institucionales, asimismo, como ha sido empleado tanto para noticieros como para marketing de empresas y otros.

Para la expositora el valor de las redes sociales radica no solo en la conectividad independientemente del lugar u horario, sino que además son una fuente enorme de información, por ejemplo, una empresa podría analizar su público meta y así posicionar su producto en el mercado. Es decir, hay que tener en cuenta que las redes podrán ser gratuitas para nosotros al descargarlas, pero pagamos con la información que brindamos para los demás, la cual es utilizada para diversos fines.

Con respecto, al papel del profesional se consideraron algunas herramientas que pueden implementarse para la planificación en las redes sociales:

- Stalkeo (no enfermizo): permite conocer otros proyectos o productos similares al tuyo; así como las estrategias que implementan.
- Uso de los hashtags: permiten la búsqueda por temáticas y clasificación del contenido que se publica
- Conocer su público meta: es diferente promocionar un proyecto o un producto a un joven acostumbrado a las redes sociales o a un adulto que no lo está tanto. En este se clasifica a las personas en 4 generaciones: Baby



Boomers (1946-1964), Generación X (1965-1980), Millenials (1981-2000) y Generación Z (2001-actualidad)

Se abordó sobre la necesidad de tener presente el factor ético para el correcto uso de las redes sociales, en este sentido, se destaca al Dr. Raúl Trejos Delarbre de la UNAM que en materia de la Ética en las redes sociales, dijo: “El ciberespacio ofrece condiciones para transgredir esos parámetros e, incluso, para que la opacidad, las falsedades y la negligencia resulten habituales... De la misma forma que en la vida fuera de línea hay comportamientos nobles y solidarios, pero también vilezas y egoísmo, en Internet hay claroscuros en las conductas de quienes transitan y participan en tales espacios”.



- Seleccionar la red o redes sociales: empleamos según sean las adecuadas para nuestro público meta u objetivos.
- Relación contenido y temática de la red social: por ejemplo, Instagram se dedica más a contenidos visual, mientras que en Facebook se publican noticias o similares.

El evento académico organizado entre la Escuela de Planificación y Promoción Social de la UNA y el Tribunal de Honor y Ética-COLPER, en el contexto del Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional, finalizó con un taller de trabajo donde los estudiantes desarrollaron desde la planificación y la comunicación que es su área de estudio, una propuesta de marketing usando las redes sociales, las cuales, considerando las diferentes generaciones de público meta, podrían llegar para abrir espacios de comunicación estratégica que ayuden al cumplimiento de objetivos de planificación empresarial, organizacional, institucional y de diversos proyectos sociales.





- Conferencia: “Planificación Estratégica-La clave de la reforma y el desarrollo de China: Oportunidades para Costa Rica”, dictada por el Exmo. Sr. Hang Teng, Embajador de la República Popular China en Costa Rica, en ocasión de la celebración del 70 aniversario de la fundación de la República Popular China. Se expusieron tema de interés tanto para China como para Costa Rica en temas de: Comunicación, ciencia y tecnología, educación, salud, trabajo y pobreza. Participaron en el evento académicos y estudiantes de la Universidad Nacional-UNA, de los cursos: Comunicación Social, Teoría del Desarrollo, Formulación de Proyectos, del curso China Contemporánea de la Escuela de Relaciones Internacionales RI, la Sede Inter Universitaria de Alajuela, el Colegio Humanístico y profesionales de la comunicación social. Colegio de Periodistas de Costa Rica-COLPER-12 de noviembre de 2019.

El expositor señaló que China ha desarrollado todos estos avances mediante la cooperación, la promoción del beneficio mutuo, así como la acción y cooperación internacional conjunta. Muestra de ello son los logros en fortalecer la Ruta de la Seda Terrestre y Marítima. Por ello, se ha creado el Fondo de la Ruta de la Seda, con 40 mil millones de dólares, específicamente para servir a la construcción de la iniciativa: “Se han marcado en adelante prioridades en cinco áreas: coordinación de políticas, conectividades de infraestructuras, comercio, finanzas e intercambios entre personas. Tres aspectos puntuales: la estructuración de la comunidad de interés, de destino y de responsabilidades. Mantener y fortalecer el Espíritu de la Ruta de la Seda. La paz, cooperación, apertura, espíritu inclusivo, aprendizaje mutuo y beneficio mutuo. Tres principios: la deliberación en común, la construcción conjunta y las ganancias compartidas”.

El representante del Gobierno de Xi Jinping en Costa Rica, comentó que la Iniciativa de “la Franja y la Ruta” profundiza el desarrollo de las relaciones entre China y Costa Rica desde el año 2007, lo que llevó en el 2015 a establecer la asociación estratégica de igualdad, confianza mutua, cooperación y ganancia compartida. Asimismo, la concreción de la firma en septiembre de 2018 del Memorando de Entendimiento sobre cooperación para promover “la Franja y la Ruta”.



- La Hacienda Pública: Innovación pública abierta en Costa Rica- II Jornadas de reflexión sobre la Hacienda Pública-La innovación pública abierta: enfoque generador de valor público.

La actividad co-organizada entre la Contraloría General de la República-CGR, la Universidad Nacional de Costa Rica-UNA, el Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional de la Vicerrectoría de Investigación UNA, la Fundación Konrad Adenauer Stiftung, el Programa Departamento de Participación Ciudadana de la Asamblea Legislativa y el Tribunal de Honor y Ética-COLPER en calidad de colaborador, se constituyeron en un espacio ideal al permitir concientizar, no solamente a funcionarios públicos, sino también la sociedad civil, la academia y el sector privado, sobre la necesidad de innovar, volviendo a principios básicos de colaboración, cooperación y co-creación para mejorar el servicio público y poder gestar una Costa Rica diferente. Una en la cual se parta de una conciencia del ser ciudadano y de incorporar su voz a través de mecanismos de inteligencia colectiva necesarios para la toma de decisiones, así como echar mano a herramientas básicas de comunicación y de

tecnologías que permitan hacer uso eficiente de los recursos, de tal manera, que a la administración pública le sirva para construir un mejor país y una mejor Costa Rica.

Este evento nacional convocó a más de 400 personas y contó con un importante panel de expertos, tanto nacionales como internacionales, propiciaron espacios de conversación, de diálogo, reflexión crítica y analítica, que buscaron en todo momento motivar la generación de conciencia en los representantes de los diversos sectores y plantearse una hoja de ruta que permita propiciar cambios significativos en los resultados de la gestión pública. Dirigieron el evento de apertura: Sergio Araya Alvarado, Coordinador de proyectos en la Fundación Konrad Adenauer Stiftung; Marta Acosta Sánchez, Contralora General de la República; Luis Adrián Salazar, Ministro de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones, Nancy Marín Espinoza, Ministra de Comunicación y Sylvia Solís Mora, Sub Contralora General de la República. El evento fue realizado en el Hotel Barceló-San José-jueves 21 de noviembre de 2019.





- Panel “Participación Ciudadana, requisito para la innovación pública abierta”: Experiencias Nacionales en Innovación Pública Abierta.

En el Panel participaron los facilitadores de las diferentes mesas de trabajo que durante el día llevaron a cabo un intenso intercambio de experiencias, conocimientos y recomendaciones. Los expositores fueron: Lic. Alejandro Herrera López de la Contraloría General de la República-CGR, quien dirigió la mesa: “Big Data Administrativo”, el Lic. Iván Acuña Chaverri, a cargo de grupo: “Gobernanza Multinivel” y la Licda. Angélica Vega Hernández, del Laboratorio de Innovación Pública de la Universidad de Costa Rica-UCR, con la mesa de trabajo sobre el tema “Inteligencia Colectiva”.

Los facilitadores resumieron las conclusiones y recomendaciones producto de sesiones, las cuales tuvieron como marco; motivar las voces e invitar a dialogar abiertamente de temas que son de relevancia para el país, en lo comunitario, político, económico, cultural, ambiental y social etc. Estos espacios de consulta a la ciudadanía se constituyeron en un proceso amplio y participativo, de reflexión sistemática y de análisis.

Para los organizadores, la participación en estas mesas de trabajo de comunicadores, intelectuales, políticos, académicos, trabajadores, campesinos, instituciones públicas y privadas, organizaciones de la sociedad civil, universidades, estudiantes, colegios profesionales y otros, posibilitó un intercambio de saberes, experiencias, anhelos y sentimientos, para contribuir a un mejor país en temas que son vitales para el desarrollo nacional. Hotel Barceló San José- 21 de noviembre de 2019.



- Jornada de reflexión: La construcción de una Agenda Ética para la Costa Rica del Bicentenario- Una visión desde la Comunicación.

Esta actividad bajo la metodología de talleres de trabajo por temáticas sobre la responsabilidad de la comunicación social, procuró fomentar y propiciar un espacio de discusión, reflexión, análisis, estudio e investigación sobre la ética y la responsabilidad social de la comunicación, con participación de la sociedad civil, instituciones públicas y privadas, universidades, estudiantes universitarios, los profesionales y las empresas de comunicación.

La participación en esta actividad, así como los insumos que se construyeron serán integrados a la publicación del Ideario como parte del bloque Transformación del Estado, en cuanto al tema de la ética y los valores, así como los retos de la información en los nuevos paradigmas de la globalización de la comunicación social. Colegio de Periodistas-COLPER. 13 de febrero de 2020.



- Inauguración Galería Virtual Alberto Cañas: Inaugurada la Galería Virtual con las Columnas Chisporroteos del periodista y escritor Alberto Cañas, publicadas en el periódico la Prensa Libre entre 1971 a 1992.

Esta inauguración se organizó para el 16 marzo de 2020 con motivo de los 100 años del natalicio de Don Alberto, y se tuvo que trasladar por el distanciamiento social decretado por el gobierno ante la amenaza del COVID 19. Lo importante es que, gracias a la presencialidad remota, esta actividad se llevó a cabo el 30 de julio de 2020 en compañía de su familia, miembros de la Junta Directiva y del Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas, autoridades del Periódico la Prensa Libre, personal académico y autoridades



de la Universidad Nacional y de Universidad Estatal a Distancia, estudiantes e invitados especiales, quienes reconocen la compilación de estas columnas como parte del patrimonio cultural y periodístico que “Don Beto” dejó a las futuras generaciones de lectores y de comunicadores sociales; quienes aprenderán de ellas el arte de informar, de comunicar, y contribuir con la verdad a la realidad que nos rodea. Alberto Cañas, además de ser escritor, se desempeñó como un importante político, ensayista,

novelista, columnista, académico universitario, funcionario público y periodista costarricense, siendo un ejemplo para el periodismo y la ética ciudadana, un impulsor del humanismo y el ejercicio de la democracia. Fue un intelectual que razonaba desde distintas posiciones, con trasfondo crítico, una mirada por los cambios en Costa Rica desde el acontecer político, las perspectivas filosóficas, la presencia del sentido del humor. Acreedor de los premios Joaquín García Monge y Aguileo J. Echeverría, uno en novela, tres en teatro y dos en cuento; además, el premio Pio Viquez de Periodismo en el año 2012, en reconocimiento a su larga carrera como periodista, y otros reconocimientos por sus narrativas. Paralelamente a su desempeño periodístico, la trayectoria política de Don Alberto desde finales de los años cuarenta, hasta su fallecimiento, incluyó un cargo relacionado a sus capacidades literarias, pues fue nombrado como Ministro de Cultura, Juventud y Deportes, y durante su administración desarrolló una labor editorial de rescate de los valores culturales y literarios costarricenses y fundó la Compañía Nacional de Teatro en 1971.



Las columnas Chisporroteos que fueron inauguradas forman parte de la Galería Virtual “Alberto Cañas” promovida por el Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas (Cátedra Ética y Responsabilidad Social de la Comunicación Alberto Cañas), el Periódico La Prensa Libre, el Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional de la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad Nacional. Se contó con el apoyo y participación de la Rectoría y la Editorial de la Universidad Estatal a Distancia-EUNED, así como del Colegio de Costa Rica del Ministerio de Cultura y Juventud y el Programa de Participación Ciudadana de la Asamblea Legislativa. Las instituciones realizaron un esfuerzo importante durante el 2018 y 2019, para que estas columnas fuesen compiladas en formato digital, y que a partir de este evento formen parte del patrimonio cultural y periodístico que Don Beto dejó a las futuras generaciones futuras de comunicadores sociales. (http://tribunal.colper.or.cr/app/cms/www/index.php?id_menu=22)

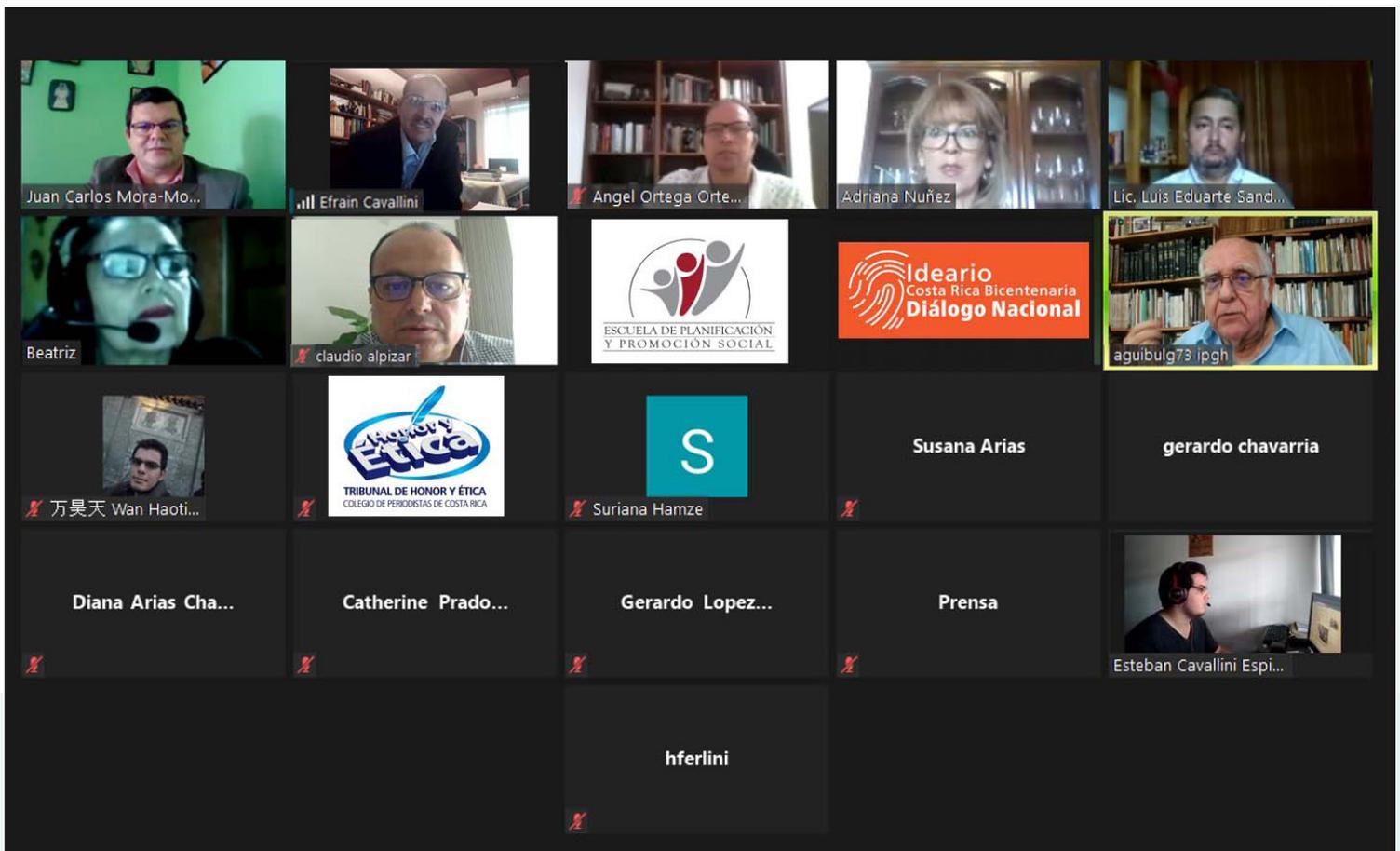


- I ENCUESTA: Percepción de los ciudadanos sobre la Ética y Valores

El Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica, por medio de la Cátedra de Ética y Responsabilidad Social de la Comunicación Alberto Cañas, el Programa de Participación Ciudadana de la Asamblea Legislativa y la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad Nacional en el marco del Ideario: “Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional”, realizaron en el mes de octubre 2020 la I Encuesta sobre la Ética, la Transparencia, los Valores y la Lucha contra la Corrupción en Costa Rica.

La realización de esta encuesta constituye un punto de partida para evaluar el panorama costarricense, los nuevos fenómenos sociales y responder a las nuevas formas de percepción de los colectivos, en el ámbito de la ética, los valores socio culturales, y la responsabilidad de la ciudadanía.

La encuesta ha generado un amplio documento con aportes, opiniones, críticas, recomendaciones, sobre la realidad nacional e identifica problemas de fondo que amenazan severamente la estabilidad de Costa Rica.



- Foro: La nueva normalidad Pos Covid 19: UNA visión desde la comunicación.

El 4 de junio del 2020 Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica y la Escuela de Planificación y Promoción Social de la Universidad Nacional-EPPS-UNA en el marco del Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional, realizaron un foro virtual para reflexionar sobre “La Nueva Normalidad en Costa Rica desde la visión de la comunicación social.

En dicho foro virtual realizado por vía presencialidad remota (Zoom) participaron comunicadores de diferentes medios y organizaciones, tanto, públicas como privadas, quienes fueron convocados para brindar su criterio en la investigación científica sobre Prospectiva Estratégica: Escenarios Costa Rica 2040, que realiza la EPPS-UNA en el contexto del COVID 19 y la Nueva Normalidad para el país.

Algunos temas que se resaltaron mencionan la necesidad institucional y del Estado, de una mayor inversión en I+D, fortalecer el trabajo virtual, la educación virtual, las ciudades inteligentes como los temas con mayor germen de futuro. Se plantearon preocupaciones por el posible aumento de la desigualdad social acrecentada por la falta de universalización de temas como la conectividad, que podrán acentuar la desigualdad en la educación, en el trabajo y en general en el acceso a oportunidades.

Se planteó la preocupación sobre el papel de las redes sociales, la robotización, el Big Data, que aunque todavía no hay claridad de cómo abordar estos temas a nivel del país, debe priorizarse para el futuro de corto, mediano y largo plazo.

- Simposio Internacional: Transparencia y acceso a la información pública en épocas de pandemia: perspectivas y desafíos.

En marco de la celebración del Día Internacional del Acceso Universal a la Información y sumado a los efectos de la pandemia por el COVID-19, el Departamento de Participación Ciudadana de la Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, el Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica, el Movimiento de Iniciativa Popular, el Instituto Interamericano de Derechos Humanos, la Universidad Nacional de Costa Rica, Ideario Costarricense del Bicentenario, ParlAméricas y Fundación Konrad Adenauer, llevaron a cabo durante el 28 y 30 de setiembre de 2020 el Simposio: “Transparencia y acceso a la información pública en épocas de pandemia: perspectivas y desafíos.”

Este Simposio fue un espacio amplio de diálogo y análisis crítico con expositores nacionales e internacionales (Legisladores, académicos, investigadores, procuradores, comunicadores, representantes de movimientos populares y derechos humanos), donde se analizaron las repercusiones de la actual pandemia en distintos ámbitos a nivel nacional; teniendo como tema central la transparencia y acceso a la información pública.

Entre los temas abordados en las cuatro mesas de trabajo interdisciplinario se encuentra: la comunicación política, los derechos económicos y sociales, retos en cuanto a innovación y resiliencia de la administración pública, las buenas prácticas parlamentarias en cuanto a transparencia y acceso a la información de los parlamentos, creación de políticas para el bienestar económico-social y la definición de leyes y control político responsable en el marco de la pandemia para la atención y recuperación multidimensional.

(<https://www.facebook.com/104524877983409/videos/377035116793256>)





- Conversatorio “Diálogo sobre ética y valores en la gestión pública. En la semana del 7 al 14 de octubre del 2020, se celebró en el país la “Semana Nacional de la Ética y los Valores en la Gestión Pública”. Un tema que sin duda nos invitó a reflexionar sobre la contribución de las instituciones en la creación de valor público por medio de la prestación de los mejores bienes y servicios a los habitantes.

Hoy, la sociedad en la que vivimos muy virtual y tecnológica, permite a los habitantes estar más informados de todo lo que hacen las instituciones y cómo lo hacen. Por su parte, las instituciones tenemos la oportunidad de comunicar a la población lo que hacemos, cómo usamos los recursos y cuánto valor generamos. Eso crea confianza en las personas, y promueve la gobernabilidad democrática.

Por ello, la Gerencia General del SENARA declaró de interés institucional el Conversatorio “Diálogo sobre ética y valores en la gestión pública” que organizó el Departamento de Planificación del SENARA y el Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica-THE-COLPER como parte de la Catedra de Ética y Responsabilidad Social Alberto Cañas. Esta actividad se llevó a cabo el lunes 12 de octubre de 2020 de manera virtual. Participaron como expositores el Master Efraín Cavallini Acuña, Presidente y la Dra. Beatriz Pérez Sánchez, Vicepresidenta, del Tribunal de Honor y Ética-COLPER y el Dr. Oscar Aguilar Bulgarelli, escritor e historiador.



- Foro Internacional: “Tendencias de la Información y la opinión pública: Democracia, Ética y Derechos Humanos”

El Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica-COLPER, por medio de la Catedra de Ética y Responsabilidad Social de la Comunicación Alberto Cañas, El Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional, El Programa de Participación Ciudadana de la Asamblea Legislativa, conscientes de su responsabilidad social, se han enfocado en el análisis de los efectos en la opinión pública, producto de los cambios tecnológicos, políticos y sociales, así como de las tendencias en el ámbito de los consumos informativos. Por ello, y en el marco de la Semana de la Prensa y Profesionales en Comunicación en Costa Rica, dedicada a la Agenda 2030 (ODS) para el Desarrollo Sostenible de la ONU, se organizó el 4 de noviembre de 2020 el Foro Internacional: “Tendencias de la Información y la opinión pública: Democracia, Ética y Derechos Humanos”

Dada la complejidad en la construcción de la agenda pública, la opacidad de los líderes de opinión tradicionales, los cambios en los consumos mediáticos, la incidencia de fenómenos socio culturales más amplios y complejos, que plantean a su vez nuevas formas de producción y de intercambio del conocimiento, visiones de mundo confrontadas y a su vez complementarias, globalidad, regionalismo y localismo, el Tribunal de Honor y Ética-COLPER llevó a cabo este diálogo, que nos permitió, ahondar en el contexto y las tendencias en la construcción de la agenda de los medios y las relaciones entre Estado, Medios y Sociedad Civil. Este Foro se constituyó en un espacio de análisis y reflexión sobre estos procesos en Europa, América Latina y de sus manifestaciones en Costa Rica.

El foro realizado por medio de la presencialidad remota (Zoom) generó un importante y oportuno intercambio de experiencias, teorías, metodologías y evidencia fácticas de las transformaciones de los consumos mediáticos y el relevo de los líderes de opinión, sobre todo en las poblaciones jóvenes. Los expertos que compartieron sus visiones proceden de Francia, España, Colombia, México, Chile y Costa Rica:

Dr. Guilherme Canela de Souza

Consejero en comunicación e información de la Oficina Regional de Ciencias para América Latina y el Caribe- UNESCO-ONU

Dra. Nuria Lloret Romero

Directora del Doctorado en Comunicación - Universidad Politécnica Valencia. España.

Dr. Valerio Fuenzalida Fernández-

Académico-Investigador en comunicación de la Pontificia U. Católica de Chile.

Dr. Omar Rincón Rodríguez.

Investigador, profesor y director del Centro de Estudios en Periodismo y del posgrado en periodismo de la Universidad de los Andes-Colombia.

Dra. Ariana Macaya Lizano.

Coordinadora de Grupo, Área Legal

Corte Interamericana de Derechos Humanos-IDH.

Dr. Raúl Trejo Delarbre

Académico, investigador del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM-México.

NOVIEMBRE

04

10:00 A.M.

ENTREGA DEL "PREMIO DE LA ÉTICA EN RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN 2020".
FORO: "TENDENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y LA OPINIÓN PÚBLICA: DEMOCRACIA, ÉTICA Y DERECHOS HUMANOS."
PRESENTACIÓN DEL DECÁLOGO SOBRE LOS PRINCIPIOS ÉTICOS DEL COMUNICADOR SOCIAL.
Semana de la Prensa y Profesionales en Comunicación en Costa Rica
Dedicada a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la ONU



DR. GUILHERME CANELA DE SOUZA
CONSEJERO COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DE CIENCIAS PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE- UNESCO-ONU



DRA. NURIA LLORET ROMERO
DIRECTORA DEL DOCTORADO EN COMUNICACIÓN UNIVERSIDAD POLITÉCNICA VALENCIA. ESPAÑA



DR. VALERIO FUENZALIDA FERNÁNDEZ
ACADÉMICO-INVESTIGADOR EN AUDIENCIAS EN TV PÚBLICA E INFANTIL



DR. OMAR RINCÓN RODRÍGUEZ
ESCRITOR, INVESTIGADOR, CRÍTICO Y EXPERTO EN NARRATIVAS MEDIÁTICAS



DRA. ARIANA MACAYA LIZANO
COORDINADORA DE GRUPO, ÁREA LEGAL CORTE INTERAMERICANA DE DERECHOS HUMANOS-IDH



PATROCINADORES





Lic. Belisario Solano Solano
Presidente de la Junta Directiva del Colegio
de Periodistas de Costa Rica



Master Francisco González Alvarado
Rector de la Universidad Nacional

Como parte de la actividad se recogieron los mensajes de las autoridades de las entidades involucradas en la organización del evento. De ahí, que el Lic. Belisario Solano Solano, Presidente de la Junta Directiva del Colegio de Periodistas de Costa Rica, hizo hincapié en el contexto actual, planteando la premisa de que hoy en día vivimos en una llamada “anarquía” de la comunicación, en donde las redes sociales muchas veces se convierten en redes antisociales, lo que llama a sentarse con la academia, con profesionales e investigadores a reflexionar. Por ello, rescató la importancia de traer a diálogo los principios de un sistema democrático, fundamentalmente, el respeto a los derechos convencionales dentro de un marco ético que guíen la libertad de expresión.

El Rector de la Universidad Nacional, Master Francisco González Alvarado, reconoció el aporte de la Universidad Nacional desde el Proyecto: “Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional, desde el Eje Transformación del Estado (Ética y Valores) en donde se ha venido realizando una consulta nacional para construir una propuesta del futuro para nuestro país hacia los próximos 30 años tomando como base los Objetivos del Desarrollo Sostenible. De esta manera, indicó su complacencia de que el Colegio Profesional (COLPER) que reúne a los comunicadores sociales, haya tomado como principio de esta discusión los ODS y sean hoy el motivo de diálogo, para incidir en la ciudadanía, de cómo promoverlos y trabajar juntos, con la certeza de que todos los actores sociales debemos asumir los desafíos globales en el marco de las instituciones democráticas.





Dra. Paola Vega Castillo
Ministra de Ciencia, Tecnología y Comunicación-
MICIT-Costa Rica



M.Sc. Efrain Cavallini Acuña
Presidente del Tribunal de Honor y Ética
del Colegio de Periodistas

La Ministra de Ciencia, Tecnología y Comunicación- MICIT-Costa Rica- Dra. Paola Vega Castillo, resaltó la importancia de reflexionar en el tema del mundo digital y la comunicación avanzada, así como su influencia en la sociedad actual. En el marco del foro internacional señaló que, gracias a las telecomunicaciones hoy se transmiten los datos en gran volumen e inmediatez, con el propósito de que se convierta en información confiable y verdadera, pero que para alcanzar ese objetivo es necesario cumplir dos condiciones; por un lado, que las personas emisoras sean capaces de discriminar de manera crítica, efectiva, rápida y objetiva, dentro del margen de datos disponibles, aquello que será transmitido y por otro lado, que ante las innumerables cantidades de datos disponibles, las personas receptoras sean capaces desde una perspectiva tecnológica y cognitiva distinguir la veracidad, exactitud e intencionalidad de los mensajes de manera que puedan reaccionar consecuentemente con los valores que buscan el bien común.

El Presidente del Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas, M.Sc. Efrain Cavallini Acuña, enfatizó en cómo estos espacios contribuyen en la construcción de una sociedad dinámica, fuerte, y moralmente cimentada en valores universales, y en la práctica de valores ciudadanos históricos, que fortalezcan la participación responsable, demandante, capaz de aportar a la vida democrática, mediante el diálogo, el consenso en materia de transparencia y acceso de la información pública, la ética de la función pública, lucha contra la corrupción, participación ciudadana y promoción de la innovación, utilizando las tecnologías de la información y comunicación. Por ello, el ejercicio de la comunicación social como el presente Foro Internacional con participantes de diversos países y organizaciones, se constituye en un compromiso para escuchar y recoger de diferentes voces, venidas de diversos sectores de la comunicación, instituciones, universidades, comunidades, regiones, países y demás sectores y personas, que advierten de la necesidad de una ética universal de la responsabilidad por el presente y el futuro de las personas y la ciudadanía.

El Dr. Valerio Fuenzalida, Académico de la Pontificia Universidad Católica de Chile e Investigador en audiencias en TV Pública e Infantil, comentó que algunos problemas en materia de comunicación tienen que ver con la desconfianza de la ciudadanía en la clase e instituciones políticas indistintamente del país; además las “noticias falsas”, que no solamente engañan, sino, que dificultan la deliberación social, no contribuyen a generar una opinión, ni discusión a las soluciones de los temas a tratar: “hemos perdido la inocencia frente a las redes sociales inicialmente consideradas como campos de deliberación y participación”. Por ello, Fuenzalida invitó a la audiencia a estar alertas y tomar acciones en pro del ejercicio comunicativo, poniendo atención en la forma como la prensa escrita trata las noticias falsas, ser muy críticos frente a la promoción de series que abordan temas de corrupción, a veces ficcionales y otras basadas en casos reales; asimismo, promover sistemáticamente la conversación social, desde puntos de vista que no están habitualmente representados y propiciar la deliberación para resolver los problemas mediante ejercicios participativos.

Por su parte el Dr. Guilherme Canela de Souza, Consejero de Comunicación e Información de la Oficina Regional de Ciencias para América Latina y el Caribe- UNESCO-ONU, colocó el tema de la libertad de expresión y de la libertad de prensa en el

contexto de pandemia, (Covid19) e hizo referencia al concepto de “tempestad perfecta”, para definir el conjunto de desafíos y ataques a la libertad de expresión que vienen de diversas partes, primero, las medidas o desafíos regulatorias llamadas leyes o decretos de emergencia que fueron puestos para enfrentar la pandemia, pero que traen en muchos casos medidas que van contra la libertad de expresión y el acceso a la información pública, que no están en línea con los estándares internacionales de libertad de expresión y de acceso a la información pública. Como segunda dimensión mencionó el desafío de la seguridad que alcanza a los profesionales en periodismo, dado que vemos amenazas físicas y psicológicas, prisiones arbitrarias, violencia en línea principalmente a periodistas mujeres para el ejercicio profesional. El tercer elemento que indicó Canela de Souza es el desafío laboral, como consecuencia del aumento del despido de periodistas en distintas partes del mundo y más allá el desafío de la salud, en donde han fallecido muchos profesionales en



Dr. Valerio Fuenzalida
Académico de la Pontificia Universidad Católica de Chile e
Investigador en audiencias en TV Pública e Infantil



Dr. Guilherme Canela de Souza
Consejero de Comunicación e Información de la Oficina Regional de Ciencias para América Latina y el
Caribe- UNESCO-ONU

comunicación al dar cobertura informativa a la pandemia y haberse contagiado del virus.

El desafío de viabilidad económica de los medios de comunicación, ya que expertos hablan de que se estarán viviendo desiertos mediáticos en los próximos meses por el cierre de medios de comunicación afectados por la pandemia, que no han podido soportar los efectos disruptivos de las circunstancias, pero, que son fenómenos que ya se venían dando por los cambios del mundo de la publicidad y el advenimiento de plataformas de internet.

Toda esta “tempestad perfecta” se da en el marco de una ola impresionante de desinformación que afecta todo este escenario, en un momento que irónicamente quizás el periodismo nunca fue tan necesario para nuestras democracias.

La Dra. Nuria Lloret Romero, directora del Doctorado en Comunicación-Universidad Politécnica Valencia-España, abordó la temática de las noticias falsas, aludiendo que las “Fake News” no son un problema del periodismo, sino, un enemigo de la democracia, un problema de los partidos políticos, de los gobiernos, y sobre todo del ciudadano, dado que el 65% de las personas de todo el mundo se informan en primer lugar de las redes sociales. Es preocupante la incidencia negativa de estas noticias en la sociedad,



Dra. Nuria Lloret Romero
Directora del Doctorado en Comunicación
Universidad Politécnica Valencia-España

por lo que se hace necesario una formación en materia digital, para interpretar los mensajes y poder diferenciar lo que es verídico y lo que es falaz.

El combate de los contenidos falsos es responsabilidad de la democracia, son los

sistemas y gobiernos que deben velar que no existan estos contenidos falsos. Por ello, los comunicadores deben encontrar fórmulas eficaces de hacer su trabajo e impedir que prosperen tantas mentiras en las redes. Los comunicadores no deben ser parte del problema, sino de la solución, alfabetizarse en el campo mediático y digital para contrarrestar con la verdad.

Como se mencionó en el Foro Internacional quizás de manera ingenua pensamos que el surgimiento de las redes sociales podrían ser un instrumento para la mejora de la democracia y vimos con el principio de las primaveras árabes el rol que pudo haber tenido plataformas como Facebook, para la organización de la sociedad civil, para reclamar sus derechos y derrocar Gobiernos autoritarios, sin embargo, rápidamente nos dimos cuenta también de los riesgos de estas redes sociales y los desafíos que imponen sobre todo para los tribunales regionales de protección de los derechos humanos, que siempre han pensado la libertad de expresión en un marco tradicional de prensa escrita, televisiva, y que ahora hay que pensar en otro marco de prensa en donde primero hay carácter anónimo muchas veces, hay un carácter transnacional de las empresas que controlan estos medios de comunicación y una gran posibilidad de manipulación.

Lloret, indicó que las noticias falsas cambiaron el modelo de negocio de la información y son ellas mismas un modelo de negocio, por lo que es imposible que desaparezcan las Fake News, dado que los grandes holdings (sostenimiento) de la comunicación a nivel internacional están ganando dinero con estas formas de información. Debemos cortar ese ciclo vicioso que genera cada vez más odio, más polarización y más Fakes. Los comunicadores debemos trabajar sobre esa educación digital para que la verdad vuelva a tener prismas y no sea la verdad absolutista.



La Dra. Ariana Macaya Lizano, Coordinadora de Grupo, Área Legal Corte Interamericana de Derechos Humanos, se refirió al tema de la ética y tutela de derechos humanos en materia de comunicación

desde la jurisprudencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) y de forma más general de la jurisprudencia internacional de protección de los derechos humanos, pero, sobre todo hizo hincapié en los desafíos frente al cambio de paradigma en materia de información que estamos viviendo por el papel protagónico que juegan las redes sociales y su relación con la democracia.

Es pertinente evidenciar que la CIDH desde sus inicios sentó las bases y la relación íntima que existe entre la libertad de expresión y democracia. En una de sus primeras decisiones en el marco de su competencia consultiva ante una consulta realizada justamente Costa Rica en marco de la colegiación obligatoria de los periodistas, se pronunció y marcó un precedente que va a ser base para todo el desarrollo jurisprudencial de la libertad de expresión y su relación con la democracia. Dice la CIDH en su opinión consultiva la 585: “la libertad de expresión es una piedra angular en la existencia misma de una sociedad democrática, indispensable para la formación de la opinión pública, es también condición sine qua non para que los partidos políticos, los sindicatos, las sociedades científicas, culturales y en general quienes deseen influir sobre la colectividad puedan desarrollarse plenamente”. De esta manera, Macaya agregó que lo anterior, es, en fin, condición para que la comunidad a la hora de

ejercer sus opciones esté suficientemente informada, por ende, es posible afirmar que la sociedad que no está bien informada no es plenamente libre: “Como garantizar entonces, ahora, la información de la sociedad frente a los desafíos que nos dan las redes sociales”.

También en el marco contencioso, en un caso que tiene que ver también con Costa Rica, caso Herrera-Ulloa vs Costa Rica del 2004, la Corte desarrolló aún más y nos dice que sin una efectiva libertad de expresión materializada en todos sus términos, la democracia se desvanece; el pluralismo y la tolerancia empiezan a quebrantarse, los mecanismos de control y denuncia ciudadana se empiezan a tornar inoperantes y se empieza a crear el campo fuerte para sistemas autoritarios. Entonces, habla de un verdadero derecho de defender la democracia que constituye una concretización de varios derechos, en particular la libertad de expresión.

La CIDH ha hecho un especial énfasis en la importancia de la labor de los periodistas en esta relación entre libertad de expresión y democracia. Los periodistas de los medios de comunicación deben entonces tener una protección especial y una independencia para realizar sus funciones esto particularmente importante.

La Comisión Interamericana afirma que la actividad periodística debe regirse por conductas éticas las cuales no pueden ser impuestas por los Estados, puede ser regulada, pero, necesita de un ambiente de libertad para poder ejercer estas escogencias propias de una decisión ética y ahí justamente los colegios de periodistas pueden jugar un papel muy importante, para recordar esta responsabilidad de los comunicadores frente también a estos nuevos desafíos que nos da el surgimiento primero de internet y luego de las redes sociales: “Sabemos que este contenido llamémoslo Fake News o

desinformación, puede afectar finalmente la democracia, que es lo que está en juego actualmente. Es uno de los grandes desafíos en los tribunales regionales y no hay duda de que lo que está pasando en la actualidad y será materia para que se desarrolle jurisprudencia al respecto”, acotó Macaya Lizano en el Foro Internacional.

Por su parte el Dr. Omar Rincón Rodríguez, escritor, investigador, crítico, académico y director del Centro de Estudios en Periodismo y del posgrado en periodismo de la Universidad de los Andes-Colombia, hizo referencia a elementos de la información y a observaciones sobre la opinión pública.

Rincón señaló 5 elementos sobre la información actual:

- Expresó que la verdad no es sexy, no ha sido sexy nunca, no es erótica, no es seductora, nadie dice la verdad todo el tiempo, este criterio de la verdad que hemos vendido y que el periodismo trató de vender nunca existió y no es absolutamente fascinante, por eso las Fake News entran tan fácil, porque uno quiere creer en las verdades de uno mismo, entonces, el concepto de verdad tiene un problema complicado visto desde este enfoque.
- El periodismo de un clip y todo lo que se hace por ganar un clip, conduce a poner como objetivo al informador, el medio o el político, pasando la noticia a ser más espectáculo público que un mensaje pertinente y oportuno para informar a la sociedad. No es que todo el periodismo de un clip sea malo, pero pareciera que lo que tiene mayor interés es sumar clips que el mismo suceso. No obstante, también surge el periodismo sensacionalista y militante.

- La información ya no es un producto de los medios, es el producto fundamental de Google, Facebook, las redes y las plataformas digitales. En este sentido, los medios que eran los que se creían dueños de la información ya no lo son tanto. Hoy son las plataformas digitales las que explotan la información y la hacen. El New York Times ya decidió que no es un medio de periodismo, es una plataforma digital, donde uno de sus productos es el periodismo, no el único.
- Los medios de comunicación decidieron ante la crisis de credibilidad, legitimidad y de negocio volverse actores políticos. Hoy los medios son actores políticos. Por ejemplo, la oposición a Cristina Fernández en Argentina era el periódico el Clarín, mientras que para Macri era su aliado fundamental. El medio O Globo estaba contra Dimar la Folha de Sao Paulo, mientras que favorecía a Bolsonaro.

New York Times y CNN es la oposición a Donald Trump; los medios decidieron eliminar ese papel de narrador de la sociedad y empezaron a ser actores políticos, ellos tratan de defender el negocio y el negocio ahorita en el periodismo son las empresas que conforman. A Clarín le interesa defender Clave Visión y todo el negocio de internet.



- Estamos experimentando una moral conservadora. Murió el periodismo que habíamos creado en el siglo veinte, un periodismo donde supuestamente había objetividad, donde la verdad se contaba, donde supuestamente las cosas funcionaban perfectamente, eran neutrales y rigurosas. Estos medios hoy en día perdieron su lugar de referencia, no hay medios de referencia, lo último que quedaba era el New York Times y se fue para el carajo. Se muere también el periodismo de denuncia, ya no sirve para absolutamente nada. Hoy se denuncia a Donald Trump en EEUU, a Duque en Colombia y a Bukele en Salvador y no pasa absolutamente nada, no tiene incidencia pública. Todo se volvió una pirotecnia digital, todos tienen una cantidad pagada, con eso también el periodismo pierde legitimidad.

Rincón, aprovechó el espacio donde participaron comunicadores, académicos y estudiantes de carreras universitarias para referirse a la opinión pública:

- Los opinadores cambiaron. Antes, los líderes de opinión eran intelectuales que escribían libros y daban referencia a la sociedad. Hoy esos intelectuales fueron cambiados por influencers. Y qué es cambiarse de un líder de opinión por un influencer. El líder de opinión, el líder intelectual quería generar conversación pública, el influencer busca básicamente generar consumo, no ofender a sus audiencias y complacerlas para que lo amen y para poder mostrar productos que generen ingresos o beneficios a su red. El intelectual lo que quería generar era disenso, diversidad de opiniones en la sociedad.
- Los intelectuales de hoy han sido desplazados por Twitteros superficiales, cuya lógica es una lectura a la velocidad de un clip, sin fondo ni análisis. Tenemos que empezar a entender que la

opinión pública actual no es la opinión del siglo veinte cuando teníamos la prensa mandando, la televisión divirtiendo y la radio acompañando. Lo que tenemos es una opinión pública basada en redes digitales.

- Hoy vemos diversos tipos de opinión pública, en un primer estadio la que le llamo, opinión pública "jurásica", que es donde habitamos los mayores de cuarenta años, quienes nos creemos todas las Fake News que nos pongan. Somos una generación que damos por un hecho que tenemos la verdad absoluta y que habitamos en el reino de Facebook, WhatsApp y Face News, que realmente deberíamos llamarle: "Fake Book". En este mundo, nos creemos como verdades todo lo que nos pasan por redes y dispositivos móviles y lo asumimos como la gran maravilla. No obstante, estamos ante un problema complicadísimo, como es la falta de profundidad en el análisis de los mensajes y asumimos todo como válido, con grandes consecuencias, dado que somos cuatro mil millones de personas en el mundo que votan e inciden directamente en la democracia.
- Es preocupante que tres mil millones de personas dependan de una pantalla de celular, alucinados por el acceso a lo tecnológico, pero, que no tienen mucho espíritu crítico, están en Instagram, Tic Toc y YouTube, como hipnotizados por la oferta mediática que provee el mercado.
- El club de la pelea lo es donde viven los políticos y los periodistas peleando en Twitter. Lo que debemos entender es que si bien Twitter -en la consecución de cualquier cosa- tiene 300 millones de personas en su red a nivel mundial, cuenta con cero incidencia, pero como ahí están los periodistas y los políticos se creen que ese es el único mundo posible.

- La esfera pública colectiva del siglo veinte ya no existe más, tenemos multiplicidad de escenarios y por eso pensar en opinión pública es comenzar a pensarla en términos de cuales son las redes que usamos, para que audiencias y en que estética y narrativas vamos a construir las opiniones públicas.

Dr. Raúl Trejo Delarbre, Investigador en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM-México, académico enfocado en proyectos de investigación, ligados al campo de la democracia, la prensa y la comunicación, articulados al modelo de desarrollo económico y político, desarrolló el tema: “La responsabilidad periodística: Una Necesidad Ineludible”. Reconoce que al contexto del Covid-19, se le designa un carácter multidimensional y transtemporal al que él ha propuesto que se le llame “META-EVENTO” ya que lo considera como un descomunal hecho histórico, porque una pandemia como la que ha brotado en el año 2020, no tiene una fecha de inicio, ni concluirá en un día específico y el hecho de narrar y explicar este “metaevento” solo puede cubrirlo el periodismo. Las redes socio digitales esparcen noticias en instantes, pero, la tarea de darles coherencia y antes que nada desglosar entre los hechos falsos y verdaderos la cumple el periodismo profesional, este que coteja los hechos, que al equivocarse se reconoce. En ese sentido, la pandemia ha implicado nuevas exigencias porque es un acontecimiento que es imposible de comprender sino se le mira desde numerosos ángulos y se le reconoce su evolución constante.

Trejo mencionó que hay que ser enfático de que los periodistas son trabajadores esenciales, como el personal de salud o los trabajadores que mantienen funcionando las telecomunicaciones o la base de mercancías en la situación de emergencia que ocasionó la pandemia, sin embargo, no siempre los trabajadores de la información cuentan con las

garantías materiales y jurídicas que requieren las tareas que realizan.

Con frecuencia los periodistas están expuestos a peligros que ahora se incrementan con la pandemia, a la violencia de grupos delincuenciales que les amenazan e incluso asesinan y el riesgo de contagiarse de COVID 19, pues ya son docenas los periodistas latinoamericanos que han fallecido de esa enfermedad. Se agrega a esto, la descalificación desde el poder político contra el periodismo que indaga y que refleja la diversidad de nuestras sociedades. Es la actitud vigilante y responsable de la prensa, la que se ha constituido en una de las más inquietantes amenazas de los Gobiernos de talante más autoritario, que abominan de la prensa crítica y la descreditan, por otra parte, desestiman la gravedad de la pandemia y menosprecian las indicaciones de los científicos para enfrentar esta emergencia. El periodismo profesional para hacer precisamente eso, comunicación con responsabilidad social, tiene que ser independiente de los poderes económicos y políticos.

No podemos dejar al margen, que también hay medios que informan sobre la pandemia, utilizando maniobras para generar el amarillismo y difundir el desconcierto. Pero el periodismo profesional es el que investiga, coteja los hechos y que cuando se equivoca lo reconoce y rectifica, mira desde numerosos ángulos y reconoce su evolución constante.

<https://www.facebook.com/104524877983409/videos/1255048854856756t>



- “PREMIO A LA ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN 2020”

En el marco de la Semana de la Prensa y Profesionales en Comunicación de Costa Rica, se hizo entrega el 4 de noviembre de 2020 del Premio a la Ética y Responsabilidad Social de la Comunicación al Periódico Surcos Digital. Este reconocimiento fue una decisión unánime del Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica de reconocerle al PERIODICO SURCOS DIGITAL su labor de servicio a la sociedad por 13 años consecutivos.

El reconocimiento a este medio se hace desde la Cátedra de Ética y Responsabilidad Social de la Comunicación Alberto Cañas del Tribunal de Honor y Ética, que es la máxima expresión del compromiso de profesionales íntegros, que se rigen por estrictos deberes autoimpuestos, que no sólo establecen las “reglas del juego” para su función y el marco y límites para el propio medio u organización donde se desenvuelven, sino, un compromiso explícito con la sociedad y la opinión pública, en cuanto a veracidad, imparcialidad, independencia, justicia, paz, respeto, transparencia y responsabilidad social.

El acuerdo a la letra dice: OTORGAR EL “PREMIO A LA ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN 2020” AL PERIODICO SURCOS DIGITAL PARA LA DEMOCRACIA PARTICIPATIVA, POR CONSTITUIRSE EN UN MEDIO DE COMUNICACION INNOVADOR, INDEPENDIENTE, COMPROMETIDO CON LOS DERECHOS HUMANOS, LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN, POR PRACTICAR UNA COMUNICACIÓN ÉTICA, DIALÓGICA, PARTICIPATIVA, INTERACTIVA, VERAZ, RESPETUOSA Y OBJETIVA, QUE PROMUEVE SISTEMÁTICAMENTE EL ANÁLISIS, REFLEXIÓN, LA CRÍTICA ACTIVA Y

LA DIFUSION DE CONTENIDOS E INFORMACIÓN, PARA LA FORMACIÓN Y LA CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA.

En el acta 17-2020-THE, se exponen 37 CONSIDERANDOS, que dan fe del merecido y justo reconocimiento a este medio de comunicación, cuyos RESULTANDOS dicen:

1. Destacar y reconocer desde la “Catedra Alberto Cañas Escalante” del Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica, la excelente labor que desarrolla el Periódico Surcos Digital en materia de comunicación social, constituyéndose en un canal óptimo para el desarrollo de una periodismo alternativo, crítico e independiente al servicio del bien común.



Directores del Tribunal de Honor y Ética, hacen entrega del Premio al Periodista y Director de Surcos Digital, Master Héctor Ferlini Salazar.

2. Dar fe de los esfuerzos de información y comunicación del Periódico Surcos Digital, desde un enfoque dialógico, analítico-crítico en su experiencia diaria, para vincularse con los diferentes públicos y posicionarse en el entorno institucional, comunal, territorial, regional y nacional, mediante acciones de diálogo articuladas e integrales, de proyección y difusión.
3. Reconocer que en la visión del Periódico Surcos se representan los ideales filosóficos,



identitarios de la democracia costarricense, como de aquellos ideales históricos reconocidos y aún afianzados en el imaginario social, que aspiran a satisfacer las expectativas de los diversos sectores de la sociedad.

4. Reafirmar que el Periódico Surcos durante estos 13 años de funcionamiento, ha estado inmerso como medio de comunicación alternativo, en un proceso complejo y multidimensional, estrechamente relacionado con las formas de comunicarse, de interrelacionarse, y a su vez, de analizar los constructos derivados de la percepción que realiza la comunidad nacional, para contribuir a crear las percepciones en los espacios y entornos sociales donde circula y está presente.
5. Reconocer la alta calidad y compromiso del periodista Héctor Ferlini Salazar, creador, fundador y director del Periódico Surcos, así como del equipo de periodistas y comunicadores que conforman Surcos y el aporte de colaboradores quienes llevan a cabo y un trabajo sistémico, comprometido, serio, responsable, armónico y realista.

6. Destacar la función estratégica que ha ejercido Surcos, la cual es la resultante acumulada y sinérgica de prácticas realizadas desde su creación; que ha sabido llevar adelante un proceso participativo amplio con las personas usuarias, aliadas y diferentes públicos.
7. Reconocer el liderazgo en comunicación alternativa demostrada por Surcos, que ha propiciado una interacción abierta, flexible y respetuosa con las diversas audiencias, para construir, fomentar y difundir narrativas, sobre las decisiones del desarrollo comunal, regional, nacional, así como las demandas de los movimientos sociales asentados en diferentes territorios del país.
8. Reafirmar que Surcos se constituye en el único medio de comunicación social en su género, que goza del respeto y la legitimidad de la ciudadanía. Es un medio de comunicación formador de opinión pública, y visores de la realidad social, a través de ellos, se exponen las diversas visiones de mundo, y que tienen el propósito de exhibir los hechos sociales en sus diversas perspectivas, con absoluta objetividad, veracidad y equilibrio, respetando los puntos de vista de las fuerzas sociales que se generan en una sociedad libre, democrática, plural, inclusiva y diversa.





9. Dejar constancia de que hoy, que vivimos la segunda década del siglo XXI, en un contexto abigarrado de información fútil, noticias falsas, de excesos de discursos, muchos de ellos, sin sentido, ni objetivo, ni meta, simplemente como práctica, como ritualismo volutivo, Surcos se posiciona como un ejemplo a seguir al compartir información relevante, con capacidad de entender el mundo a través de sus mediadores, la ciudadanía y los comunicadores.

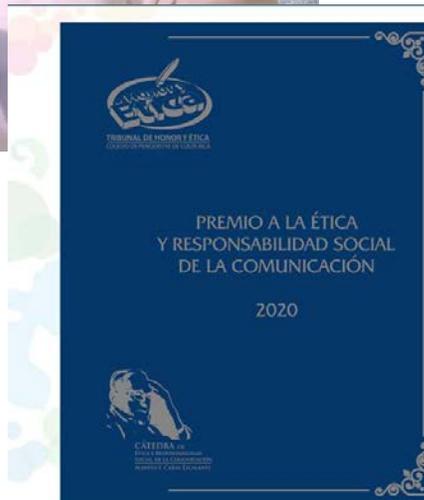
10. Destacar que Surcos ha creado una agenda pública en aquellos temas que fomenten la vida democrática, cívica, la independencia de criterios, las libertades públicas, el principio de legalidad, la defensa de los derechos fundamentales, el derecho a la información, el acceso a los medios, las garantías sociales en sentido amplio y se constituye en un ejemplo de defensa de una práctica profesional ética e independiente al servicio de los valores fundamentales de la sociedad.

11. Dejar por sentado, que, desde una visión integral, Surcos ha tomado la bandera del país, con la responsabilidad de asumirse como agente de cambio, como actor social, en entornos emergentes, cambiantes y complejos, como mediador social, capaz de articular el mundo de lo social entre los diversos sujetos y contextos.



Enlace entrega PREMIO A LA ETICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN 2020”.

<https://www.facebook.com/104524877983409/videos/1255048854856756>



MUJER Y POLÍTICA

Las democracias modernas y los países en desarrollo tienen deudas pendientes con importantes sectores de la población, ya que la mitad de sus habitantes carecen de indicadores óptimos de bienestar, según se desprende de los Informes de Naciones Unidas, y otros organismos, como la CEPAL y los observatorios en materia de Derechos Humanos en el 2020.

Entre éstas poblaciones se encuentran millones de mujeres el (49.5%) de la población mundial, para un total de 3.811 millones en el año 2020, que subsisten al margen del desarrollo económico, sin los beneficios y acceso a los avances tecnológicos, en medio de la pobreza, el desempleo, el analfabetismo, la desnutrición, la precariedad cultural, sin acceso a servicios básicos, y sin posibilidad de obtener los insumos necesarios para optar a empleos y cargos públicos, que les facilite su incorporación a la sociedad y el aporte a la vida política.

Por tratarse de una metodología experimental, activa, prevalecieron en las actividades desarrolladas en el Eje Transformación del Estado: tema Mujer y Política del Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional; las experiencias donde se intercambiaron información estratégica sobre el desarrollo de las políticas públicas, y el avance de los proyectos relacionados con los derechos de las mujeres. También se estableció como metodología en los diversos encuentros y diálogos la comparación entre las percepciones, los discursos diversos y los logros de los organismos especializados en tutelar los derechos y las acciones

de protección, mecanismos y herramientas para el logro objetivo de las demandas de las necesidades de las mujeres, en 3 áreas: inserción en la economía, indicadores en la calidad de vida e inserción en la política nacional, y capacidades para transformar sus propias condiciones de vida.



Se planificaron 7 foros: 6 nacionales y uno internacional, que se describen de manera resumida: Firma: Carmen Ulate-PIEG UNA

Reafirmando los Derechos Políticos de las Mujeres

En este foro participaron la Vicepresidenta de la República, Epsy Campbell, la Ministra de la

Condición de la Mujer, Patricia Mora Castellanos, la Representante del Tribunal Supremo de Elecciones-TSE, Ileana Aguilar del IFED (Instituto de Formación Estudios en Democracia). Además, se incluyó en el evento a entidades internacionales como el PNUD que estuvo a cargo de Krissia Brade. De

igual relevancia fue la exposición de la Co-Coordinadora del Eje Mujer y Política, Waizán Li Herrera, representante del Frente Nacional de Mujeres de los Partidos Políticos de Costa Rica, y la escritora e investigadora en temas de sufragistas género y política, Macarena Barahona Riera.



La violencia de género: Armonización de instrumentos internacionales y protocolos de manejo mediático de la violencia. Esta actividad, permitió ampliar el análisis sobre los derechos humanos, a partir de la evolución y la aplicación de los instrumentos jurídicos nacionales e internacionales, en cuanto a



la protección de las mujeres para eliminar todas las formas de violencia, y garantizar el disfrute pleno de los derechos humanos con perspectiva de Género.

y que se han radicalizado, en esta coyuntura de crisis económica y social en entornos de la familia, y en espacios públicos. Oficinas de Género A.L. y del Frente Amplio.

Estas evidencias han sido objeto de discusión entre mujeres políticas y expertas, quienes han dictado legislación muy específica, por ello en el Conversatorio "Mujeres en el régimen municipal: 200 años después de su creación", se profundizó sobre la urgencia de acción para detener el acoso callejero y laboral, y otras formas nuevas de violencia contra las mujeres, que implican el lenguaje, el comportamiento, insultos, daño a la moral y a la integridad de las mujeres en sitios públicos.

Participaron como personas expertas, representantes de organismos regionales. Se destaca la intervención de la Secretaria Ejecutiva de la Comisión Interamericana de Mujeres (CIM) de la Organización de los Estados Americanos (OEA), Alejandra Mora, Jurista, feminista, investigadora, académica y política costarricense, asesora activista en derechos humanos de las mujeres y las niñas.



A modo de Seminario Virtual se diseñó una propuesta de Foro-Taller, para compartir experiencias exitosas con emprendedoras: "Herramientas tecnológicas para potenciar a pequeñas y medianas empresarias y la apropiación de un mercadeo innovador en sus redes sociales".

Pero, antes, es urgente detener la violencia y el acoso en los ámbitos domésticos, comunitarios y laborales. Para este abordaje temático: "Haciendo Patria: Arquitectura Institucional y Proyectos para la Igualdad de Género", se convocó a las Jefas de Fracciones de los Partidos Políticos de la Asamblea Legislativa actual (2018/2022), para analizar los proyectos de ley recién aprobados y otros que están en la corriente legislativa, para detener y erradicar las diversas formas de violencia y acoso, que existen

Este ciclo de Foros y Conversatorios culminó en un Foro Internacional con la participación de expertas, para celebrar el "Día Internacional de la No Violencia contra las Mujeres", que se realizó de manera exitosa el 25 de noviembre de 2020. En este contexto, se hizo la presentación del "Protocolo para el Abordaje Informativo de la Violencia de Género contra las Mujeres y Sectores Vulnerabilizados el

cual recoge las propuestas, sentires, reflexiones y recomendaciones generadas durante los diversos espacios de discusión sobre el tema de violencia contra las mujeres.





- Foro Internacional: La Violencia Mediática: el derecho de las mujeres a preservar y defender su integridad frente a las formas de abordaje de la prensa en casos de delitos y violencia de Género.

En virtud de que la violencia contra las mujeres por razones de género, y el abuso contra sectores vulnerabilizados de la población, no parece disminuir de manera significativa, hoy se requiere con urgencia una actitud ética, constructiva, altruista, responsable y humanista, de parte de los medios de comunicación, de los profesionales de la comunicación, Publicistas, Relacionistas Públicos, Voceros Institucionales y de las fuentes oficiales que atienden estos delitos como las autoridades policiales, los Tribunales de Justicia y las Redes Sociales, quienes deben sustentar su actuación en Códigos de Ética Informativa, que permitan reivindicar la veracidad, buscar la verdad, hurgar en las causas, y si fuera el caso contribuir en la gestión de la justicia y la transparencia Informativa.

El Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica, por medio de la Catedra de Ética y Responsabilidad Social de la

Comunicación Alberto Cañas-COLPER, consciente de la relevancia sobre este tema, aboga por una cobertura con enfoque de género, responsable, respetuosa, ética, mesurada necesaria, suficiente pero nunca sobredimensionada con el dolor y la intimidad de las familias afectadas. El homicidio de una mujer a manos de su victimario, no importa el parentesco que tenga, es un acto despreciable, de uso desmedido de la fuerza, de irrespeto por la vida humana que no puede justificarse y por lo tanto, los medios de comunicación, hemos de contribuir a frenar los discursos, prácticas, eventos, prejuicios, ideologías y narrativas que la promuevan.

Por esta razón el Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica, en conjunción con los profesionales afiliados al Sindicato Nacional de Periodistas, la Secretaría del Consejo de Género del Sindicato afiliado a la FEPALC, la Federación Internacional de Periodistas, la Secretaria del Consejo de Género de la FIP, el Ideario Costa Rica Bicentenario Dialogo Nacional de la Universidad Nacional (UNA): Eje Transformación del Estado en el tema Mujer y Política, El Programa de Política de Igualdad y Equidad de Género-PIEG-

Foro: "La violencia mediática: el derecho de las mujeres a preservar y defender su integridad frente a las formas de abordaje de la prensa en casos de delitos y violencia de género"

Presentación del Protocolo de Prensa para el Abordaje y Tratamiento informativo de la Violencia de Género contra las Mujeres y Sectores Vulnerabilizados.

EXPONEN



Thais Aguilar Zúñiga
Comunicadora, Especialista en Género y Consultora Independiente



Adriana Naranjo R.
Antropóloga Comunicadora Ux Designer



María Ángeles Samperio
Presidenta Consejo de Género Federación Internacional de Periodistas Bruselas - Bélgica



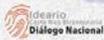
Andrea Cuenca Botey
Coordinadora e Investigadora Cátedra de Ciencias Sociales UNED



Marcela Arroyave Sandino
Abogada del INAMU Especialista en DDHH y Género



Carmen Ulate Rodríguez
Académica-UNA - Directora del Programa de Política de Igualdad y Equidad de Género-Universidad Nacional- PIEG-UNA



UNA, el Instituto Nacional de la Mujer-INAMU, reconocen la imperiosa necesidad de contribuir al mejoramiento y tratamiento de la información en los espacios de opinión y noticias sobre el tema de la violencia doméstica y la violencia contra las mujeres por razones de género.

En este sentido, el Tribunal de Honor y Ética-COLPER llevó a cabo (Presencialidad Remota-Zoom) el miércoles 25 de noviembre de 2020, el Foro Internacional: "La Violencia mediática: el derecho de las mujeres a preservar y defender su integridad frente a las formas de abordaje de la prensa en casos de delitos y violencia de Género".

Las expositoras que tuvieron a cargo el Foro fueron:

Master Carmen Ulate Rodríguez, Coordinadora del Eje de Igualdad de Género del Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional y directora del Programa de Política de Igualdad y Equidad de Género de la Universidad Nacional- PIEG-UNA

Master Thais Aguilar Zúñiga, Comunicadora, Especialista en Género y Consultora Independiente
Dra. Marcela Arroyave Sandino, Abogada del Instituto Nacional de la Mujer (INAMU) especialista en Derechos Humanos y Género

Magister. Andrea Cuenca Botey, Coordinadora e investigadora de la Cátedra de Ciencias Sociales en la Universidad Estatal a Distancia (UNED)

Master. Adriana Naranjo, Antropóloga Comunicadora Ux Designer.

Licda. María Ángeles Samperio. Presidenta Consejo de Género-Federación Internacional de Periodistas-Bruselas-Bélgica.

Los temas abordados por las expositoras fueron:

- Palabras de cambio para nuevos paradigmas de comunicación
- El Derecho a la comunicación un derecho de todas
- Erradicación de todas las formas de violencia



Francisco González Alvarado

Rector de la Universidad Nacional de Costa Rica

- Comunicación sin sexismo
- Tensiones entre los medios de comunicación y los derechos humanos de las mujeres

El evento realizado en el “Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer” tuvo como objetivo aportar elementos conceptuales y metodológicos en el tratamiento informativo de los delitos y violencia de género en Costa Rica. De esta manera, coadyuvar a sensibilizar a los y las comunicadoras que trabajan como profesionales en medios informativos y vocerías, para reflexionar sobre la forma como son referenciados los delitos contra las mujeres en razón de su género, y contribuir a erradicar los prejuicios y estereotipos, en las representaciones sociales como propuesta para romper el círculo de la violencia cultural, social y mediática.

En la apertura del Foro Internacional el Master Francisco González Alvarado, Rector de la Universidad Nacional de Costa Rica, resaltó que espacios de comunicación como el Foro sobre la Violencia Mediática, en cuanto al “derecho de las mujeres a preservar y defender su integridad, frente a formas de abordaje de la prensa en casos de delitos y violencia de género”, se constituyen en espacios formativos para sensibilizar, concientizar, profundizar y mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular la tecnología de la

información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de la mujer, asimismo, fomentar e impulsar la cobertura de información, bajo responsabilidad de los profesionales como de los medios de comunicación, respetando los estándares éticos, hacia la construcción de pensamientos y generación de opiniones objetivas y equilibradas: “La violencia contra la mujer constituye una violación de los derechos humanos y las libertades fundamentales y limita total o parcialmente a la mujer el reconocimiento, goce y ejercicio de tales derechos y libertades, por ello, es importante la creación de consciencia colectiva sobre este tema que está presente en nuestra cotidianidad. Nuestro deber es actuar en lo que esté a nuestro alcance, para que en Costa Rica se respete el derecho a la identidad, a la imagen, integridad, honra y dignidad de las mujeres”.

En este Foro, la Ministra de la Condición de la Mujer y Presidenta Ejecutiva del INAMU, Master Patricia Mora Castellanos, hizo un vehemente llamado a las mujeres a alzar la voz contra el machismo y exigirle a la sociedad en su conjunto y al Estado en particular que cuide de la seguridad de las niñas y mujeres y que exija justicia pronta y cumplida ante cualquier acto de agresión a alguna de ellas.



Patricia Mora Castellanos

Ministra de la Condición de la Mujer y
Presidenta Ejecutiva del INAMU



Belisario Solano Solano

Presidente de la Junta Directiva del
Colegio de Periodistas

El Presidente de la Junta Directiva del Colegio de Periodistas, Lic Belisario Solano Solano, ex viceministro de Gobernación y Policía, reafirmó que para la Junta Directiva y el Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas, es central el abordaje de los temas sobre la violencia contra las mujeres: “Esta jornada es muy rica en el conocimiento, en la llamada de atención, en la necesidad de que tengamos que asumir a partir de hoy una actitud coherente, consistente, sistemática para poder cambiar esta cultura de violencia estructural y mediática que afecta a las mujeres en Costa Rica y el mundo”.



Efraín Cavallini Acuña

Presidente del Tribunal de Honor y Ética-COLPER

El Presidente del Tribunal de Honor y Ética-COLPER, M.Sc. Efraín Cavallini Acuña, expresó que el Foro Internacional, busca llamar la atención hacia la urgencia de propiciar una cultura libre de discriminación y marginación de género, de parte

de los medios informativos y de los profesionales del periodismo y de la comunicación social. Por ello, agradeció a las expositoras por compartir sus saberes, por abrir encuentros e interacciones, con el fin de contribuir con la justicia social, el desarrollo humano sostenible e innovar en la producción y la promoción del conocimiento mediante la incorporación de los aportes realizados desde los estudios de género, para alcanzar la transformación de las condiciones que generan inequidad.



María Ángeles Samperio

Presidenta Consejo de Género
Federación Internacional de Periodistas

En calidad de Presidenta del Consejo de Género de la Federación Internacional de Periodistas-Bruselas-Bélgica- la Licda. María Ángeles Samperio, solicitó a las organizaciones de periodistas proporcionar apoyo a las personas que son amenazadas. En esta línea manifestó que la Federación está solicitando que se ratifique el convenio número 190 de la Organización Internacional de Trabajo-OIT- sobre el acoso en los centros de trabajo: “Creemos que es muy completo y facilita las herramientas para poner fin al acoso y para que las demandas de las personas que lo padecen especialmente las mujeres sean consideradas y tengan consecuencias para los acosadores. Las empresas por su parte tampoco deben perder de vista su responsabilidad de proteger a los periodistas de sus plantillas, porque difícilmente podrán ejercer su labor profesional si se sienten amenazados. Precisamente una de las tareas que no debemos olvidar es la de visibilizar a las periodistas que han sido acosadas y amenazadas.

Debemos apoyarlas para que cuenten su historia, denuncien y puedan seguir con su trabajo sin miedo a las presiones”.

El Consejo de Género de la Federación Internacional de Periodistas, ha sido consistente en la estrategia de luchar contra la violencia de género, por ello, solicitan la ayuda de todas las organizaciones que forman parte de la Federación, para avanzar en la igualdad entre hombres y mujeres y poder enfrentar la batalla de la inequidad en conjunto con otros países: “Somos precisamente las personas periodistas que podemos reclamarles a nuestro gobiernos que sean más activos en la defensa de la igualdad y la erradicación de violencia de género. Si contamos con buenas leyes nacionales será más fácil la lucha”.



Carmen Ulate Rodríguez

Académica-UNA - Directora del Programa de Política de Igualdad y Equidad de Género

La Master Carmen Ulate Rodríguez, Académica, Coordinadora del Eje de Igualdad de Género del Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional y directora del Programa de Política de Igualdad y Equidad de Género de la Universidad Nacional-PIEG-UNA, hizo referencia a las diversas convenciones internacionales que buscan prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer. Asimismo, comentó que las mujeres en esta sociedad patriarcal se encuentran en posiciones desiguales de poder en relación con los hombres, relegadas a un lugar de subordinación respecto a ellos. Esta desigualdad de poder crea un rango que favorece la agresión y protege al agresor: “...Es

este desbalance de poder lo que permite y facilita el aprendizaje y la práctica de la violencia de los hombres hacia las mujeres” (Carcedo, 2001:4). Acotó Ulate que los demás argumentos que se han esgrimido para justificar la violencia de género se constituyen en simples mitos que pretenden ocultar la realidad, creando confusión e impidiendo su comprensión, con la finalidad de obstaculizar el adecuado enfrentamiento del problema. Es decir, es la relación de poder desigual entre los géneros lo que genera la agresión, está presente en la estructura de la sociedad y es un fenómeno cotidiano, se da en todos los ámbitos, tanto públicos como privados.

La académica afirmó que los modelos tradicionales de aprendizaje en las diferentes disciplinas (derecho, psicología, periodismo), consideran que: el contexto social se valora irrelevante o insignificante-incluidas las relaciones familiares-, y se culpa a la madre de la mayoría de los problemas exhibidos por los hijos. Las teorías tradicionales... son casi totalmente ineptas para reconocer los efectos socioculturales tales como el sexismo, la discriminación, la ciudadanía de segunda clase, la violencia y la devaluación sistemática, como elementos que tienen impacto directo y determinante sobre la salud mental de las mujeres, la madre es responsable de todos los problemas de los hijos/as y recae sobre ella la responsabilidad de realizar los cambios necesarios. Los terapeutas (entre otros profesionales) tanto hombres como mujeres, han introyectado los valores culturales patriarcales, exhibiéndolos, aplicándolos y reforzándolos en la sicoterapia (y otras prácticas profesionales) (Sharratt: 1988, 72,76)

En el Foro Internacional celebrado el 25 de noviembre de 2020, Ulate resaltó al público participante por medio de la presencialidad remota, que la ideología patriarcal permea y se transmite de generación en generación por medio de la educación, la familia, las iglesias, los medios

de comunicación, el Derecho y el Estado. Para la mayoría de las personas incluyendo profesionales de las diversas disciplinas, las diferencias entre hombres y mujeres está sustentada en supuestos teóricos esencialistas, en donde la naturaleza y Dios lo han determinado de esa manera, quiere decir que son personas que están lejanas de entender lo histórico y la construcción social de los géneros: “Es importante tomar en cuenta que a pesar de que en Costa Rica existen leyes contra la violencia hacia las mujeres por razones de género no basta trabajar en el contenido de las leyes; hay que incidir en sus mecanismos, en las instancias asociadas a su aplicación, y en la actividad y comportamiento de la gente respecto a ellas. Nos acercaremos a su erradicación cuando el problema de la violencia hacia las mujeres sea una preocupación y responsabilidad de la sociedad en su conjunto, y se le identifique abiertamente como un comportamiento abusivo anclado al poder y a la violencia, que puede y debe ser eliminado. (García y Bedolla, 1989; González, 1989, citadas por García y Bedolla, 1993: 47)



La comunicadora Master Thais Aguilar Zúñiga, en su disertación: “Palabras de cambio para nuevos paradigmas de comunicación”, resaltó que los periodistas contribuyen a determinar los temas que interesan a las audiencias, porque la noticia es un acto subjetivo, ya que estos informadores deciden qué es lo importante: “En la comunicación mediática

la figura del agresor suele ser minimizada y el foco se centra en la víctima, en su apariencia, su manera de vestir y se da una invasión en su privacidad. Contrario a esto, lo adecuado sería que se centre en como la sociedad ha manejado la información sobre la violencia de parte de los hombres y revisar los comportamientos sociales de acuerdo con el sexo”.

Aguilar, presentó algunas recomendaciones para mejorar la cobertura de las noticias:

- Resguardar la identidad de las sobrevivientes de violencia.
- Dar la palabra a las personas afectadas únicamente cuando estas lo aprueben.
- Identificar al agresor con claridad en su comportamiento más que en su identidad.
- Mejorar la cobertura es fundamental para la erradicación de las conductas sociales que fomentan la violencia.
- Buscar y visibilizar historias de superación personal de violencia.
- Dar seguimiento a las noticias y reconocer que la violencia es un problema social que trasciende las clases sociales y los niveles educativos.



“Tensiones entre los medios de comunicación y los derechos humanos de las mujeres”, fue el título de la exposición a cargo de la Dra. Marcela Arroyave Sandino, Abogada del Instituto Nacional de la

Mujer (INAMU) especialista en Derechos Humanos y Género, quien hizo énfasis en que los medios de comunicación son instituciones educadoras y el que el ejercicio de la libertad de expresión si bien es esencial, puede llegar a violentar otros derechos fundamentales si se utiliza de manera inadecuada, lo que provoca tensión, por ello, para reducir esta tensión y respetar los derechos humanos, se debe trabajar en eliminar contenidos sexistas donde se presenta la imagen estereotipada de la mujer: “ Es responsabilidad del Estado tomar las medidas necesarias para evitar que los medios de comunicación reproduzcan una imagen de la mujer desigual y estereotipada. Se debe exhortar a los medios a reconocer su responsabilidad de generar valores igualitarios e inclusivos. Es importante resaltar que los medios tienen las posibilidades de realizar estos cambios eliminando la violencia mediática, de modo que puedan evitar las imágenes que directa o indirectamente promueven la explotación de mujeres o que atenten contra su imagen”.



“Comunicación sin sexismo”, fue el tema explorado por la Magister Andrea Cuenca Botey, Coordinadora e investigadora de la Cátedra de Ciencias Sociales en la Universidad Estatal a Distancia (UNED, a quien le preocupa la inexistencia de un trato equitativo entre hombres y mujeres en los medios informativos y plataformas mediáticas. Dado que el lenguaje sexista se encuentra tanto en espacios formales

como informales, se hace prioritario transversalizar el género, para cambiar la naturalización de la violencia en la comunicación positiva y equilibrada, ya que muchas veces dicho uso es inadecuado y es justificado desde la práctica comunicativa del mercadeo o la publicidad.

La expositora indicó que desde el Observatorio de Género y Medios Centroamericano al que ella pertenece, se busca abrir espacios de encuentro y diálogo entre la ciudadanía, los medios de comunicación, las industrias culturales, las empresas de publicidad y profesionales de la comunicación, para aportar a la construcción de la ética periodística y publicitaria, partiendo de los valores universales de los Derechos Humanos y reducir la brecha de la violencia de género, en especial la violencia simbólica que se ejerce a través de los medios de comunicación: “Los resultados de los monitoreos realizados son negativos para la mujer, dado que pocas veces las mujeres aparecen como expertas en temas de políticas, pero, si en temas de índole social y muy pocas veces se menciona la ocupación de las mujeres, por el contrario se identifican como niñas, personas, joven o estudiantes”.

Cuenca Botey, convocó a los medios de comunicación y a las personas periodistas a utilizar el género universal, no utilizar significados sexistas donde las mujeres se subestiman o minimizan, practicar el uso del lenguaje incluyente y de imágenes no sexistas e incorporar voces de mujeres en temas de deportes, economía y política: “ La audiencia debe reconocer de manera crítica y reflexiva en cada video, imagen o publicidad sexista; los tipos de violencia, estereotipos y estigmas sobre las mujeres y descubrir la manera de cómo son camufladas las risas, los montajes cómicos y ofensivos en los mensajes, para descalificar el papel de la mujer con estereotipos indeseables”.



“El derecho a la comunicación, un derecho de todos y todas”, fue el tema desarrollado por la Master Adriana Naranjo, Antropóloga Comunicadora Ux Designer, para quien Costa Rica se enorgullece de la libertad de expresión, sin embargo, la sociedad tiene un concepto limitado de este derecho, además de una visión conveniente para los medios de comunicación quienes no aceptan regulaciones en ese aspecto: “ En el país no hay democratización de los medios porque no hay medios comunitarios e independientes, por el contrario, la comunicación es dominado por unas pocas empresas para su lucro y beneficio y no hay diversidad de opiniones; lo cual crea un discurso uniforme y reproduce discursos machistas y material sexista”.

- Presentación Protocolo de Prensa para el abordaje y Tratamiento Informativo de la Violencia de Género Contra las Mujeres y Sectores Vulnerables.

El Tribunal de Honor y Ética y la Junta Directiva del Colegio de Periodistas de Costa Rica, La Catedra de Ética y Responsabilidad Social de la Comunicación Alberto Cañas-COLPER, aliado al Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional y al Programa de la Política de Igualdad y Equidad de Género-PIEG de la Universidad Nacional-Costa Rica, han venido trabajando bajo la premisa: “UNAMONOS para

“Hay un lucro privado de un bien que es público (espectro radioeléctrico), un lucro privado por sobre los derechos humanos”, indicó Naranjo, quien dejó claro que a diferencia de lo que se ha dicho, sí se necesita una ley nueva para que se democratice la comunicación, que contemple protocolos, regulación y elimine los vacíos legales que se encuentran actualmente. Esto es necesario porque los medios evidencian en todas sus formas de comunicación las relaciones de poder del sistema patriarcal. Es lamentable la contradicción existente entre el accionar de las instituciones a favor de la inclusión de las mujeres y las acciones sexistas de los medios de comunicación agregó la Antropóloga y señaló que es inaceptable que hasta ahora no haya un protocolo para los medios de comunicación, que estipule como informar contemplando la integración humana, sin justificar las agresiones y culpabilizar a las víctimas: “ Los Gobiernos han tomado una postura basada en que no se puede luchar contra los medios..., el punto más allá de la lucha, es la necesidad de herramientas de sensibilización, así como la educación mediática de la población en general.”

ENLACE: Documento completo

<https://www.facebook.com/104524877983409/videos/675489976449001>

poner fin a la violencia contra las mujeres”. En ese sentido, el 25 de noviembre de 2020, fecha en que se celebra el “Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer”, presentaron (Presencialidad Remota-Zoom, Facebook Live) al país: “El Protocolo de Prensa para el Abordaje y Tratamiento Informativo de la Violencia de Género contra las Mujeres y Sectores Vulnerabilizados”. que pretende agregar valor a las dinámicas mediáticas en materia de igualdad y equidad de género, consecuente con un enfoque de defensa de derechos humanos.



Protocolo de prensa para el abordaje y tratamiento informativo de la violencia de género contra las mujeres y sectores vulnerabilizados

Esta propuesta es un instrumento de trabajo consensuado y un mecanismo institucional, colectivo, que sirve de referencia en la cobertura de este tipo de hechos, dentro de un marco de respeto, apegado a los hechos y teniendo como objetivo el servicio a la ciudadanía y el interés público superior, establece los lineamientos que serán de observancia libre, pero consensuada, porque ningún derecho está por encima de la vida y de la dignidad de la persona.



La Dra. Beatriz Pérez Sánchez, Secretaria del Consejo de Género de la Federación Internacional de Periodistas (Bruselas-Bélgica) Coordinadora del tema Mujer y Política del Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional y Vicepresidenta del Tribunal de Honor y Ética del COLPER, manifestó que la presentación del Protocolo, responde a una necesidad social, dado el aumento de delitos en razón del género, violencia que ha escalado de forma alarmante en el último quinquenio, y que

compromete las bases de una sociedad democrática y por ende tutelar de los derechos fundamentales de las personas: “Cotidianamente se comprueba que al abordaje informativo sobre delitos contra las mujeres en razón de su género, se suman otro tipo de asimetrías, desigualdades y discriminaciones sociales, culturales, económicas y



políticas y confirma, además el sustento ideológico de una cultura machista, que propende a la construcción de la imagen de la mujer basada en estereotipos y prejuicios, que son asumidos en el lenguaje con el que se notifican los hechos de violencia contra las mujeres en los medios informativos”.



La M.Sc Sylvia Arredondo Guevara, Coordinadora General del Ideario y Directora del Tribunal de Honor y Ética-COLPER, dejó claro que esta situación de agresión contra las mujeres, además de complejas, invisibilizan los aportes de las mujeres en la sociedad, y favorecen un entorno de agresividad y violencia simbólica, pues fomentan las conductas permisivas de los ofensores, sean en entornos laborales, sociales, familiares, institucionales y empresariales: “Los medios de comunicación son referentes sociales y líderes de opinión, por lo tanto, es deseable que mantengan una conducta y posición profesional, ética, equilibrada y pedagógica en la comprensión y alcances de los procesos socio culturales, y una actitud permanente de defensa de los derechos humanos fundamentales”.

Costa Rica es una nación democrática, como Estado Social de Derecho se sustenta en un marco de legalidad, apegada al imperio de la ley, garante de la justicia, la igualdad, la equidad, el respecto a la dignidad de la persona y de los derechos humanos, consignados en la

Constitución Política, y en las leyes que rigen la vida social, en este sentido el Presidente de Tribunal de Honor y Ética del COLPER, M.Sc Efraín Cavallini Acuña argumentó: “Garantes del mandato de nuestra Ley (4420-COLPER), al amparo de los convenios y pactos internacionales firmados por nuestros países, en aras de ser pragmáticos y consecuentes de que el abordaje informativo de estos temas tan sensibles no son los más apropiados, hemos elaborado y consensuado un protocolo para el abordaje informativo de los temas relacionados con la violencia hacia las mujeres por razones de género, y de esta manera, contribuir y garantizar que los medios informativos, noticiosos y las redes sociales, se apeguen a los principios fundamentales de veracidad, objetividad, equilibrio, rigurosidad y sensibilidad en el manejo de la información, en casos de delitos derivados de la violencia hacia las mujeres por razones de género”.

En las últimas décadas se han dado grandes pasos en el fortalecimiento de los derechos humanos y la protección social de sus habitantes. En consecuencia, el Estado y las diversas fuerzas sociales, han procurado garantizar y asegurar que estos derechos sean reales y por consiguiente, han cristalizado en la firma de importantes convenios regionales y convenciones internacionales, para ampliar el contexto y aplicación de los derechos humanos.





Somos personas **independientes, autónomas**, por lo tanto, en las noticias no se debe utilizar lenguaje que minimice nuestra condición de personas, No somos la extensión de otros, ni propiedad de nadie.

Así, el Estado Costarricense, ha promovido y ratificado innumerables Tratados, Convenciones, Conferencias y Mecanismos en aras de dotar a la población de una avanzada normativa para la igualdad de género y la protección de los derechos humanos y libertades fundamentales de las mujeres, particularmente con la creación del Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU), en 1998 y el otorgamiento de rango de Ministra de la Condición de la Mujer, quien a su vez asume la Presidencia Ejecutiva del Instituto, como ente encargado de proponer acciones y políticas para erradicar todas las formas de violencia de género. Por lo tanto, las autoridades, la ciudadanía y los medios de comunicación debemos tener consciencia y actuar en consecuencia de que existe un marco institucional, social y legal, para abordar los eventos relacionados con la violencia hacia las mujeres por razones de género, así como con otros sectores en condición de vulnerabilidad y de discriminación por condiciones históricas y de esta manera, aplicarlos en el tratamiento noticioso de estos temas sensibles.



de Género de la FIP, el Ideario Costa Rica Bicentenario Dialogo Nacional de la Universidad Nacional (UNA): Eje Transformación del Estado en el tema Mujer y Política, El Programa de Política de Igualdad y Equidad de Género-PIEG-UNA, reconocen la imperiosa necesidad de contribuir al mejoramiento y tratamiento de la información en los espacios de opinión y noticias sobre el tema de la violencia doméstica y la violencia contra las mujeres por razones de género.

Esta propuesta denominada: “Protocolo de Prensa para el Abordaje y Tratamiento Informativo de la Violencia de Género contra las Mujeres y Sectores Vulnerabilizados”, se constituye en el Primer Protocolo, tanto, a nivel nacional como



Un llamado a los Medios y Profesionales de la Comunicación Social

Porque Somos múltiples, diversas diferentes. Somos el 50% de la población mundial, **Tenemos identidad, cultura, etnia, edad y grupos de pertenencia.**



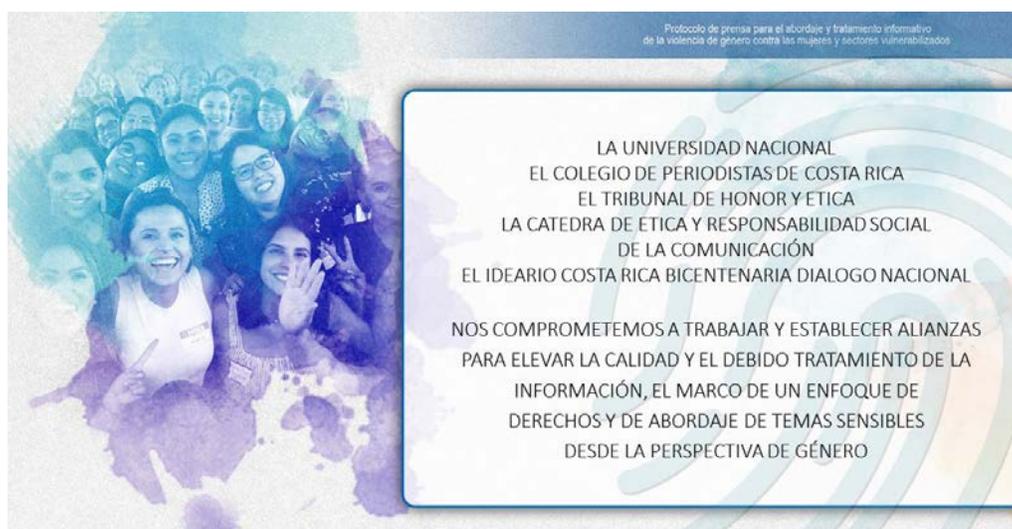
latinoamericano y establece diecisiete lineamientos que serán de observancia libre y voluntaria, que sirve de referencia en la cobertura de este tipo de hechos, dentro de un marco de respeto, apegado a los hechos y teniendo como objetivo el servicio a la ciudadanía y el interés público superior.

El Tribunal de Honor y Ética-COLPER, La Catedra de Ética y Responsabilidad Social de la Comunicación y el Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional, difunden este Protocolo por diversos medios y espacios, para hacer un llamado a la creación de consciencia colectiva sobre este tema, que está muy presente e impacta negativamente nuestra realidad cotidiana: “ Como entidades creadoras de este instrumento, expresamos nuestra gratitud a las a las organizaciones de la sociedad civil, al Programa para la Equidad e Igualdad de Género-PIEG-UNA, entidades de justicia y académicas que brindaron su aporte para la elaboración de esta guía de principios”.

ENLACES: Protocolo completo

<https://www.ideario.una.ac.cr/documentos-transformacion-del-estado/>

http://tribunal.colper.or.cr/app/cms/www/index.php?id_menu=24



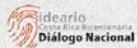
Protocolo de prensa para el abordaje y tratamiento informativo de la violencia de género contra las mujeres y sectores vulnerabilizados



http://tribunal.colper.or.cr/app/cms/www/index.php?id_menu=24

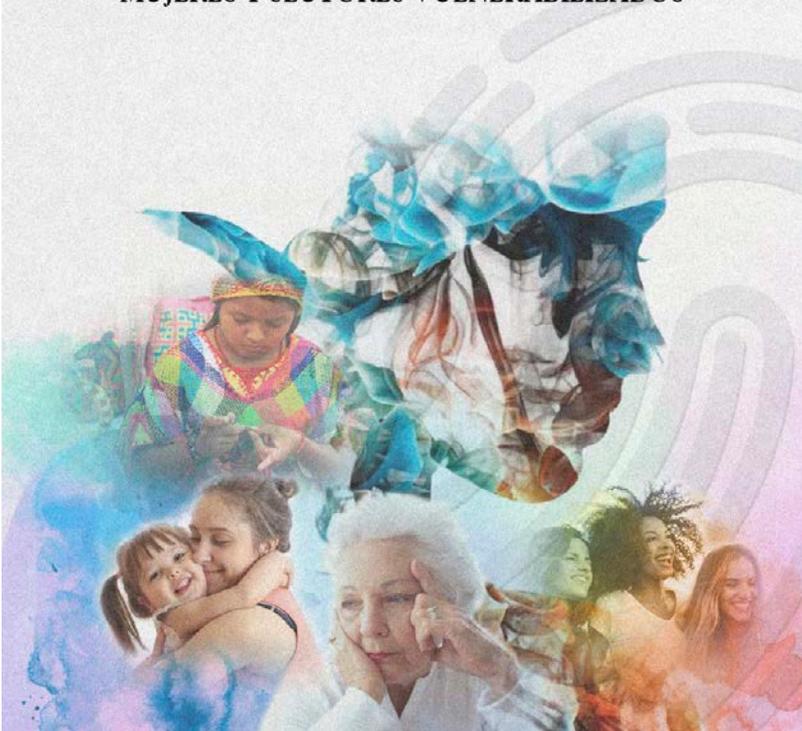


http://tribunal.colper.or.cr/app/cms/www/index.php?id_menu=24



PROTOCOLO DE PRENSA PARA EL ABORDAJE Y TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO CONTRA LAS MUJERES Y SECTORES VULNERABILIZADOS

Dada la imperiosa necesidad de que este esfuerzo sea conocido ampliamente y puesto en práctica, enumeramos en este apartado los 17 pasos o enunciados del Protocolo:



Protocolo de prensa para el abordaje y tratamiento informativo de la violencia de género contra las mujeres y sectores vulnerabilizados



1

NO MÁS VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES

PRIMERO: La violencia contra las mujeres por razones de género es una realidad socio cultural, que debe ser tratada como un flagelo social a nivel local y mundial. Éste afecta a toda la sociedad por sus implicaciones en el seno de la familia el mundo del trabajo, la salud, y el ambiente afectivo, además de la eco-economía como un todo .

También representa, una forma de abuso, de utilización de la fuerza entre personas, en condiciones y niveles de desventaja y disparidad de diversa naturaleza y sobre todo constituye una violación de los derechos humanos y las libertades fundamentales que limita total o parcialmente a la mujer el reconocimiento, goce y ejercicio de tales derechos y libertades



Protocolo de prensa para el abordaje y tratamiento informativo de la violencia de género contra las mujeres y sectores vulnerabilizados



2

LA VIOLENCIA EN TODAS SUS FORMAS CONSTITUYEN UN DELITO PENAL Y DEBEN SER REFERENCIADAS COMO UN HECHO POLICIAL

SEGUNDO: La violencia física, psicológica, sexual y patrimonial contra las mujeres mayores de edad, como práctica discriminatoria por razón de género, específicamente en una matrimonio, en unión de hecho declarada o no, es un delito tipificado en el ordenamiento jurídico de Costa Rica por sus características sociológicas y sus implicaciones jurídicas, debe ser abordado como tal, y las informaciones elaboradas, se realizarán en el marco del tratamiento de un hecho policial, judicial sin perjuicio de las personas victimizadas. (Art. Ley de Penalización de la Violencia Contra las Mujeres N.º 8589)



Protocolo de prensa para el abordaje y tratamiento informativo de la violencia de género contra las mujeres y sectores vulnerabilizados



3

UTILICE LENGUAJE TÉCNICO Y PERICIAL, PORQUE SE TRATA DE DELITOS DEBIDAMENTE TIPIFICADOS EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO DE COSTA RICA

TERCERO: Los medios informativos, sobre todo aquellos que cubren hechos policiales o judiciales, deberán atender estos sucesos como corresponde a su tipificación, es decir, respetando el lenguaje técnico y el abordaje que se da a los mismos por parte de las fuentes correspondientes.



Protocolo de prensa para el abordaje y tratamiento informativo de la violencia de género contra las mujeres y sectores vulnerabilizados



4

NO A LA ESPECULACIÓN, HAGA USO DE FUENTES OFICIALES, EXPERTAS E INSTITUCIONALES

CUARTO: El abordaje noticioso debe realizarse desde la perspectiva de género, profundo, minucioso, en lo que respecta a los indicios y pruebas de los hechos, sin dar margen a la imaginación, especulación ni divagaciones relacionadas con el hecho mismo o con los sujetos indiciados y las victimas. Para eso la objetividad, la veracidad y la confrontación de las fuentes especializadas es fundamental.



Protocolo de prensa para el abordaje y tratamiento informativo de la violencia de género contra las mujeres y sectores vulnerabilizados



5

LAS NOTICIAS NO DEBEN EXAGERAR, REITERAR NI SOBREEXPONER A LAS VÍCTIMAS NI A SUS FAMILIARES POR RESPETO A SU INTEGRIDAD

QUINTO: La mesura en la notificación de los hechos, asegura una descripción veraz y evita la especulación y sobreexposición de los datos e imágenes, que comprometan a las víctimas y a sus familiares y además favorecen el esclarecimiento de los hechos, facilitando la transparencia de los procesos y como consecuencia la administración de justicia.



Protocolo de prensa para el abordaje y tratamiento informativo de la violencia de género contra las mujeres y sectores vulnerabilizados



6

LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES NO SON NOTA ROJA EVITE LA SOBREEXPOSICIÓN DE IMÁGENES VIOLENTAS QUE HIERAN LA SENSIBILIDAD DE LAS PERSONAS

SEXTO: Las imágenes, fotografías, infografías, datos, audios, informaciones, declaraciones y reportes de los hechos y de las víctimas, preferiblemente deben provenir de fuentes autorizadas u oficiales, y sus contenidos, no deben ser excesivos, violentos, reiterativos, que ofendan los sentidos y la dignidad de los involucrados, audiencias y usuarios. De igual manera, se abstendrán de utilizar testimonios de personas cercanas a los indicados, para evitar la parcialidad y versiones subjetivas e interesadas, que comprometan la veracidad y difundan ideas estereotipadas frente a los públicos.



Protocolo de prensa para el abordaje y tratamiento informativo de la violencia de género contra las mujeres y sectores vulnerabilizados



7

NO EMITIR COMENTARIOS SUBJETIVOS, FUERA DE CONTEXTO. TAMPOCO REPRODUZCA TESTIMONIOS PARCIALIZADOS QUE PERJUDICAN LA IMAGEN DE LAS VÍCTIMAS

SETIMO: La problemática relacionada con la violencia hacia las mujeres por razones de género, a saber: violencia doméstica, abuso sexual, hostigamiento sexual en el empleo y la docencia, acoso callejero, tráfico de personas requieren de un abordaje desde la perspectiva de género, para evitar la revictimización durante los procesos judiciales. Por esta razón, los medios deben procurar obtener testimonios e informaciones que complementen la noticia, entrevistas y datos. Pero, se debe evitar la reproducción de declaraciones fuera de contexto, editadas, y sobredimensionadas por su repetición y cantidad. Por lo que los medios y los comunicadores deben recibir capacitación sobre género y comunicación.



Protocolo de prensa para el abordaje y tratamiento informativo de la violencia de género contra las mujeres y sectores vulnerabilizados



8

DAR UN TRATAMIENTO SERIO, FORMAL, TÉCNICO A LA INFORMACIÓN, EVITAR LA FRIVOLIDAD Y LA BANALIZACIÓN DE HECHOS TAN LAMENTABLES Y DIGNOS DE CENSURA

OCTAVO: Los medios respetarán el silencio de los familiares en casos de femicidios, abusos, delitos sexuales y otras formas de violencia contra las mujeres por razones de género. De igual manera, respetarán la negativa de sus parientes para ofrecer declaraciones a la prensa. El respeto a las víctimas y de sus parientes, obliga a dar un tratamiento serio, formal, técnico, evitando la frivolidad y la banalización de hechos tan lamentables y dignos de censura, género y comunicación.



Protocolo de prensa para el abordaje y tratamiento informativo de la violencia de género contra las mujeres y sectores vulnerabilizados

9

RESPECTE LA INTIMIDAD DE LAS VÍCTIMAS, FAMILIARES Y TESTIGOS DADA SU VULNERABILIDAD EN ESTOS CASOS

NOVENO: Los medios informativos, las personas profesionales en comunicación deben de respetar el derecho a la intimidad de las víctimas y sus parientes, quienes no serán abordados en hospitales, cárceles, ceremonias religiosas en iglesias ni cementerios, dado el nivel de vulnerabilidad de las personas, testigos y familiares de las víctimas en esos momentos y espacios.



Protocolo de prensa para el abordaje y tratamiento informativo de la violencia de género contra las mujeres y sectores vulnerabilizados

10

PROCURAR NO UTILIZAR LENGUAJE COTIDIANO, NI EDITORIALIZAR, CALIFICAR NI USAR LENGUAJE NI IMÁGENES GROTESCAS

DÉCIMO: La descripción de los sucesos de violencia contra las mujeres por razones de género, deben ser tratados en el marco adecuado del fenómeno social, por lo tanto, su tratamiento requiere acompañamiento de expertos, y un uso de lenguaje técnico. En consecuencia, se debe obviar el lenguaje cotidiano para explicar el hecho, dada la relevancia del mismo. Los comunicadores no deben editorializar, para evitar posiciones extremistas, que descalifican o magnifican los hechos, que suelen ser grotescos, dolorosos, y de extrema violencia visual y auditiva.



Protocolo de prensa para el abordaje y tratamiento informativo de la violencia de género contra las mujeres y sectores vulnerabilizados

11

EVITAR LA REITERACIÓN, EXCESO DE EXPOSICIÓN DEL HECHO PARA EVITAR EL MORBO, LA BANALIZACIÓN Y LA INDIFERENCIA DE LAS AUDIENCIAS

DÉCIMO PRIMERO: La cobertura noticiosa e informativa, debe ser suficiente, para esclarecer y explicar las circunstancias de los hechos, pero no reiterativa, para evitar la saturación del evento y que se alimente el morbo, así como no caer en la indiferencia de las audiencias.



Protocolo de prensa para el abordaje y tratamiento informativo de la violencia de género contra las mujeres y sectores vulnerabilizados

12

NO A LA REPRODUCCIÓN DE LOS HECHOS MEDIANTE PRODUCTOS FICCIONALES QUE PREDISPOGAN LA COMPRENSIÓN DEL PÚBLICO, SOBRE DELITOS TAN GRAVES Y DE ENORME CRUELDAD

DÉCIMO SEGUNDO: En el caso de reportajes, reconstrucciones y recreaciones periodísticas e incluso producciones audiovisuales, los medios se abstendrán de hacer reconstrucciones libres o ficcionales de los hechos judiciales, sin que exista una rigurosa supervisión o participación de peritos, para evitar la aprehensión del auditorio acerca de los hechos, los testigos y los indiciados. Evitar que una ficción suplante la realidad de los hechos, con un grave daño a la administración de justicia o exposición de datos, pruebas periciales, que perjudiquen o anulen los procesos judiciales.



Protocolo de prensa para el abordaje y tratamiento informativo de la violencia de género contra las mujeres y sectores vulnerabilizados



13

**LA PRIMICIA NO ES IMPORTANTE
SI LA CALIDAD INFORMATIVA
EDUCA A LAS AUDIENCIAS.
NO REPRODUZCA
PATRONES SEXISTAS**

DÉCIMO TERCERO: La cobertura de los hechos de violencia contra las mujeres por razón de género, son trascendentes, de interés público, y por esta razón la primicia no es lo importante, sino, la calidad informativa y la reflexión que debe provocar el medio, para eso, se debe buscar el balance de la información y asegurar la diversidad de fuentes y enfoques de manera tal que prevalezca el interés público, la acción correctiva, sobria y reflexiva, que además inhiba la acción narrativa ficcional, morbosa, discriminatoria y reproductora del sistema patriarcal y sexista.



Protocolo de prensa para el abordaje y tratamiento informativo de la violencia de género contra las mujeres y sectores vulnerabilizados



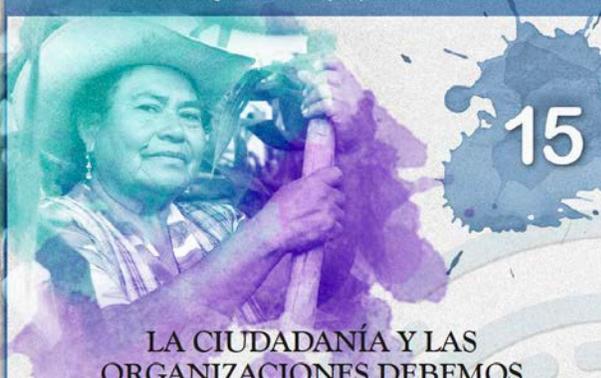
14

**ABSTENGASE DE REALIZAR
SIMULACIONES, DRAMATIZACIONES Y
RECREACIONES POR SER
ACTOS GROTESCOS.
NO SE TRATA DE UNA NOVELA PASIONAL.
DEJE A LAS AUTORIDADES REALIZAR
SUS INVESTIGACIONES Y
RECREACIONES PERICIALES**

DÉCIMO CUARTO: En casos de femicidios, violencia doméstica, abusos sexuales, secuestros, por su crueldad, por el dolor de las personas, por las secuelas emocionales de las víctimas alrededor del evento, los medios procurarán abstenerse de realizar simulaciones, dramatizaciones y recreaciones, por ser actos grotescos, muy violentos, salvo cuando se trate de recreaciones de tipo judicial, pericial realizada por expertos forenses y o funcionarios judiciales, o cuando éstas contengan un propósito preventivo y formativo.



Protocolo de prensa para el abordaje y tratamiento informativo de la violencia de género contra las mujeres y sectores vulnerabilizados



15

**LA CIUDADANÍA Y LAS
ORGANIZACIONES DEBEMOS
CONTRIBUIR A MONITOREAR LA
VIOLENCIA DE GÉNERO MEDIANTE
ALIANZAS Y APORTAR INSUMOS
PARA ERRADICARLA**

DÉCIMO QUINTO: Los medios de comunicación social, los periodistas y comunicadores, conjuntamente con las instituciones que velan por la protección de los derechos de las mujeres, el Poder Judicial, las Universidades, los Ministerios de Educación y Salud Pública, el Ministerio de la Mujer, los Programas de Prevención de la Violencia de Género, los Colegios Profesionales y personas expertas en las áreas sociales y educativas podrán generar alianzas, programas, mecanismos y espacios para estudiar, monitorear, analizar la violencia contra las mujeres desde la perspectiva de género, y de esta forma, ofrecer respuestas en aras de fortalecer las acciones para la prevención, la formación y la erradicación de la violencia contra las mujeres en razón de su género.



Protocolo de prensa para el abordaje y tratamiento informativo de la violencia de género contra las mujeres y sectores vulnerabilizados

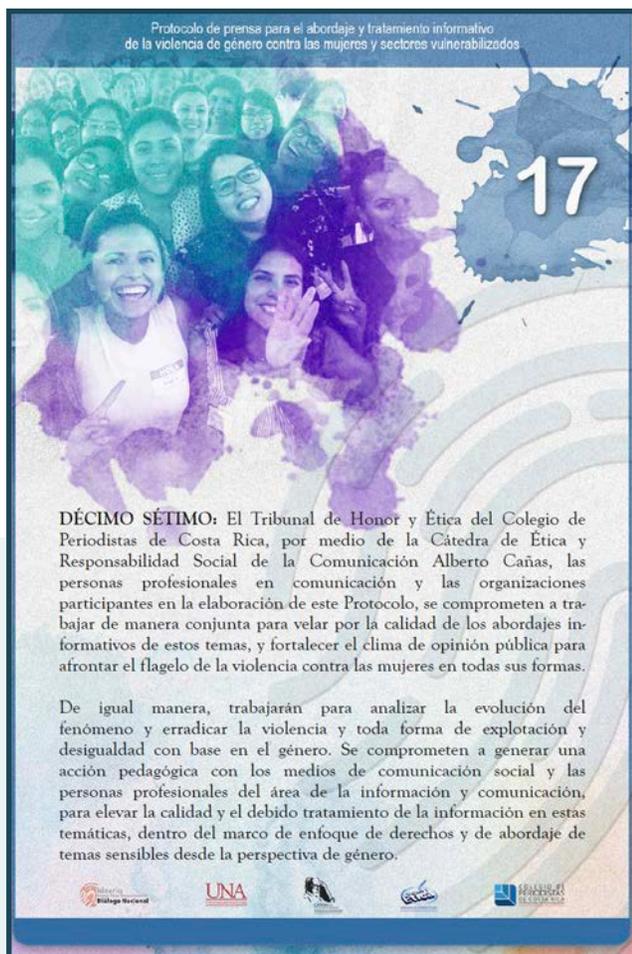


16

**CREAR LAS CONDICIONES IDÓNEAS,
ÉTICAS Y RAZONABLES, PARA EL
ABORDAJE INFORMATIVO DE LA
VIOLENCIA HACIA LAS MUJERES Y
DE LOS PROCESOS JUDICIALES QUE
CONLLEVA LA SANCIÓN DE LOS
INFRACTORES DESDE UN
ENFOQUE DE GÉNERO**

DÉCIMO SEXTO: La violencia contra las mujeres, en cualquiera de sus manifestaciones, constituye un grave problema nacional de salud y de bienestar de miles de mujeres, repercute en el desarrollo de las familias, de la comunidad, del país, se constituye en una violación de los derechos humanos y las libertades fundamentales y limita total o parcialmente a la mujer el reconocimiento, goce y ejercicio de tales derechos y libertades fundamentales. Por esta razón, la aspiración de este Protocolo, es crear las condiciones idóneas, éticas y razonables, para el abordaje informativo de la violencia hacia las mujeres y de los procesos judiciales que conlleva la sanción de los infractores desde un enfoque teórico de género.

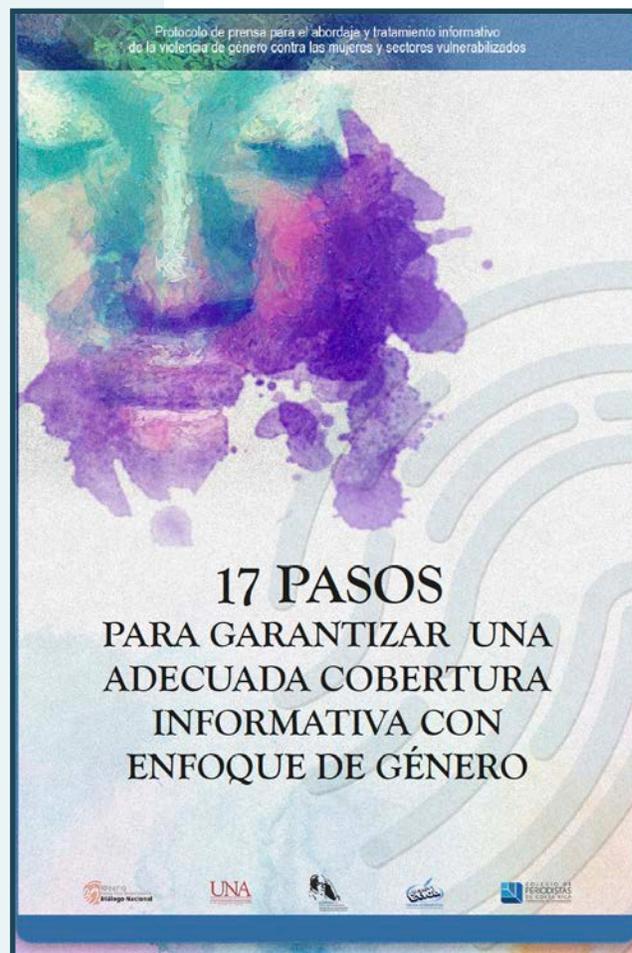


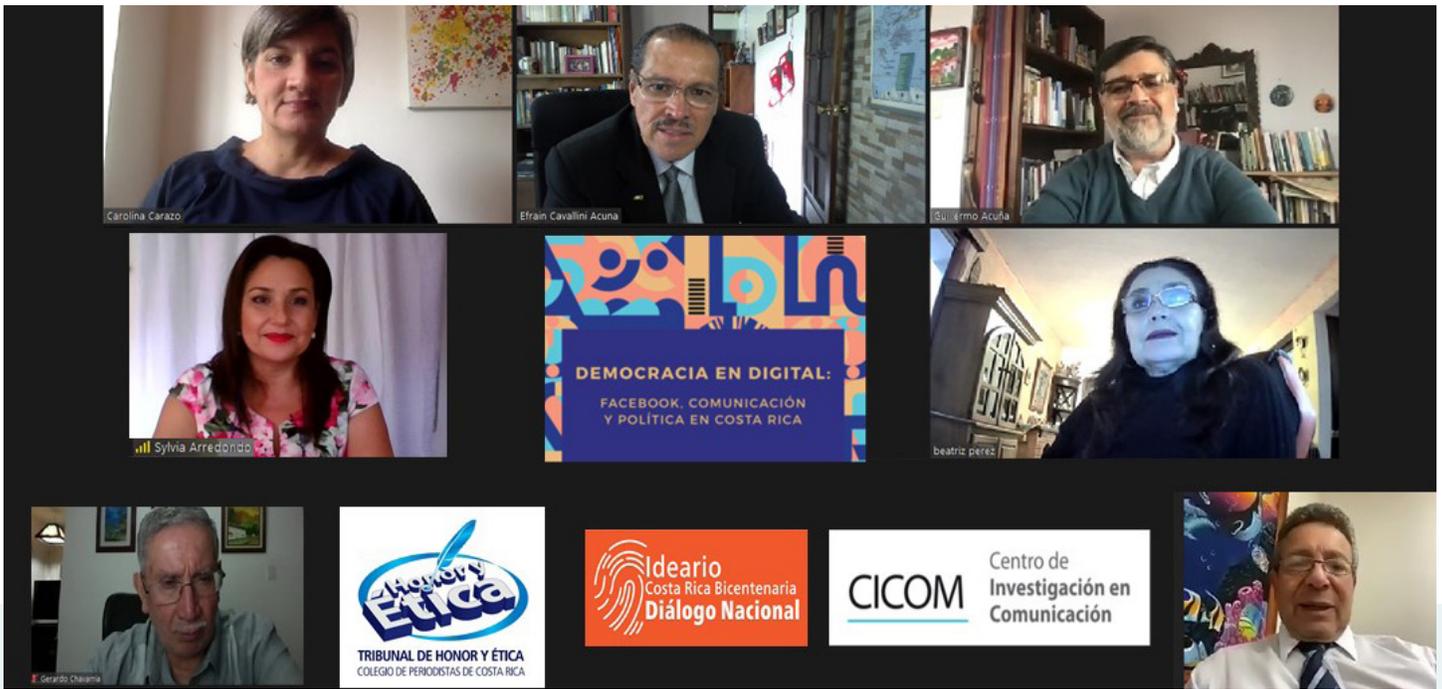


Autores y creadores de este Protocolo:

Efrain Cavallini Acuña
 Beatriz Pérez Sánchez
 Gerardo Chavarría Vega
 Sylvia Arredondo Guevara
 Bresia Benel Yáñez

Académicos y Miembros del Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica-2020





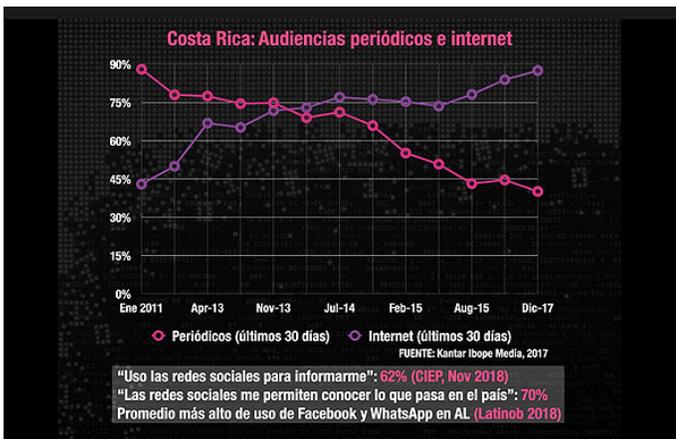
- Conferencia: DEMOCRACIA EN DIGITAL: Facebook, Comunicación y Política en Costa Rica.

El martes 01 de diciembre de 2020 se llevó a cabo la Conferencia: DEMOCRACIA EN DIGITAL: Facebook, Comunicación y Política en Costa Rica, a cargo de la Dra. Carolina Carazo Barrantes, Académica e Investigadora del Centro de Investigación en Comunicación de la Universidad de Costa Rica -CICOM-UCR.

En este espacio organizado por el Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica, la Catedra de Ética y Responsabilidad Social de la Comunicación Alberto Cañas el CICOM-UCR, el Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional

y el Programa Participación Ciudadana de la Asamblea Legislativa, se hizo referencia al contenido del libro (Democracia en Digital) publicado por CICOM-UCR, que es el resultado de un proyecto interdisciplinario de investigación entre personas de distintas unidades académicas, universidades y países realizado entre 2017 y 2019.

Este proyecto fungió como una incubadora de ideas provenientes de varias disciplinas. En la conferencia se expuso sobre el papel político de las redes sociales en Costa Rica durante los últimos años. Se suministraron datos elaborados producto de una investigación mixta y transdisciplinaria, sobre el significado político de Facebook como medio y plataforma de comunicación en Costa Rica.



La investigadora Carazo indicó, que el resultado de la investigación contempló tanto lo urgente como lo trascendente, al enfocarse en el análisis específico de la elección presidencial de 2018, en donde se analiza una coyuntura que permite comprender de manera inmediata el papel de las redes sociales en la formación de esfera pública. Al comparar eventos políticos importantes con momentos de vida postelectoral, la investigación publicada también produce información para pensar las implicaciones de más largo plazo que tiene Facebook para el estado de la democracia en Costa Rica.

Se hizo del conocimiento de la audiencia que el libro producido y publicado el 2 de setiembre de 2020, fue organizado en dos partes, consta de 12 capítulos para un total de 314 páginas. La primera parte examina tendencias generales de consumo de noticias en Facebook en Costa Rica y la segunda se enfoca en el caso de las elecciones presidenciales de 2018 (vista desde Facebook). De ese modo, se buscó potenciar un análisis de lo longitudinal y lo específico, lo cotidiano y lo extraordinario. A su vez, cada una de esas dos partes está compuesta de cuatro capítulos empíricos y un comentario interpretativo escrito por colaboradores externos del proyecto.

Según los autores (Democracia en Digital) el libro es una reflexión sobre las lecciones para pensar la comunicación política contemporáneas. Entre estas, la brecha noticiosa entre el tipo de noticias que prefieren periodistas y audiencias, el peso de los eventos mediáticos en la comunicación política y la interacción entre las agendas alrededor de las cuales se definen temas de interés público. Como lo indicó Silvio Waisbord en el epílogo, (Lecciones para la investigación en comunicación política) este escrito sitúa los resultados en una tensión doble entre su valor para entender el caso costarricense y su aporte para visitar asuntos clásicos de la comunicación política.

Carolina Carazo, como investigadora de CICOM-UCR, apuntó que el libro presentado al país en setiembre de 2020 y puesto en perspectiva en la conferencia organizada por el Tribunal de Honor y Ética en el marco del Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional, no solamente ayuda a entender lo ocurrido en Costa Rica, sino también poder comprender preguntas claves en la investigación contemporánea: el poder de los medios de imponer agenda de temas, el rol de Facebook en mediatizar la comunicación pública y las características de los intereses periodísticos y públicos en la noticia



La investigación publicada en el libro *Democracia en Digital*, ofrece una descripción acabada y un análisis cuidadoso de una serie de fenómenos que convergieron en la campaña electoral.

“Compartimos este enlace en internet, con el ánimo de aportar elementos teóricos y variables ánimo de aportar elementos teóricos y variables para entender los procesos de comunicación y de la responsabilidad con la ciudadanía, desarrollamos síntesis y productos con las vivencias y los diálogos que nos hemos referido antes”.

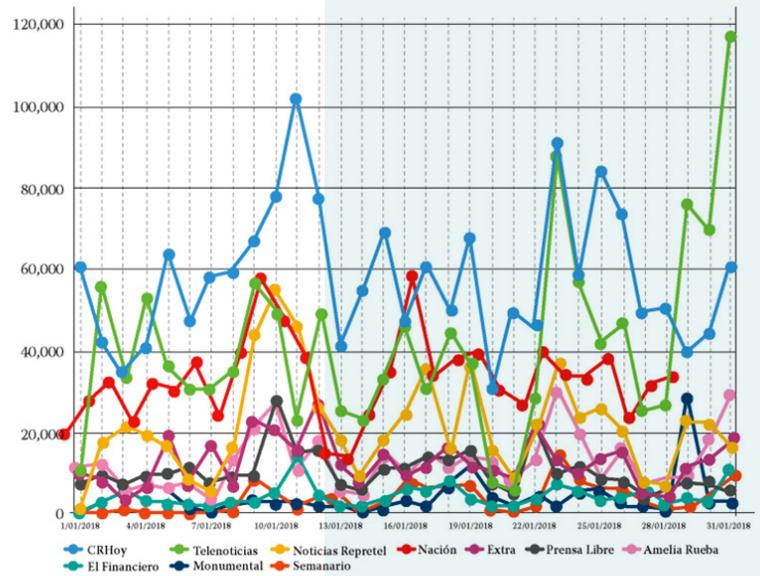


Figura 2.1. Engagement de perfiles de medios de comunicación costarricenses en Facebook (Enero de 2018)
Fuente: Elaboración propia

CICOM
Centro de Investigación en Comunicación

PARTICIPACIÓN CIUDADANA

ideario
Costa Rica Bicentenario
Diálogo Nacional

CATEDRA en
ÉTICA Y RESPONSABILIDAD PERIODÍSTICA

TRIBUNAL DE HONOR Y ÉTICA
COSTARRICENSE DE PERIODISTAS

DEMOCRACIA EN DIGITAL:

Facebook, Comunicación y Política en Costa Rica.

CONFERENCIA CON:



Fecha:

Hora:

Martes 01 de Diciembre 2020

2:00 pm

La expositora comentará algunos de los principales hallazgos del libro: **DEMOCRACIA EN DIGITAL**, realizado por un grupo de investigadores del CICOM-UCR, que examina el papel político de las redes sociales en Costa Rica durante los últimos años.

FACEBOOK LIVE: **LIVE**

Rectoría Universidad Nacional Costa Rica
Colegio de Periodistas de Costa Rica

ENLACE EN VIVO: **zoom**

<https://us02web.zoom.us/j/81790494077?pwd=a3FjdTBOWiNXUISNnNqbGZXYkdidz09>

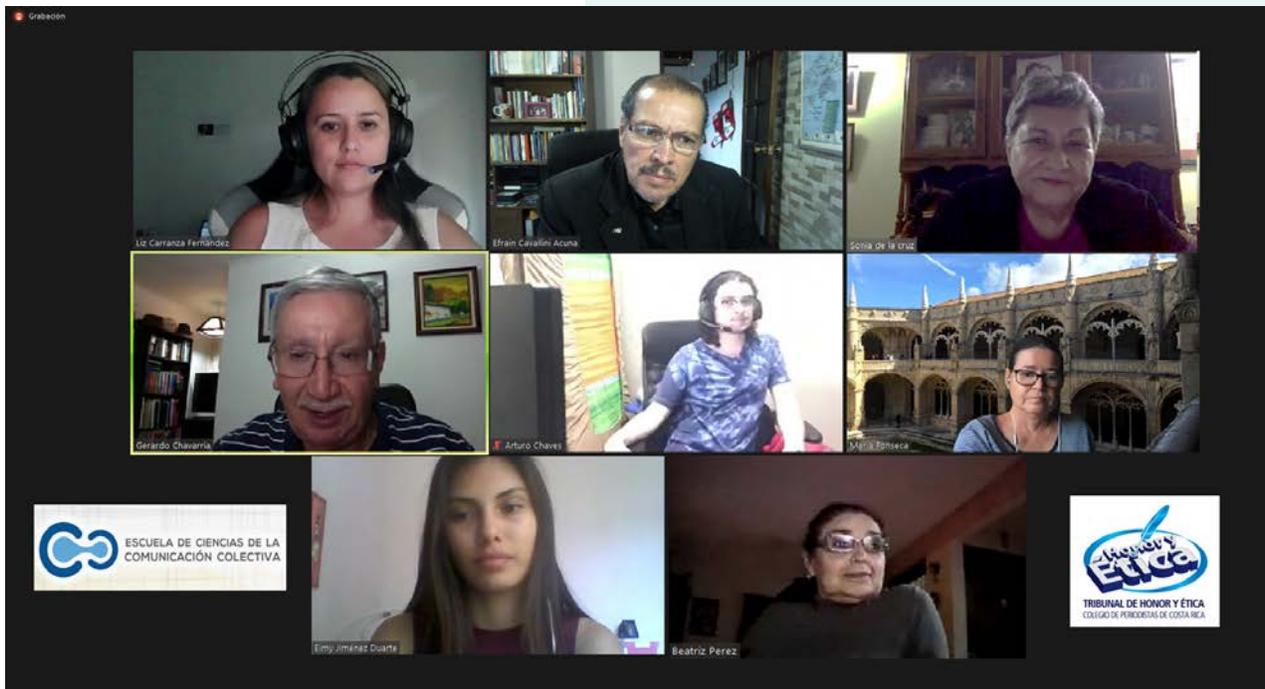
INFORMACIÓN:
tribunalhonoretica@colper.or.cr

Dra. Carolina Carazo Barrantes

Académica e Investigadora
Centro de Investigación en Comunicación - CICOM
Universidad de Costa Rica-UCR

El libro pueden accederlo al enlace:

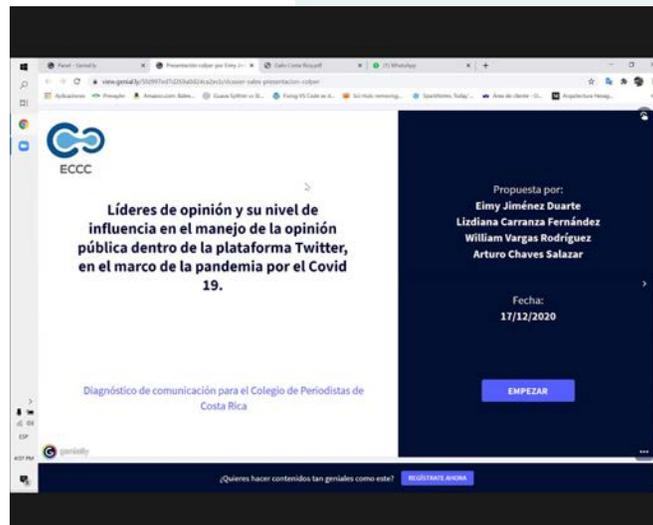
http://cicom.eccc.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2020/04/Siles_Democracia_en_digital.pdf



- Investigación: Comunicación y Democracia

A partir de la Celebración del 50 Aniversario de la Fundación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica-ECCC-UCR (2018), el Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas y la ECCC-UCR, han gestado importantes actividades académicas, foros y eventos, con el objetivo de analizar los cambios tecnológicos, del contexto y las modalidades de la información, así como la ecología de los medios y de la construcción de la opinión pública en Costa Rica.

opinión tradicionales y los cambios en los consumos de información y mediáticos en general, plantea la necesidad de analizar el contexto de los medios, determinar si existen nuevos líderes de opinión e



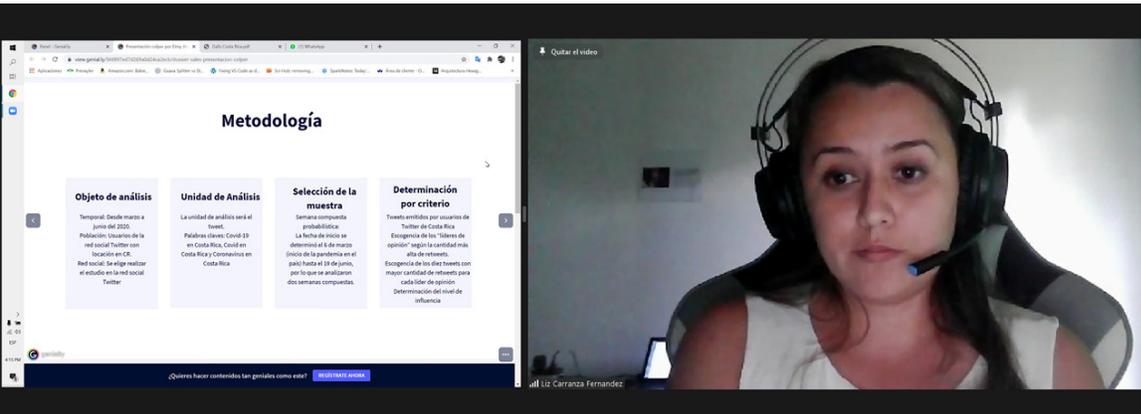
instituciones que influyen en la construcción de la sociedad costarricense.

En los últimos años, la complejidad en la construcción de la agenda pública, la ausencia de líderes de

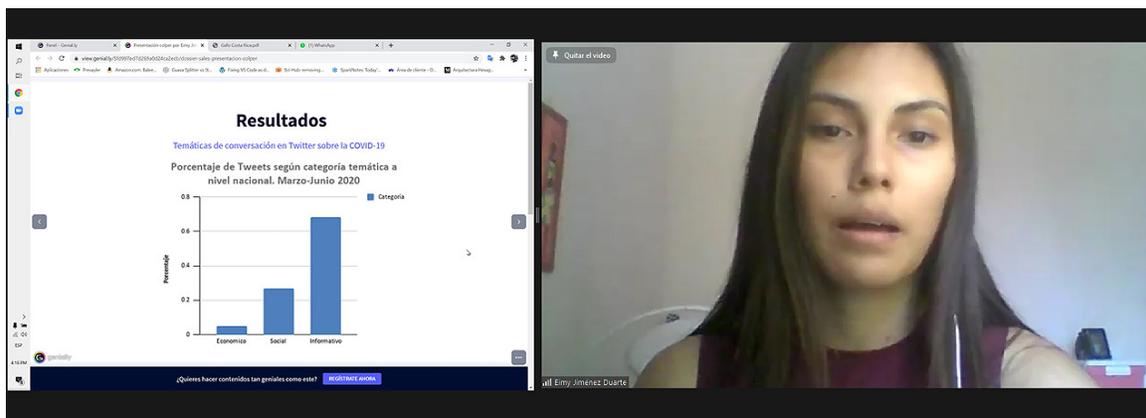
En este sentido, a solicitud del Tribunal de Honor y Ética-COLPER, se coordina con la Dra. Vanessa

Fonseca, académica del Curso Análisis de Audiencias (ECCC-UCR) y se lleva a cabo el diagnóstico de comunicación: “Líderes de opinión y su nivel de influencia en el manejo de la opinión pública dentro de la plataforma Twitter, en el marco de la pandemia por el Covid 19”

El trabajo de investigación lo lideraron los estudiantes del curso (Análisis de Audiencias): Eimy Jiménez Duarte, Lizdiana Carranza Fernández, William Vargas Rodríguez y Arturo Chaves Salazar. Asimismo, se contó con la valiosa asesoría académica de la Dra. Sonia de la Cruz Malavassi, profesora jubilada de la ECCC-UCR.



De esta manera, los estudiantes del Curso Análisis de Audiencias expusieron: el mapeo de los principales temas de opinión a partir de la pandemia (Covid 19) entre los usuarios de la red social Twitter entre marzo y junio de 2020. Se identificaron los principales líderes de opinión pública por provincias (Covid 19) y se determinaron los niveles de influencia que poseen estos líderes de opinión en la construcción de opinión pública en el periodo investigado.



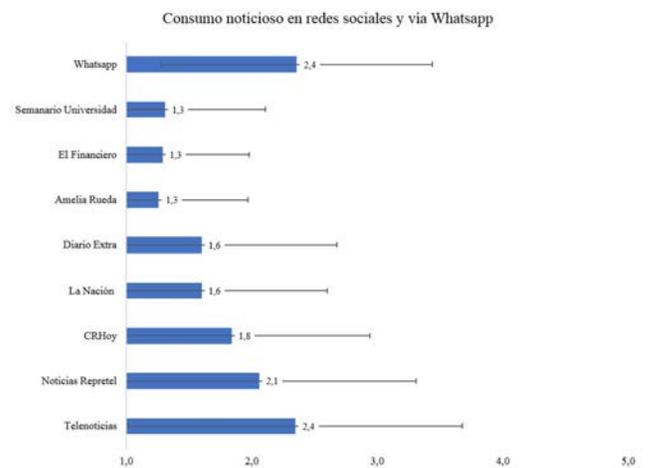
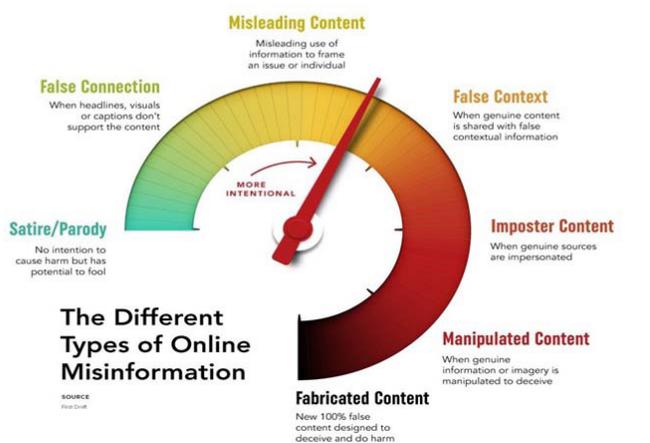
LAS NOTICIAS FALSAS EN WHATSAPP

Aprender a identificar las noticias falsas y entender sus implicaciones, fueron algunos de los temas tratados en la conferencia: “Consecuencias de las Fake News en WhatsApp- Verificación de la Información y propagación de la desinformación en contexto de Covid 19”. La actividad efectuada el martes 16 de marzo de 2021 (Virtual) fue organizada por el Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas y Profesionales en Comunicación de Costa Rica (Colper), en conjunto con el Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional-UNA, Instituto de Investigaciones Psicológicas-IIP-UCR y el Centro de Investigación en Comunicación -CICOM-UCR.

tres características: una baja facticidad, emplean el formato tradicional de la noticia y tienen la intención de engañar: “La diferencia entre una noticia falsa y una veraz no es de tipo, sino de un grado cambiante de veracidad. Por esa razón, en este experimento trabajamos con noticias que incluían diferentes grados de desinformación, en este sentido los análisis sugieren que durante este tiempo de emergencia por la Covid-19, hubo un aumento en la difusión de noticias falsas”.



How To Spot Fake News



Este estudio fue realizado por el doctor Carlos Brenes Peralta, psicólogo y académico-investigador del Instituto de Investigaciones Psicológicas (IIP) de la Universidad de Costa Rica (UCR). Los otros dos autores de esta investigación son el doctor Rolando Pérez Sánchez, también del IIP y el doctor Ignacio Siles González, del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM de la UCR).

El expositor indicó que realizaron un experimento en línea en setiembre del 2020, cuyo diseño contó con un componente intra-sujetos (exposición a tres noticias completamente falsas, dos noticias falsas con cierta veracidad y una noticia veraz) y un componente inter-sujetos (evaluación individual de la veracidad de noticias, exposición a fact-checking o condición control), participaron 819 personas, todas mayores de edad: “Los materiales de estímulo fueron noticias reales sobre el COVID-19 recolectadas y verificadas por Doble Check. Desarrollamos tres tipos de noticias: completamente falsas, falsas con cierta veracidad y veraces. El contenido, estructura y formato de los materiales se asemeja a las noticias periodísticas, características que emulan las noticias falsas para aparentar ser veraces”.

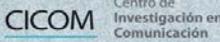
De acuerdo con Brenes, las noticias falsas son una expresión de la desinformación y poseen

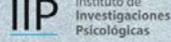


El Dr. Brenes reiteró que los hallazgos refuerzan la importancia del factchecking como práctica periodística. El papel que desempeña la ciudadanía en su rol crucial en la sociedad de la “desinformación”, en relación al aprendizaje individual y entre pares de diversas habilidades, para realizar evaluaciones críticas y efectivas para el beneficio de la detección, corrección y reducción de la difusión de la desinformación: “Es crucial facilitar oportunidades de alfabetización informacional y mediática para las poblaciones más afectadas por desigualdades estructurales en Costa Rica” concluyó Brenes.

Para conocer los resultados y las conclusiones, así como escuchar la conferencia completa, puede ingresar al siguiente link:

<https://www.facebook.com/colpercr/videos/2575436102759915>











Invitan a la conferencia:

*Consecuencias de las Fake News en WhatsApp:
Verificación de la información y propagación
de la desinformación en contexto de Covid 19.*

EXPOSITOR:

 **Fecha:**

 **Hora:**



Dr. Carlos Brenes Peralta
Psicólogo de los medios y
científico de la comunicación política
Académico-Investigador-IPP-UCR

**Martes 16 10:00 am
de marzo, 2021**

Se analizará el estudio realizado por el Instituto de Investigaciones Psicológicas-IPP y el Centro de Investigación en Comunicación-CICOM de la Universidad de Costa Rica, sobre la propensión de las personas a compartir contenidos desinformativos relacionados al COVID-19 via WhatsApp, su impacto y efectos.



FACEBOOK LIVE:

f

LIVE

Colegio de Periodistas de Costa Rica

3.4 Una mirada a la prospectiva y gestión ética del colegio de profesionales en comunicación social



Imágenes Google y Freepik

A lo largo de las actividades realizadas por el Tribunal de Honor y Ética y el Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional, fuimos testigos del aporte e interés de los participantes, sobre el papel que debe desempeñar el Colegio de Periodistas de Costa Rica, como institución que agrupa a los comunicadores. Por esta razón, dejamos expuesto lo que se ha manifestado sobre una agenda prospectiva que el COLPER debería asumir y con ello su compromiso con la práctica de una ética profesional, humanista y ciudadana.

La visión de prospectiva de la ética en materia de comunicación es una imagen futura compleja y difícil de construir, ya que no depende solo de lo que expone en la normativa institucional, sino, que

necesita concientización y esfuerzos coordinados entre diversos actores y sectores, para identificar las fortalezas, oportunidades y capacidades institucionales y poder proyectar soluciones éticas y profesionales a problemas comunes. En este sentido se comparten algunas reflexiones a tomar en cuenta, que ayude a enriquecer el marco conceptual del Colegio de Periodistas en el futuro cercano.

- Ser actor colectivo y legitimado en el marco institucional que le confiere la ley de creación, por ello, debe asumir una mayor visibilidad y protagonismo de su misión y visión, más beligerancia en el campo de la ética de la persona comunicadora, de los medios, de la producción y elaboración de productos culturales.

- Ejercer funciones de fiscalizador, observador y mediador social entre las prácticas de las empresas de comunicación, medios y profesionales de la comunicación, y la sociedad en general.
- Como instancia de diálogo y de construcción debe fomentar el libre flujo a la información de calidad, asegurando la equidad, el equilibrio, la tolerancia, la pluralidad, el acceso y participación de la sociedad, así como el intercambio de conocimiento y acceso universal a los bienes culturales. Desde esta perspectiva el COLPER debe ser un articulador entre la sociedad civil y los procesos de comunicación que genera la sociedad como un todo.
- Asumir un papel activo como formador de una sana opinión pública, permitiendo el empoderamiento ciudadano, dotando de espacios de discusión y análisis de la realidad social, mediante metodologías y herramientas de educación continua, de educación no formal e incluso procesos participativos de tipo popular. Estas herramientas para públicos diversos permiten construir puentes para la comprensión de los fenómenos mediáticos, como la comunicación de masas y la explicación de los procesos socioculturales. Es decir, construir propuestas formativas para comprender la cotidianidad de grandes sectores, que es narrada como noticia, como ficción, como reportajes o como producto cultural.
- Reconciliar la labor de sus profesionales desde una visión plural, ética, humanista, inclusiva, respetuosa de las diferencias y de la diversidad. La sociedad civil también tiene derecho a que los profesionales comunicadores ejerzan su

profesión con un alto sentido ético y sobre todo con una sensibilidad desplegada.

- El periódico Primera Plana del Colegio debería convertirse en un verdadero órgano de opinión masivo, que incluya secciones pedagógicas de cómo leer los medios, y así redimensionar el papel que juegan en la construcción social.
- Establecer dentro de la visión estratégica de la organización una política de la acreditación de carreras de comunicación, mediante una cultura de evaluación que integre la revisión curricular, acreditación y certificación profesional. (Sería importante convocar a todos y todas las directoras



de carrera de comunicación de las universidades y de quienes respondan el llamado comenzar a lanzar líneas de acción)

- Propiciar la firma de acuerdos marco y o convenios mutuos de entendimiento entre COLPER y SINAES, para participar activa y propositivamente en el seguimiento de planes de estudio, carreras, cambios curriculares y estudios de mercado.
- Promover en conjunto con las Escuelas de

Comunicación de la Educación Superior, el SINAES y entidades afines a nivel nacional e internacional, la organización de simposios sobre evaluación y acreditación de programas de comunicación.

- Coordinar la organización en Costa Rica del Foro Centroamericano por la Acreditación del Programas de Comunicación, en conjunto con CSUCA y otras organizaciones afines.
- Integrar al Colegio a las principales redes de interacción, considerando los referentes internacionales en materia de comunicación, que utilizan la Tics como herramientas estratégicas formativas y de divulgación.
- Crear una INTRANET, promover el uso de redes sociales y sitios multimediales digitales-virtuales, para democratizar la acción estratégica de la institución y propiciar la libre expresión del pensamiento de los profesionales colegiados y de la sociedad civil.
- Crear un programa permanente de cooperación externa, para gestionar nuevos recursos mediante alianzas estratégicas con organismos internacionales, de esta manera, apoyar la promoción y proyección de la Catedra de Ética y Responsabilidad Social de la Comunicación Alberto Cañas, asimismo, llevar a cabo procesos de investigación académica sobre Ética y Valores.
- Mediar con los diferentes sectores sociales, profesionales, productivos, como un actor protagónico que coadyuve en el desarrollo económico, social, cultural frente a las profundas transformaciones y los escenarios venideros.
- Proponer reformas a la Ley del Colegio para que

la elección de la Junta Directiva sea cada dos años, con posibilidad de reelección continuada por un único período inmediato. Asimismo, darle mayores potestades al Tribunal de Honor y Ética, para que intervenga sobre aquellas prácticas de los medios de comunicación y



comunicadores que atentan contra la ética. (colegiados y no colegiados).

- Crear un Instituto de Formación Profesional que propicie y ejecute de manera permanente la educación continua de los colegiados, asimismo, que se constituya en el ente de capacitación nacional e internacional en materia de comunicación.
- Solicitar al MINAET una frecuencia digital de radio -TV en el nuevo espectro de las telecomunicaciones digitales terrestres. Proyecto alternativo no lucrativo. (De acuerdo al artículo 13 del reglamento de radiofrecuencias (Abel Pacheco-2005). Utilizar dichos medios (Radio-TV) como espacios instruccionales que permitan que permitan formar ciudadanía crítica, y como estrategia educativa basada en el uso intensivo de las TICs, y métodos pedagógicos eficientes en el proceso de formación y ejercicio de la profesión, como fomentar el crecimiento de proyectos comunales y regionales de comunicación que

estén al servicio de los mejores intereses para el bienestar de la sociedad.

- Crear e impulsar una instancia de desarrollo y arbitraje que fomente el bienestar integral del ejercicio profesional, el mejoramiento de las condiciones laborales, la estabilidad contractual, la práctica libre y ética de la función del comunicador. Lo anterior mediante la adecuación y perfeccionamiento de códigos ontológicos y de la práctica profesional, acordes a los principios éticos propios de la era de la sociedad de la información, la comunicación, la virtualización,

además de las condiciones óptimas para el desempeño profesional, “soluciones laborales” para los colegiados desempleados y o en condiciones de desventaja. Este fin se podrá lograr coordinando acciones interinstitucionales con otras instancias, mediante alianzas con organizaciones estatales y privadas, nacionales e internacionales, para disminuir la brecha de desempleo entre los colegiados.

- Desarrollar un programa de pequeña y mediana empresa (Modalidad Pymes) con el Fondo de Mutualidad que verdaderamente



en pleno equilibrio con las condiciones generales del mercado laboral, la sana competencia, el interés público, la pluralidad, la inclusividad y el acceso de los ciudadanos, y por supuesto, en resguardo del marco jurídico, de respeto, de tolerancia, teniendo como fin los principios de una sociedad democrática y participativa.

- Esta instancia debe procurar el bienestar en el sentido amplio de los colegiados y de la comunidad de comunicadores, proveyendo

ofrezca respaldo a los colegiados que presenten proyectos de comunicación alternativos, proyectos innovadores que respondan a las nuevas tendencias de la comunicación, innovación tecnológica y desarrollo de nuevos nichos de la sociedad de la información y del conocimiento. También es importante fomentar emprendimientos, crear cadenas de valor, y encadenamientos de la producción, asegurando el éxito y sostenibilidad de las empresas independientes e innovadoras.

Capítulo IV

Conceptualización

contextualización y análisis

No podemos abstraernos a plantear la imperiosa necesidad de poder contar en la acción del COLPER, con un marco conceptual, sobre el que deberá enmarcarse toda propuesta y acción para el desarrollo del Colegio de Periodistas de nuestro país. En este sentido, el contenido que hemos venido exponiendo, puede permitir al Colegio actuar más estratégicamente, utilizando los aportes que otras ciencias y técnicas que se realizan en su ámbito de aplicación e incorporarlas a su estructura organizativa, para adoptar un comportamiento racional en un ambiente inestable y dinámico como el que viven y experimentan hoy las organizaciones.

En un mundo en constante evolución, las estrategias empresariales, incluida la comunicación, deben evolucionar necesariamente para alcanzar el éxito. Para lograr este propósito es necesario construir un marco de referencia que sirva como norte y plataforma para adaptar de manera continua, tanto, nuestras estructuras mentales como nuestros criterios de actuación en función de la cantidad y calidad.

En este afán de una prospectiva sobre el desempeño profesional y del papel que debe jugar el Colegio como tal, proponemos la definición de algunos ejes conceptuales, a los que debería abocarse como institución que agrupa a los profesionales de la comunicación social del país:

PENSARSE:

- En las y los comunicadores como corporaciones de profesionales, desde perspectivas plurales y

multidisciplinares e incluso como redes.

- Como comunidad especializada en los nuevos escenarios con poder de convocatoria en este caso desde las Escuelas de Comunicación de las universidades.
- Desde la disciplina de la comunicación en el marco de las Ciencias Sociales, de los paradigmas, de la complejidad y desde los enfoques sistémicos y holísticos.
- Desde la acción, la investigación y la academia.
- En contexto local, regional y global.
- Desde los nuevos retos del Siglo XXI .
- Desde una visión integral, con la responsabilidad de asumirse como agente de cambio, como actor social, en entornos emergentes, cambiantes y complejos.
- Como mediadores sociales, capaces de articular el mundo de lo social entre los diversos sujetos y contextos.
- Como sujetos y ciudadanos comprometidos, especializados en procesos y lenguajes, herramientas y plataformas sociales.
- Como formador de opinión pública, con vocación de servicio con la sociedad.
- En el rol de interlocutor entre el mundo social y las organizaciones.

- Desde la disciplina en un marco ético amplio con responsabilidad social, con sentido humanista y hacia una sociedad feliz, justa, inclusiva y sostenible.
- Como actor estratégico en la formación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva - UCR y de las Universidades Privadas, fomentando y apoyando los enfoques multidisciplinares, desde una práctica transdisciplinar e impulsar a su vez una práctica ética que procure el mayor bienestar a la ciudadanía.
- En impulsar una política clara, integral inscrita en las necesidades de la sociedad con visión prospectiva acerca de los desafíos de la comunicación social, de la información y del conocimiento, fundamentada en los derechos y libertades esenciales del individuo, y en apego al carácter plural de la práctica del comunicador.
- Fomentar junto con las instituciones de Educación Superior la mayor especialización de sus profesionales, en el sentido de dotar de competencias pertinentes para la práctica profesional con calidad, con el objetivo de responder a los cambios profundos de la Sociedad de la Información y del Conocimiento, donde la apropiación tecnológica sea elemento fundamental del currículo.

Consideramos pertinente destacar en este apartado la preocupación planteada sobre dos de las disciplinas nuevas que se incorporaron al Colegio muchos años después de su creación. Nos referimos a la producción audiovisual y a la publicidad, que su momento fueron vistas como profesiones ajenas al periodismo, circunscribiendo al uso de la tecnología y el principio de la comunicación como lo único

común entre sí. Además, que se cuestionaba el perfil de estos estudiantes y graduados, para cumplir con la exigencia profesional y se evidenciaba la resistencia para aceptar su incorporación de parte de un gremio integrado en su mayoría por periodistas. Aunque atrás quedaron estas diferencias, si es clara la poca participación y visibilidad de estas disciplinas en las prioridades establecidas y efectuadas desde esta organización gremial-profesional.

Las diversas actividades que hemos analizado se convirtieron en espacios idóneos, para la discusión de estas problemáticas y de la constitucionalidad integral de la colegiatura. De ahí, que se extrae de las conversaciones y diálogos con estos colectivos el sentir del lugar que le da el COLPER a los colegiados del área de la publicidad y la producción audiovisual. Para estos comunicadores es una gran preocupación, en virtud, de que demandan una mayor participación para el fortalecimiento académico, cultural, profesional y contribuir así a dotar de bases conceptuales pertinentes a estas profesiones, congruente con un enfoque profesional y no tan gremial, visualizando la diversificación profesional del periodismo, relaciones públicas, publicidad y producción audiovisual.

Seguidamente, esbozamos las reflexiones surgidas al calor de los diversos encuentros, en donde los colegiados de estas ramas de la publicidad y la producción audiovisual, manifiestan la necesidad de no verse ajenos, ignorados, no identificados con la organización (COLPER), sino más bien, sentirse orgullosos de pertenecer a esta entidad, ser parte de una colectividad profesional por voluntad propia y no por obligación. Una organización que los valore y los perciba como necesarios en su búsqueda de identidad corporativa, que los conciba al igual que las otras disciplinas, como medio de apoyo estratégico para dignificar el rol de la comunicación en la sociedad.

4.1 Desde la óptica del publicista



Imágenes freepik

La publicidad es quizás la industria de mayor diversidad y el crecimiento es exponencial en todo el mundo, aunque en períodos de contracción de las llamadas crisis económicas, todos señalan a la publicidad como aquellos rubros y actividades que deben sufrir recortes, cambios y la someten a contracciones. El mercado publicitario se ve sometido a grandes presiones. Sin embargo, estamos claros que hoy es imposible imaginar nuestro mundo, sin los entornos publicitarios.

La cultura de masas contemporánea y posmoderna son eso, un entorno de productos, servicio y marcas. El límite es el planeta, porque planetarios son los alcances de la macro actividad comercial y publicitaria. La publicidad comercial, institucional, constituye un ambiente cultural, dinámico, flexible,

frágil y a veces efímero, en tanto sus técnicas, metodologías, lógicas disciplinares, se traslapan y se innovan permanentemente.

Entre los grandes cambios que se dan en el amplio mercado de la publicidad en todas sus modalidades (publicidad comercial, publicity, relaciones corporativas, mercadeo), es la volatilidad de los formatos, las tendencias mercadológicas y publicitarias, los medios, los recursos, las nuevas formas de hacer publicidad interna, externa, directa, mediática, la que facilita el responder a las necesidades de un mercado dinámico y multidimensional.

Con la tecnología se abren nuevos espacios de expresión y formas de producción de los productos publicitarios, que pasó de ser una macro actividad

del mundo de los negocios y de las organizaciones sociales para instalarse en todos los espacios de la vida social y cultural de la humanidad.

Hoy todo se publicita, todo se mercadea, la promoción de la imagen, la marca, el prestigio, los valores, los servicios, resultado de las nuevas formas de encabalgamiento propio de la globalización, que convierte toda actividad humana en un espacio para intervenir desde lo publicitario. Lo que no se publicita pareciera no existe. La existencia de las organizaciones, de las empresas, de las entidades sociales, económicas, culturales, educativas, y los propios sujetos está directamente relacionada con sus agrados de exposición y de su posicionamiento.

El mundo del logotipo, de la marca:

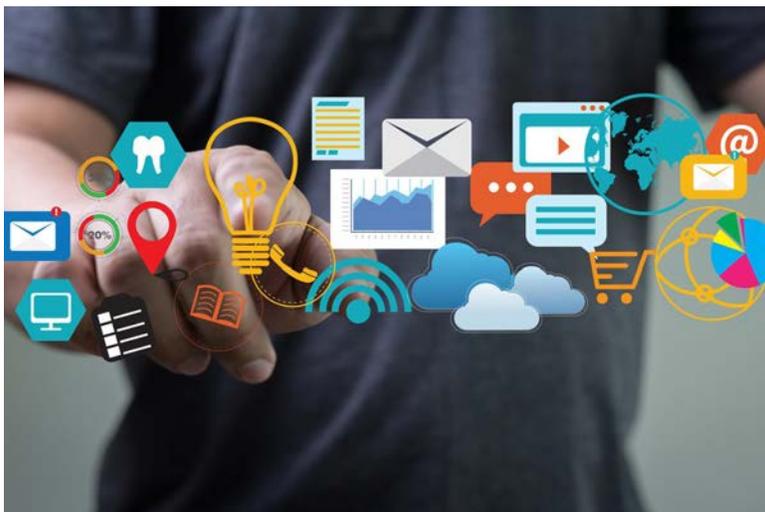
Como empresas, las agencias publicitarias, empresas de servicios de asesoría, las direcciones de mercadeo social, comercial e institucional son un área estratégica de las organizaciones sociales, desde los grandes emporios comerciales, financieros, industriales hasta la más pequeña organización local y ciudadana requiere publicitar sus servicios e imagen.

La publicidad constituye un rubro fundamental de inversión y su diversidad es tan importante como su continuo crecimiento. Las nuevas formas que adquiere la publicidad, más allá de las modalidades clásicas de los comerciales de radio, cine, televisión, publicidad externa y directa, se agregan una infinidad

de modalidades, variedades tan amplias y diversas que se puede afirmar que la publicidad no tiene límites. Cada vez más las nuevas formas de mercadeo comercial retan la imaginación de los profesionales publicistas, creativos, dueños de medios, y asesores publicitarios.

La importancia de la imagen de las organizaciones, la masificación de los productos comerciales, la obsolescencia de los productos suntuarios, la tendencia y propensión a un consumo masivo e indiscriminado aumenta la relevancia y significado de la profesión y del campo laboral de los y las publicistas.

Las guerras comerciales del Siglo XXI son guerras de marketing. La publicidad es un enorme campo de batalla donde las ideas, las imágenes, la creatividad,



las técnicas, las producciones y la planificación de campañas, se comportan como los recursos tácticos y estratégicos. Las grandes corporaciones apuestan sus ganancias, su rentabilidad, su liderazgo y posicionamiento

y ponen su confianza en un selecto equipo de comunicadores. Estos staff gerenciales son hoy por hoy un grupo privilegiado en la toma de decisiones, son precisamente sus campañas, sus ideas, sus producciones las que hacen posible la circulación de masas de dinero.

Estos comunicadores, son mucho más que mediadores de las necesidades de los consumidores y de las empresas. Son los gurús del mundo

empresarial y corporativo. Son ellos quienes manejan material estratégico: información y medios para canalizar el conocimiento de las empresas, de las demandas, de los productos y de los servicios. Los creadores de imagen no están solos, hoy las TIC ponen a disposición de cualquier ciudadano común información para la toma de decisiones a todo nivel.

La publicidad como disciplina, y campo profesional es cualitativamente diferente, más rica, intensa y compleja, y esta condición obliga a su vez a formar profesionales más polifuncionales, cuya formación académica y técnica, requiere de más y mejores herramientas y conocimientos. Además, se requiere más competencias en el ejercicio profesional, que van desde las bases de la comunicación social y el marketing hasta las nuevas reglas del mercadeo en el ámbito jurídico, empresarial y contractual, pasando por el conocimiento de los públicos, de los medios y de las formas de apropiación de la cotidianidad por parte de los múltiples sectores y consumidores potenciales.

La globalidad como fenómeno generalizado y la relocalización obligan al comunicador y creador publicitario a pensar el mundo como grandes encadenamientos, desde las lógicas sociológicas del mundo posmoderno. Se trabaja en ambientes muy dinámicos, cambiantes, frágiles de consumos y

gustos efímeros, por lo tanto, el mercado publicitario es cualquiera cosa, menos estático. Para el mercado publicitario cada minuto cuenta, nadie puede dormirse en el conocimiento, en las estrategias, en los lenguajes. Un parpadeo puede ser la diferencia en ganar la carrera, o quedarse en el punto de salida.

Si bien es cierto, que la actividad publicitaria siempre ha sido dinámica, hoy es instantánea, acelerada respuesta para una sociedad hipervigilica, de un mercado que no para ni duerme. Las 24 horas del día en todos los puntos del globo, alguien produce algo, algo se inventa, algo se mueve, un producto entra o sale del mercado, una idea revoluciona la sociedad y esta idea requiere ser promocionada, publicitada y consumida. Entre más cambia la cara del mercado publicitario, más se transforman los requerimientos de la profesión. La competitividad, y las nuevas habilidades profesionales ponen en la balanza la necesidad de una formación permanente, más flexible, que nos permita sin abandonar los compromisos laborales, ni prolongar innecesariamente los años de estudio, ni los sacrificios personales y laborales tener acceso a nuevas habilidades, competencias, herramientas, conocimientos para ampliar el horizonte de la comunicación para el mercadeo y la publicidad del mundo comercial y de servicios.

La información es un bien estratégico y la publicidad hace posible la movilidad y el conocimiento de la competencia. Nos permite conocer, seleccionar, elegir, por eso las grandes corporaciones sean públicas, privadas, mixtas están dispuestas a pagar el plus valor de estos profesionales y comunicadores.





Imágenes freepik

Desafíos para el Colegio de Periodistas de Costa Rica-COLPER

¿Qué participación queremos tener los comunicadores sociales en la consolidación de un mundo más ético, más sensible y humanizado, en donde el ser es tan importante como el tener o consumir?

EL COLPER como colegio de comunicadores sociales, debe justificar su apertura a todas las áreas de la comunicación, pero con una doble claridad:

1. Reconocer que la comunicación social es un amplio espacio de producción, creación, producción y de conocimiento, que se enmarca en la revolución social de finales del Siglo XX y que se consolida con la llamada revolución de las telecomunicaciones.
2. Que entre más se globalizan las actividades humanas a nivel de lo empresarial, comercial e institucional más compleja y diversa resultan las prácticas y el arte de comunicar. De tal manera, que las disciplinas se amplían y se tocan en sus fronteras, esto significa el reconocimiento de la plurifuncionalidad de los profesionales, pero a su vez, se amplían las otras competencias

cognitivas, afectivas y las sociales. Entre éstas el trabajo transdisciplinar, interinstitucional, y el trabajo colaborativo.

3. La publicidad como disciplina no puede anclarse en prácticas antiguas, sin trabajo crítico e investigativo, se requiere adecuar los contextos al currículum académico y ampliar los perfiles profesionales y las herramientas con las que debe contar la persona publicista que aspira a ser comunicador integral.
4. En este sentido, al igual que en el campo de la producción, de las relaciones públicas, y del periodismo, la profesión de publicista afronta cambios radicales en las formas de aprendizaje y práctica profesional. El empirismo ha sido durante mucho tiempo un compañero de viaje de los comunicadores sociales. Por eso, desde esta óptica de los cambios radicales, donde el staff de ejecutivos se mueve en cualquier espacio comercial, donde la competencia ya no viene sola desde nuestro campo de trabajo, sino, que se confronta con otras áreas del conocimiento, de empresas interdisciplinarias que brindan servicios de plus valor a nuestros propios clientes sean éstos institucionales o empresas comerciales o sociales estamos obligados a recibir el mayor

influjo de corrientes, para una práctica ética, sana, competitiva de la publicidad.

5. Este carácter interdisciplinar de nuestro ejercicio profesional también ha de darse en el marco de relaciones armónicas, respetuosas de las diferencias entre los campos del saber y debe establecerse un observatorio de los mercados, de las empresas, de las competencias y de las necesidades en formación profesionales.
6. Frente a las nuevas tendencias de la corporatividad de la comunicación, sobre todo en el mundo empresarial, el COLPER puede contribuir



desde sus diferentes instancias y desde su misión a la creación y multiplicación de empresas semilla, para fomentar la autoorganización, y la autonomía de los profesionales. Esto demanda programas en formación gerencial y de gestión. El COLPER puede servir de entidad puente para enlazar actividades propias de la comunicación en red, de esta manera, aprovechar el potencial de sus afiliados en esta área de la comunicación.

7. El COLPER debe contribuir más ampliamente, junto a sus órganos y áreas, a profesionalizar cada vez más el ejercicio de los creativos, sean estos

mercadólogos, creadores de imagen, publicistas, con visión empresarial, para convertir a la publicidad en una actividad más loable, noble, creativa y con responsabilidad social.

8. Los publicistas también tienen la obligación moral, ética y ciudadana de mejorar las formas de percepción social, ampliando el horizonte de una visión más biófila y holista de la existencia. El COLPER tiene los recursos y el marco jurídico para dotar a sus colegiados de un marco interpretativo que permita ahondar en su formación ética y estética.

9. El COLPER debe aportar e incidir a la comprensión de los cambios en la diversidad de los multicanales, de la publicidad permanente, instantánea, en todos los espacios. Se ha insistido en la oportunidad que estos cambios ofrecen y, por consiguiente, la organización debe insertarse, invertir y facilitar la capacitación para la apropiación de herramientas de marketing, producción, multimedia, animación, estrategias, diseño, gestión, alianzas, y tendencias en el campo empresarial

y emprendimientos.

10. EL COLPER debe fomentar y producir publicidad ciudadana, que permita a los públicos con poco acceso, estar bien informados y tener derecho a elegir: servicios, productos, marcas, ideas, estilos de vida saludables, así como democratizar la información comercial e institucional. Asimismo, esta institución puede generar sus propias campañas realizadas por asociaciones o staff de asociados, para aportar a la sociedad como un todo, propuestas de comunicación en campañas de salud, seguridad,



prevención, educación política, pandemias y defensa en tanto consumidores.

11. Además de crear en el COLPER un observatorio, para investigar el comportamiento de los mercados, este colegio coadyuvará a la investigación de gustos y necesidades desde los usuarios, que permita analizar y crear conocimiento, para la misma formación. Editar módulos con información primaria, producto de estudios exploratorios que retroalimenten el ejercicio de los publicistas.
 12. La investigación, la publicación y el monitoreo de estos comportamientos plantea entonces herramientas de utilidad para la racionalidad de la publicidad y una mejor orientación de las herramientas para elevar la calidad, el respeto a las audiencias y a las formas del lenguaje, la representatividad y la diversidad del consumidor.
 13. EL COLPER puede desarrollar una estrategia permanente de promoción a favor del mercadeo social, como una práctica corporativa de las empresas nacionales y transnacionales, que fomente en la ciudadanía formas de convivencia pacífica con el otro, el ambiente, con las organizaciones y la institucionalidad, así como en defensa de las prácticas de vida democrática.
- Procesos de sensibilización y mediación- Acciones:
1. Aunque en cada Eje de Acción se incluyeron estrategias desde el COLPER. Es pertinente reconocer que el COLEGIO puede contribuir a la sensibilización de la ciudadanía, para defender desde las propuestas publicitarias y estrategias mercadológicas, una posición de rescate de lo local, para evitar a su vez los procesos violentos de homogenización.
 2. Desde un Centro de Capacitación común a todas disciplinas profesionales integradas al Colegio, se puede contribuir a atender adecuadamente el tipo de comunicación social que se hace para las áreas rurales y periféricas. Se retoma también la importancia de defender la diversidad de los medios, a través del impulso de modalidades de medios.
 3. Contar el COLPER con un Centro de Formación integral de los colegiados, en conjunción con los centros superiores y técnicos de formación de comunicadores que venga a contribuir y elevar la calidad y sensibilidad de la producción publicitaria, apuntando a que la acción de toda campaña publicitaria debe tener objetivos afectivos, emotivos, que no denigren la condición de persona en el amplio sentido de la expresión y ser garantes del respeto a los derechos humanos de la ciudadanía.
 4. La publicidad inteligente y respetuosa es un principio, y ésta debe ser una preocupación y acción de monitoreo y de fomento por parte del COLPER. Trabajar mancomunadamente con

medios alternativos para fomentar elementos como la cultura, la sociedad y el folclor, impactan o forman parte de lo que es la publicidad, formándola, dándole elementos e ideas, para que así los comerciales sean más identificables, se relacionen más con sus públicos, tengan más penetración y exposición.

5. EL COLPER ha de propiciar y fomentar con los agremiados, los empresarios publicitarios y de medios, creativos, productores, espacios de intercambio de experiencias exitosas en publicidad innovadora y creativa, mediante conversatorios, foros, reuniones de trabajo, que permitan comprender como integrar la innovación y la creatividad como ingredientes. Está en las oportunidades que encontremos, lo que podemos hacer diferente.

La publicidad no es un acto, ni un proceso intangible, forma parte del entorno cultural y por esta razón debe ser pensada desde su complejidad y relevancia:

- Desde la influencia que produce en las personas reales, en las formas en que transmuta la realidad social. Esto plantea la posición del COLPER en relación con otros tópicos del quehacer profesional y gremial. Lo auténtico, lo autóctono y lo propio, siempre va a ser funcional en la publicidad, siempre esos elementos que nos identifican como cultura, como costarricenses, van a ser publicidad exitosa.
- La publicidad tiene dos públicos, se quiera o no, el cliente para el cual trabajamos, y también la gente que quiere captar el cliente, lo que lo hace que tenga que ser realmente exigente, pero también, ser más abiertos. Y los medios locales son medios importantes, no dejan de ser medios importantes por su condición de localidad, preferimos llamarlos, y eso también es a nivel

personal, medios locales que alternativos, porque a nuestro juicio no son alternativas, son medios importantes en sus diferentes localidades, son medios que tienen una buena identificación, que tienen un público ya definido, que realmente, y lo decimos porque trabajamos en ello desde hace más de 25 años; logran meterse con la gente e involucrarse con ellos y sus comunidades.

- Es un imperativo que la organización promueva la premiación de conductas, producciones, emprendimientos y celebrar la originalidad.



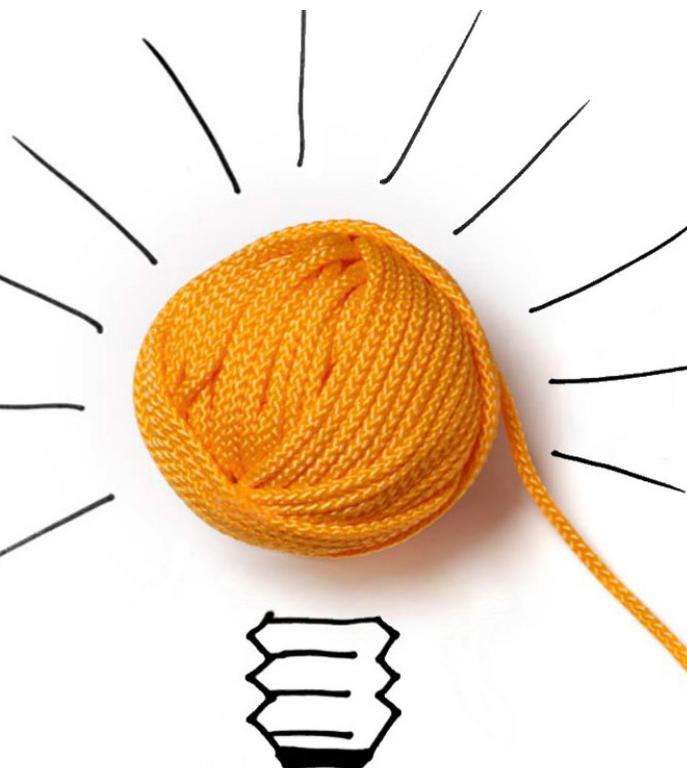
- Promover la capacitación para el acceso a plataformas informáticas, que permitan una capacitación mayor de los colegiados en el uso de otras herramientas, así como medios digitales y formar al colectivo para que se familiarice con la virtualidad tecnológica para llegar a más públicos y diversificar la producción.

Modalidades de capacitación:

- Allí entonces se hace urgente, y es una de las primeras propuestas para el Colegio de Periodistas, el tema de la capacitación. Probablemente, y sobre todo, en lo que tiene que ver con los nuevos medios, con las nuevas tecnologías, es donde más se necesita capacitación. Se ha podido evidenciar en quienes se han manejado en los medios tradicionales, pero la emergencia de esa capacitación también se da en los que

han nacido ya al amparo de los nuevos medios, necesitan igual capacitación para enfrentar la dinámica de una sociedad hiper conectada.

- De manera que, esa capacitación debe darse en los dos sentidos y a través de una manera integral, no solamente a los publicistas, también a los periodistas, a los relacionistas públicos, a los productores, a los comunicólogos; a todos los especialistas del área de la comunicación. De ahí, que hacemos esta respetuosa sugerencia a la institución, para que incorpore entre sus planes de capacitación y actualización de manera permanente y sistemática, el tema de la capacitación en el uso de las nuevas tecnologías y en el refrescamiento de lo mejor sobre los medios tradicionales.
- EL COLPER deberá tener una visión prospectiva e impulsar un programa de investigación entre los colegiados, para desarrollar herramientas teóricas y metodológicas, que incorporen una visión inter y multidisciplinar, intersectorial, holista y sistémica. Estas habilidades para la investigación, puede convertirse en el mediano plazo en un programa de gran interés, pues se pueden hacer trabajos asociados con universidades e institutos. Este programa podrá impulsarse como un programa piloto, donde el COLEGIO aporte el pago de uno o más profesionales para que en forma asociada con un programa de investigación social (pagando los salarios de los colegiados investigadores), produzcan conocimiento transmitible, oportuno, pertinente y de calidad.



4.2 Desde el encuadre de lo audiovisual



Imágenes Google

La industria audiovisual es hoy junto a la venta de armas y servicios de asesoría de gestión y servicio, las actividades económicas más importantes en la economía a escala planetaria. Además, en conjunto las actividades de los medios de comunicación de masas: la producción y gerenciamiento de proyectos audiovisuales, radio, televisión, redes sociales y prensa convencionales, más los medios canalizados por plataformas digitales más la publicidad, el mercadeo y la producción gráfica representan un porcentaje extraordinario del sector como totalidad.

Las formas de producción del audiovisual, en todas sus derivaciones, constituye entonces un amplio mercado de la industria cultural y del entretenimiento, donde convergen no solo productos mediáticos, informativos, sino una amplia gama de producciones

revistas on line, radio digitales, portales, web, correo electrónico, la producción de cine, radio, televisión, videos, producciones educativas, institucionales, que incluyen a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, incluyendo los servicios de la red de internet.

Si alguna industria ha sido impactada por la revolución de las telecomunicaciones y de la electrónica, es precisamente la llamada industria del audiovisual, que hoy es casi irreconocible con los formatos e ideas convencionales de los trabajos en audio y video. Pertenecen a esta amplia gama de servicios profesionales con formación igualmente diversa, y no siempre salidos todos de los ámbitos académicos tradicionales, esto produce a veces una distorsión del mercado e incluso de lo que se

considera la industria audiovisual como un campo de desarrollo académico y profesional.

En el ejercicio de la profesión se entremezclan tendencias del trabajo seudo profesional, creativo independiente, es decir artístico en el sentido general de la palabra, con lo que llamamos trabajos caseros, improvisados, artesanales, experimentales, así como también con el ejercicio de trabajo propiamente profesional, académico, donde se diferencia la calidad y el nivel de las competencias, para un ejercicio del más alto nivel, actualizado, responsable, ético, creativo, con visión de servicio y vocación creativa.

Los nuevos formatos digitales, la miniaturización de los equipos, la diversidad de formatos caseros, desde el teléfono digital, las cámaras digitales, los nuevos formatos de computadoras, facilitan la alfabetización audiovisual de las personas. Cada vez se producen más equipos amigables, esto y la compatibilidad de marcas y formatos, permiten un acceso mayor a públicos diversos, que se inician a edades tempranas a experimentar con el audiovisual. Tenemos niños que producen noticias, reportajes, que documentan la vida social de sus comunidades, escuelas y familias, y que incluso, son capaces de

ingresar a la producción ficcional y publicitaria a edades muy tempranas. Esto ocurre principalmente en la producción publicitaria, en la animación y de manera más específica lo vemos en las muestras audiovisuales.

Existe una frágil línea divisoria entre la producción audiovisual como profesión, como empleo, como pasión, habilidad y destreza y como conocimiento y disciplina, y lo que muchos otros hacen como hobby, entretenimiento y experimentación. Ejemplos de esta débil línea de trabajo los encontramos todos los días con niños que experimentan con software educativo, en la animación y en el manejo de algunos lenguajes audiovisuales.

Frente a este panorama de cambio, transformación radical del entorno de la profesión y desafíos positivos para el crecimiento de los profesionales en producción audiovisual como la hiperespecialización, el horizonte es amplio para desplegar una importante labor de construcción de sentido de la profesión, redefinición del ámbito audiovisual, delimitaciones de la profesión y de la industria como entretenimiento, determinación de habilidades, destrezas, conocimientos, epistemología, lenguaje

propio, y marco ético para mejorar la actividad.

Desde esta perspectiva para el COLPER, hay un campo fértil de aportes desde los colegiados en esta disciplina, desde los profesionales que trabajan y viven del audiovisual, para desarrollar la producción audiovisual como una industria de punta con gran futuro.



Ejes de desarrollo desde el COLPER

1. Iniciar un proceso de diagnóstico que determine el ámbito y los límites de la industria audiovisual en Costa Rica.



2. Determinar áreas de interés de punta para experimentar y ampliar los horizontes de la industria a nivel regional y nacional. Este ejercicio implica el conocimiento del tamaño de la industria y el estudio de potencialidades que tiene el país (infraestructura, necesidades de las empresas, requerimientos desde los públicos, políticas de fomento de la industria a nivel político e institucional en el campo de la cooperación internacional como: UNESCO, Agencia de Cooperación Española, las embajadas y fundaciones, centros de producción privados y las universidades.
3. La alfabetización audiovisual amplía la perspectiva de los profesionales en producción y les permite crecer en una visión más amplia y diversa en la calidad, la estética y la responsabilidad de quienes miran a través del ojo de una cámara, o de quienes animan, pintan, sonorizan los mensajes que planifican los publicistas y comunicadores en general.
4. El audiovisual debe ser enriquecido, no solo desde las técnicas, equipamiento, soportes y plataformas, sino desde su contribución como

lenguaje, como alfabeto para encuadrar nuestra cosmovisión y acceder a una capacitación permanente en el nuevo arte de narrar la realidad y de entrar a los mundos virtuales.

Acciones: Aportes desde lo audiovisual

1. El COLPER está llamado a revolucionar la función de la producción audiovisual, mediante políticas y proyectos de incremento, financiamiento y acompañamiento. Las formas de producción audiovisual han dado un salto cualitativo, porque además hereda importantes procesos de hibridación de los formatos, una variedad de recursos y de posibilidades tecnológicas.
2. El COLPER podría impulsar alianzas estratégicas con entidades facilitadoras que auspicien a sus colegiados gestionar proyectos mixtos de producción, así se impulsa la experimentación y la producción con estándares de calidad.
3. Organizar muestras de arte, de producción, de experimentación y de producciones realizadas con otros fines, pero, que contengan un alto componente de producción nacional e innovación, lo que ha de ser una preocupación permanente y una acción estratégica sistemática.
4. La capacitación mediante talleres de producción a nivel local y regional permite el intercambio de experiencias exitosas, que es la escuela más importante de aprendizaje en producción audiovisual.
5. Establecer mediante convenios con otras organizaciones afines al campo de la comunicación sistemas de acreditación de la producción, de tal forma, que se estimule una apropiada alfabetización audiovisual, que procure el goce estético, el rigor, el buen gusto

y el carácter lúdico que toda obra plástica debe contener.

6. El COLPER, también puede aportar reglas claras y códigos éticos en la producción audiovisual en tanto comunicación abierta, de tal forma, que toda producción audiovisual pública y/o privada parta del respeto a la persona humana, que sea representativa e inclusiva, que contenga elementos de tolerancia, que respete la diversidad, y que sea como se ha señalado creativa y positiva. Que no contenga elementos discriminatorios de ninguna índole, y que por el contrario pueda el COLPER contribuir al mejor uso y potencialidades del lenguaje audiovisual. En este sentido, no a partir de la censura previa, sino, mediante el análisis medido, juntas de expertos y de foros de análisis, más preventivo y formativo.



7. El COLPER debe ser un lugar de encuentro para mirar lo que se hace dentro y fuera de la región en el campo audiovisual, no solo ser pasajeros y jueces de lujo en el medio. Para eso el Colegio debe actuar de manera propositiva y proactiva mediante alianzas con entes involucrados en el audiovisual costarricense, como el Centro de Cine del Ministerio de Cultura, la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica, el Instituto Nacional

de Aprendizaje INA, la Universidad Veritas y bueno otras universidades que se especifican en licenciatura en producción audiovisual, así como un organismo denominado Cinealianza, que educa a todos los productores del país y que tiene que ver con cosas parecidas a las expuestas en los diversos foros realizados- que es más que todo como articular los esfuerzos- porque lo que viene sucediendo es que existen muchos huecos en los medios de comunicación y entre la gente que trabaja en el audiovisual costarricense, por ello, consideramos que el Colegio podría entrar a gestionar esta alianza y a partir de ahí contribuir a su desarrollo y proyección estratégica.

8. Crear una base de datos de los profesionales en audiovisuales, que incluso participe del mercado al aportar información estratégica de los colegas, carpetas creativas, una web de direcciones, contactos y especialistas, como un ente intermediador entre proveedores y clientes.
9. Mantener y actualizar una lista de colegiados con experiencia y empresas de producción: Ficha de estos profesionales para ofertar en el mercado. Apoyar la creación de un fideicomiso para impulsar la producción audiovisual nacional. Una mayor clarificación de los costos, de los rubros que se ofertan, del nivel, tipo de producciones, que permita a los profesionales participar de este gran mercado, y que por lo menos nos acerquemos sino a establecer tarifas, si por lo menos a que se genere una sana competencia con criterios de calidad y creatividad desde el Colegio, por ejemplo, en el caso de asesorías en comunicación.
10. EL COLPER desde todas sus instancias y alianzas que contiene, podría articular pasantías para sus colegiados, prácticas dirigidas, talleres, encuentros, muestras y reconocimientos a

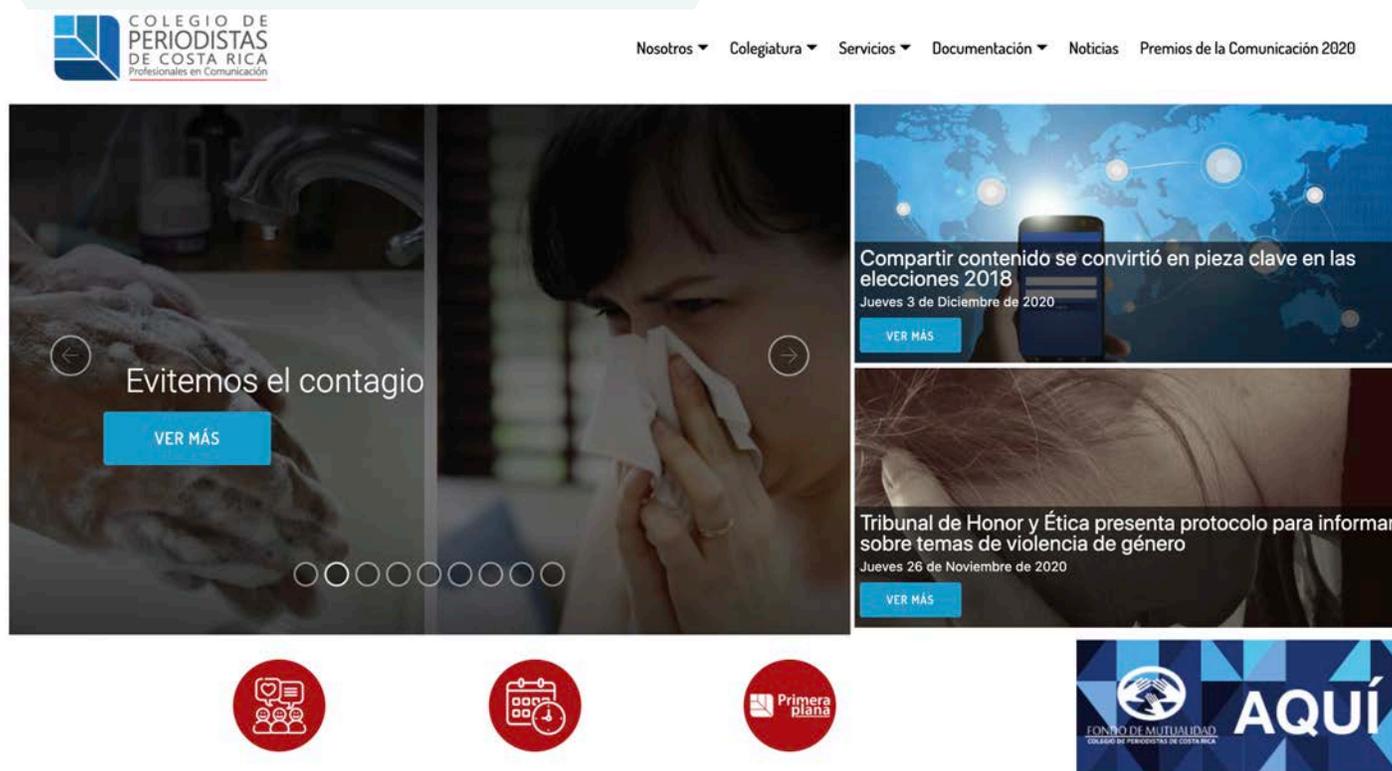


aquellos colegiados, que hayan demostrado interés por producir e indagar mediante documentos audiovisuales los grandes temas de la vida social y los desafíos a los que se enfrenta la humanidad posmoderna.

11. También podría auspiciar la recopilación de la memoria popular de los pueblos, (costumbres, tradiciones, valores, esfuerzos, movimientos sociales, arte, cultura, educación, ciencia, tecnología, innovación etc.) de los eventos únicos, y podrá impulsar una videoteca nacional y regional, que sea referente para el público en general. Puede iniciar un proceso de reconstrucción histórica a partir del audiovisual, de tal manera, que seamos un Centro de la Imagen y de la Voz.
12. EL COLPER puede participar en conjunto con otras instituciones de diversa naturaleza de la producción de obras literarias, pequeños montajes o simplemente el registro de eventos que tengan relevancia social y cultural.
13. Su acción de mediador y arbitraje debe estar al servicio de los colegiados, permitiendo que un porcentaje importante de profesionales sean contratados en producciones transnacionales, garantizando estabilidad laboral, ampliación del mercado. Esto se puede hacer a través de
 14. Para participar activamente en este mercado es imprescindible dominar el arte de la gestión. Por ello, el COLPER puede fomentar las competencias en el ámbito del gerenciamiento, mediante programas de capacitación que profundicen en temas como gestión empresarial, modalidades de contratación, registro de marcas, servicio al cliente, competitividad, liderazgo y emprendimientos.
 15. Un área de acción desde el COLPER es el acompañamiento para la capacitación en derechos de autor, derechos intelectuales, propiedad intelectual, dado que para ingresar al mundo de las empresas en producción se debe conocer las reglas globales del juego de los productos creativos y sujetos a autoría, tanto, para proteger nuestras creaciones como para respetar las ideas y productos de los demás.
 16. El Colegio debe apoyar lo que es la adhesión de procesos de unificación, ese es un sentimiento generalizado entre los participantes de diversos diálogos quienes apuestan a la creación de una industria centroamericana, donde se materialice un flujo de interacción e intercambio por medio de congresos con otros colegios en el área y compartir información en medios como Internet e intercambio en foros con otros países.

un ente de arbitraje y relaciones laborales y profesionales, cuando se presenten grandes producciones, o producciones especializadas.

4.3 Mirada interdisciplinaria en construcción



Imágenes freepik, unsplash y COLPER

Los grupos de trabajo en diversas mesas de diálogo donde se expuso sobre la dinámica del profesional en comunicación, coincidieron en la necesidad de legitimar y ampliar el campo de acción y las potestades que le puede conferir la sociedad al Colegio de Periodistas, por esta razón, se propusieron tres ámbitos de desarrollo a corto plazo, que le permita a su vez a la organización participar de una forma más amplia en la tutela y ampliación de los intereses gremiales de la profesión en la sociedad como un todo.

Las y los comunicadores expusieron que, para el cumplimiento de planes, no se pueden abarcar campos de accionar sino se es una institución fuerte, representativa, plural, legitimada, por ello, la incursión del Colegio en la promoción y fortalecimiento de la comunicación social, requiere que se aboque, entre otros, a los siguientes procesos:

1. Ampliar sus funciones de agremiados en función de los nuevos nichos de formación del desarrollo profesional como resultado de la competencia tecnológica, de la migración de los medios y de la inmigración de los formatos, los productos y la comunicación, para ello, desarrollará mecanismos de afiliación, de presencia en los hechos de formación profesional y en las actuaciones en otras actividades conexas de la comunicación social en un sentido amplio.
2. El fortalecimiento se dará en dos grandes ámbitos, por un lado, en las nuevas formas de vinculación con la sociedad civil, gobierno, gremios, organizaciones de cultura, de educación, medios de comunicación, productores, por otro lado, colegiados en todas las especialidades, incluso las profesiones emergentes. Sabemos que hay otras universidades graduando en campos de la comunicación, donde tiene que ver con el arte,

con la comunicación y otros campos que van a ir surgiendo, por consiguiente, el Colegio tiene que tener una puerta abierta en ese sentido.

3. El Colegio en pleno uso de sus facultades y de la ampliación de las actuales, diseñará, promoverá y fortalecerá directrices y políticas en materia de comunicación, conducentes a proteger la actividad desde diversas ópticas e iniciativas, en calidad de actor social colectivo e institucionalizado. Desde esta perspectiva, el Colegio de Periodistas de Costa Rica debería impulsar y redactar un marco de referencia para el desarrollo de una política nacional de sociedad,

Como apoyo a estas iniciativas, los estudiantes y los profesionales de las diversas disciplinas, tanto, de la Publicidad, la Producción Audiovisual, como de las Relaciones Públicas y el Periodismo, que han participado en los foros de reflexión y discusión a lo largo de los últimos dos años, en el marco del Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional- Eje Transformación del Estado (Ética y Lucha Anticorrupción, Mujer y Política), y la Catedra de Ética y Responsabilidad de la Comunicación Social- Alberto Cañas, consideran que el Colegio de Periodistas debe abocarse en lo inmediato a lo siguiente:



cultura y comunicación, que tome en cuenta el estado actual de las macropolíticas en materia de comunicación, medios y producción. Este proceso obliga a que la organización profesional realice un diagnóstico sistemático amplio de la situación del sector de la comunicación, educación y cultura, que permita obtener los insumos necesarios, para poder construir a corto plazo una propuesta nacional consensuada, para el desarrollo, la promoción, el fortalecimiento de la información, la opinión pública, la democracia, la ética y derechos humanos, como áreas estratégicas del desarrollo del Colegio a nivel nacional, que contribuya a robustecer las relaciones entre Estado, Medios y Sociedad Civil.

- Que propicie una mayor presencia en los diversos sectores y actividades de la vida nacional, relacionadas con la comunicación y la producción, como ya se ha dicho, diferentes foros, congresos en alianza con universidades públicas, privadas, etc., para que sus decisiones y actuaciones tengan plena incidencia en las políticas públicas existentes y en la formulación de nuevas políticas, si no las hay, trabajar prospectivamente en esa ruta, para impulsar los cambios en el ámbito de la sociedad, de la cultura y de la comunicación costarricense y regional.

- Que participe de manera más agresiva y permanente en el resguardo y fiscalización de los intereses de la formalización en profesionalización de sus agremiados, y de los perfiles profesionales que requiere un proyecto de mejoramiento de la comunicación social, capacitación en servicio y de políticas permanentes de actualización.
- Como actor social colectivo, pondrá su experiencia, recursos y potestades, al servicio de una visión pluralista, diversa e inclusiva de la sociedad, particularmente en el ámbito que le concierne, que es la comunicación social en el sentido amplio, y en la construcción de una estrategia de política nacional consensuada para el desarrollo de una industria audiovisual autónoma, plural, protegida; que tenga a su vez una mirada apropiada y coherente de la idea del país que históricamente hemos construido para el bienestar común.
- Lo anterior demanda del Colegio de Periodistas y Profesionales en Comunicación una posición de apertura, de proyección hacia otras organizaciones y profesiones a nivel nacional e internacional, que procuren conciliación de intereses, alianzas estratégicas entre universidades, medio de comunicación nacionales y rurales, centros de producción, institutos de formación, entidades públicas y privadas, para fortalecer la identidad y el patrimonio cultural, asimismo, potenciar recursos e incidir fuertemente en la vida nacional.
- El Colegio debe desarrollar en concurso con el Estado y las instituciones de Cultura una Cinemateca, que apoye económicamente con subsidios a

las producciones nacionales, tal y como se hace en las empresas de producción europea. En este sentido, se considera que el Estado Costarricense debe empezar a impulsar estas iniciativas y precisamente promover la producción audiovisual, como un espacio también cultural y no solamente como un producto de mercado lucrativo, sino también exportar esta parte cultural de nuestro país y tener una marca-país en el mundo entero.

- Compartir experiencias y firmar convenios con Estados en los que se ha tomado la misma medida, como Argentina, Venezuela y Colombia donde el Estado subvenciona la producción nacional, o sea, no solamente Europa apoya la producción, sino que también se da a nivel latinoamericano, y las experiencias y los resultados ya se van dando a la luz de la sociedad.
- En el campo legislativo y académico se deben explorar espacios de cooperación para propuestas puntuales. Por ello, el Estado Costarricense tiene que aplicar nuevos mecanismos de legislación que giren en torno al tema de la producción nacional.
- Establecer alianzas y esfuerzos para incentivar la producción de cine nacional. Esto se constituye



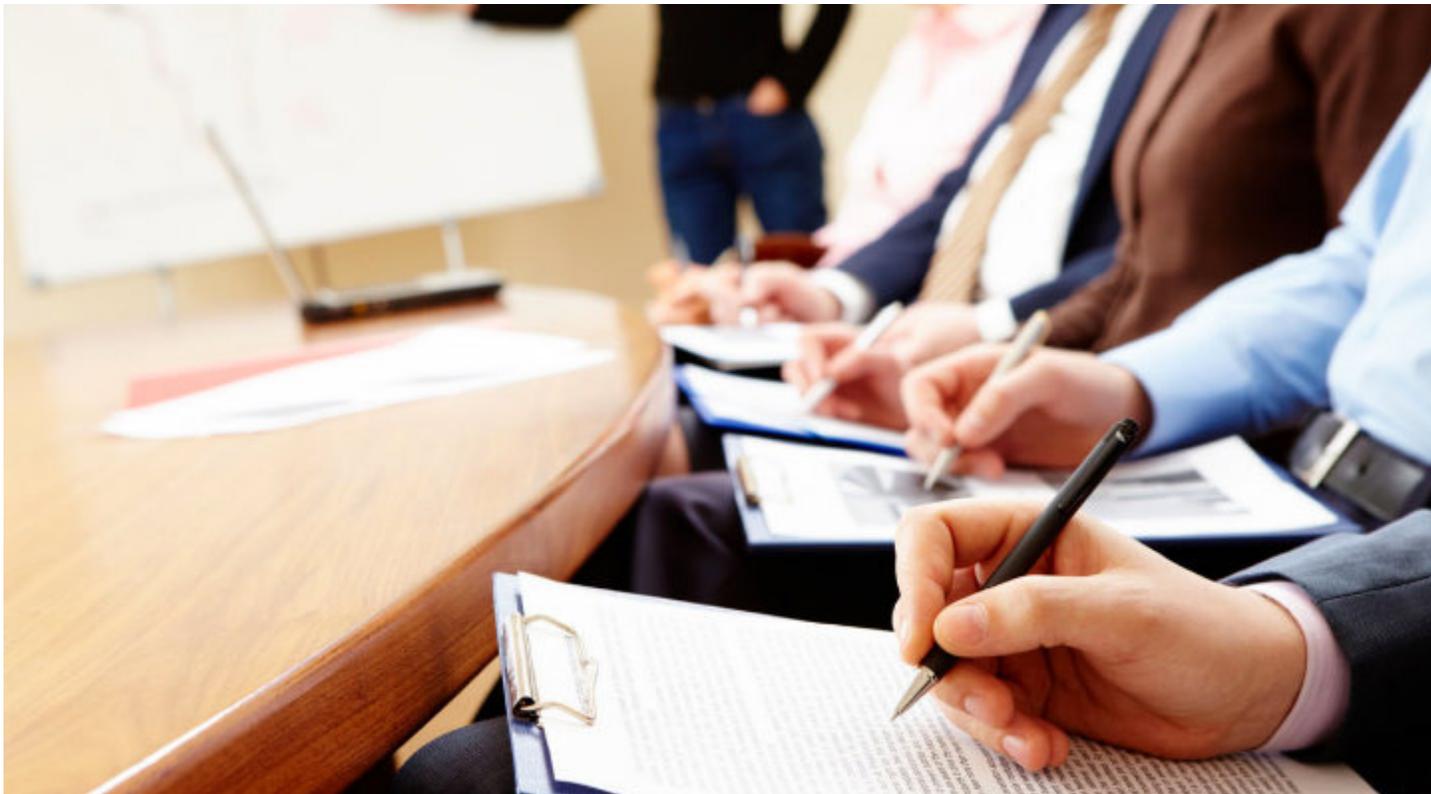
en un imperativo dado el rezago que se experimenta en Costa Rica. Conocemos esfuerzos individuales de producción cinematográfica con películas como: Eulalia, La Segua, Caribe. Por ello, el Colegio debe promover encuentros con productores latinoamericanos comprometidos con la cultura, que conocen muy bien el entorno, que han tenido vivencias en la producción y saben cómo dar ese salto, a ser producto de exportación.

- Involucrarse como mayor compromiso en la inserción de los estudiantes al mercado laboral y que tengan acceso a prácticas profesionales. Esta acción podría llevar a la creación de una cartera empresarial dispuesta a recibir estos estudiantes, tener contacto con las empresas, productoras, canales de televisión, agencias publicitarias, instituciones etc.
- Propiciar el intercambio con expertos reconocidos en el ámbito de la producción audiovisual, relaciones públicas, mercadeo, periodismo, publicidad, comunicación digital, para conocer estrategias que permitan diferenciar los nichos de mercado y espacios de difusión de las producciones no comerciales, experimentales, institucionales, ciudadanas, o simplemente nuevas obras y nuevos autores. En el caso del profesional en audiovisual, es importante destacar que no toda la gente que trabaja en producción es cineasta, hay muchos campos que también son parte la producción, como el caso de la producción gráfica, musical, radioteatro, eventos y fotografía, todos estos sectores forman parte del tema de la producción y se enfrentan a pros y contras en la producción audiovisual y cinematográfica.
- Fundar un buró de creativos y asesores del audiovisual para que se examinen proyectos y

copatrocinar la producción independiente. Esto con el propósito de buscar talentos jóvenes, o rescatar la experiencia de comunicadores maduros.

- Desarrollar propuestas de proyectos semilla para la estimulación al productor de cine, audiovisual y de arte en general, mediante leyes que favorezcan además la distribución y exhibición de las producciones. Aprovechar la experiencia como la Alianza Francesa, El Instituto México, la AECI y la UNESCO, así como la Media Iberoamericana.
- Crear sinergias entre periodistas, relacionistas públicos, publicistas, productores audiovisuales, cineastas, diseñadores gráficos y publicitarios, así como profesionales del arte y comunicación visual, de la comunicación digital, para que cada uno aprenda del otro, porque en realidad en nuestro medio los profesionales llevan a cabo la comunicación de forma flexible en cualquiera de las disciplinas mencionadas. Existe interés de profesionales de diversas disciplinas adscritas al Colegio de acercarse y aprender de la producción audiovisual. Cabe mencionar que en el país existe mucho profesional con gran experiencia en producción, ya sea porque lo aprendido en la calle o como parte de su trabajo, que podrían enseñar lo aprendido de otras áreas y enriquecerse mutuamente en todos los aprendizajes de las distintas carreras de la comunicación.
- Desarrollar marca Colegio (acción de mercadeo), saltar del mito a la realidad, redimensionando el concepto de cultura que entiende la institución, utilizando como herramienta campañas a mediano-largo plazo, resaltando el papel que le asigna la ley, en cuanto al bien de interés público.

4.4 Formación y profesionalización en contexto hace la diferencia



Como profesionales y académicos convencidos de que la cultura es la base piramidal de toda sociedad, siguiendo el fiel compromiso del Colegio de Periodistas con la calidad, la responsabilidad y la libertad, y con plena conciencia de la necesidad como organización que aglutina a los profesionales en comunicación de procurar un enfoque multidisciplinario en sus acciones, las personas que han dejado fluir sus manifestaciones, expectativas y recomendaciones, consideran que el COLPER ha sumado más de 50 años de experiencia, para hacer diferencia a favor de quienes sienten pasión por la comunicación. Por ello, los grupos de trabajo con los que hemos compartido, han externado su preocupación de la situación de Costa Rica en materia de formación académica y profesionalización de los comunicadores, de ahí, que se adicionan las siguientes reflexiones de estos colectivos:

- No se puede estar ajenos al contexto actual de la comunicación en un mundo global.
- Se debe aprovechar e incorporar inteligentemente el desarrollo tecnológico y el papel de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el desempeño como profesionales de la producción audiovisual, las relaciones públicas, la publicidad, el periodismo.
- Hay que tener en cuenta las amenazas y las oportunidades que representa para el sector comunicación los tratados de libre comercio vigentes, acuerdos bilaterales y multilaterales, así como la crisis generada por el Covid 19 en el ámbito nacional e internacional.

- Tomar en consideración la gran cantidad de profesionales que se gradúan en las universidades cada año y la poca demanda laboral como la carencia de apoyo a emprendimientos en este campo.
- La ausencia de políticas nacionales para el desarrollo de una industria audiovisual que impulse e incentive su producción y divulgación. (Producción de: cine, televisión, video, redes sociales e Internet, etc.
- Ante la crisis que viene viviendo el país en los últimos años y la agudización e inestabilidad política, social, económica, educativa y cultural propiciada por el Covid 19, el Colegio más allá de la teoría, está obligado a constituirse en un ente práctico, para mediar con los diferentes sectores sociales, profesionales, productivos, como un actor protagónico, que coadyuve en el desarrollo económico, social, cultural, frente a las profundas transformaciones y los escenarios actuales y venideros.
- Que el COLPER enfoque su potencialidad en la diversidad, con capacidad de concertación y mantener interlocución sistemática con los gremios e incorporarse activamente (no solo en el papel) como miembro activo a la Alianza Regional por la Libertad de Expresión e Información, que es una coalición que reúne a 23 organizaciones de la sociedad civil, que promueve el acceso a la información y la libertad de expresión en las Américas.
- Que la institución tome la decisión de crear y poner a funcionar una Revista que puede denominarse “COLPER JOVEN Digital”, de tal manera, que se constituya en una nueva revista electrónica que publique en Internet.

Este proyecto debe ser impulsado para dar participación a los colegiados, en especial a los (as) jóvenes que en su gran mayoría hoy forman parte de la institución. En este sentido, se recomienda que COLPER Digital produzca notas y artículos interesantes e importantes de variadas temáticas, para ello, deberá contar con un diseño dinámico, fresco, agradable y creativo, para atraer y retener a los lectores que ingresan a la dirección web que se disponga. Esta construcción de comunicación propia debe ser definida por sus integrantes a partir de sus convicciones, por la búsqueda de “un periodismo no sólo mejor, sino más amplio”, y con la intención de ofrecer una información sin pautas, sin intereses, sin manos negras y sin costados ocultos.



- “COLPER JOVEN Digital”, es para que la lean todos, para que se entienda que las culturas más justas se construyen también desde el periodismo”. De ahí, se propone que esta publicación, se renueve con una frecuencia quincenal, y que agrupe sus contenidos en las secciones Arte, Ciencia, Deportes, Historia y Sociedad, Opinión, Entrevistas, Ambiente, Educación, Tecnologías, Comunicación entre otras. Se persigue que “COLPER Digital” incluya

sonido y videos, e invite a que los lectores le envíen sus opiniones y críticas a la dirección de correo que se habilite, se busca el ejercicio pleno de la libertad de expresión de los ciudadanos y la practica pluralista de participación y opinión.

- Se plantea que el Colegio implemente otra Revista que tenga como finalidad difundir teorías, técnicas y herramientas de comunicación corporativa e institucional en las áreas del Diseño, la Imagen, la Escritura, la Gestión, el Marketing, la Publicidad, el Branding Digital, Comunicación Digital, Responsabilidad Social Empresarial RSC, Redes Sociales, Big Data, Lobbying y Pymes, Fact Checkiny, Engagement, Coaching, pensamiento estratégico, la Comunicación Social y multicultural. En este sentido, el propósito de la Revista deberá estar encaminada en dar sentido, proveer información y aportar una cuota de conocimiento sobre la problemática de la comunicación corporativa e institucional a los y las profesionales en su gestión cotidiana y cuando debe articular su bagaje de conocimientos teóricos con la práctica empresarial. El equipo de trabajo de esta Revista debe estar integrado por profesionales de distintas partes de Latinoamérica. Todos y todas, bajo el lema: “la búsqueda de la calidad en la comunicación y la ética.
- Conscientes de que Internet es una herramienta de comunicación poderosa y eficiente para relacionarse, ya que significa ser parte activa del universo económico, cultural y de entretenimiento, se considera que el Colegio deberá implementar un verdadero espacio virtual, que contenga textos, videos y sonido, imágenes, dedicado a brindar servicios en Comunicación Social, Comunicación Corporativa e Institucional, proveyendo información, artículos de opinión, aportando

una cuota de conocimiento teórico en la red de redes sobre las diferentes problemáticas del sector en el mundo. Por ello, los colegiados expresaron que se debe actualizar, modernizar y flexibilizar el uso y acceso al sitio WEB del COLPER, en el cual, no solo se difundan las actividades administrativas o de las Juntas Directivas, sino que deberá integrar todas las actividades del COLPER y sus agremiados, por ello, se propone que esta página WEB contenga:

- Artículos digitales de prestigiosos autores con contenido práctico y teórico.
- Newsletter semanal sobre las novedades del mercado de la comunicación iberoamericana, al cual podría suscribirse.
- Agenda anual de actividades con congresos, seminarios y cursos en toda Latinoamérica.
- Librería virtual para comprar libros y enterarse de las novedades del mundo editorial referidos a la comunicación.
- Blog para interactuar mediante la opinión acerca de los diversos temas que publica el sitio web.
- Videos para ver conferencias, noticias, reportajes, publicidades, entrevistas y todos aquellos temas que se refieren a la comunicación nacional e internacional.
- Facilitación y acceso de la licencias para utilizar las plataformas de Streaming, Zoom, Teams,(otras que emergerán) de tal manera, que el colegiado tenga posibilidades, tanto, de acceder como utilizar dichas herramientas tecnológicas.

- Libre acceso del colegiado al correo institucional del COLPER y no sea un canal exclusivo de la Junta Directiva, sino, que las personas colegiadas puedan compartir, publicar e interactuar sobre lo que sea publicado en dicho espacio, en suma, se busca una necesaria democratización de los medios y canales de comunicación del COLPER.
- Ante la demanda de información bibliográfica científica y de calidad entre los profesionales, y dada la apertura de nuevas disciplinas de comunicación en el Colegio, se propone que el COLPER se convierta y asuma la práctica editorial, por medio de la producción EDITORIAL a partir de teorías, técnicas y herramientas, tanto en formato gráfico como digital. De esta manera, el COLPER producirá y acompañará proyectos de edición de libros sobre comunicación, con el fin de proveer herramientas de formación y aportar una cuota de conocimientos para dar soluciones a las problemáticas de la comunicación.
- Bajo el concepto de “Editorial COLPER” se podrán generar alianzas estratégicas con otras editoriales nacionales e internacionales, para promover la difusión de teorías, técnicas y herramientas sobre comunicación e incentivar la generación de productos culturales en Costa Rica y Latinoamérica.
- Que el Sindicato de Periodistas de Costa Rica se abra y se convierta en el SINDICATO DE LOS COMUNICADORES

COSTARRICENSES, en donde se puedan afiliar profesionales de las áreas como: periodismo, relaciones públicas, producción audiovisual, publicidad, fotografía (sectores vinculados al periodismo y la publicidad), camarógrafos, locutores comerciales, editores, luminotécnicos, técnicos de audio, productores radiofónicos, community manager, diseñadores gráficos, creativos publicitarios, mercadólogos, etc.

- Reivindicar las funciones del Sindicato del COLPER, para que sea un espacio de dignificación de los distintos quehaceres, más allá de organizar algunos cursos y foros, esta organización deberá convertirse en una promotora de empleo para el sector comunicación.
- Actualizar la misión, visión, estrategias, objetivos y políticas del Colegio, para convertirla en una organización orientada al desarrollo humano sostenible, que se destaca por su capacidad de gestión del cambio.
- Establecer alianzas con el Sindicato Nacional de Periodistas de Costa Rica,





para fortalecer acciones de arbitraje de carácter laboral para comunicadores y mejorar las condiciones laborales.

- Establecer Clubes de Prensa en centros educativos, para estimular la producción de información en escuelas y colegios. Plan piloto (20 unidades educativas). Efectuar concursos de calidad de la información juvenil.
- Redimensionar los Premios de la Comunicación, como modalidad para incentivar la producción y comunicación de calidad
- Reforzar la ética del profesional a través de debates/ foros, talleres, cursos, en alianza con universidades y otras organizaciones. (Tribunal de Honor y Ética)
- Promover un programa de becas de postgrado a los colegiados, con subsidios, préstamos y becas de estudio.
- Propiciar en las universidades el desarrollo de maestrías sobre medios digitales y redes sociales, que permitan a los profesionales especializarse en temas que evolucionan rápidamente y obliga al profesional a estar formado para enfrentar los retos del desarrollo.
- Crear un programa de atención y seguimiento para el adulto mayor colegiado.
- Crear un programa de pequeña y mediana empresa con el Fondo de mutualidad.
- Desarrollar una cartera empresarial nacional y una internacional para conocer el mercado tanto de empresas como de profesionales.

Capítulo V

Una visión colectiva y prospectiva para nuevos tiempos

En el marco de esta contextualización que hemos realizado, compartimos las apreciaciones que las diversas mesas, talleres, grupos y foros de reflexión han explicitado, sobre la VISION que el Colegio de Periodistas debe perseguir, para cumplir con su compromiso de promover y garantizar una comunicación social (colectiva), veraz, objetiva, inclusiva y plural para el bien del gremio y la sociedad. En este sentido, se ha planteado la imperiosa necesidad de que el COLPER revise su visión y misión y las actualice, según su Ley y filosofía propia, pero, con la óptica de las diferentes tendencias competitivas que viven las empresas y las organizaciones en la nueva economía mundial y en el contexto pos pandemia (Covid19) que ha azotado tanto a Costa Rica como al mundo en su totalidad. Al respecto se propone:

Visión:

- Que, en la nueva Visión y Misión, debe rescatarse e incorporarse que el Colegio de Periodistas de Costa Rica, integrado por Comunicadores y Comunicadoras de diversas disciplinas, cuenta con un equipo de profesionales orientados al asesoramiento, formación, planificación y gestión de las herramientas para la comunicación y el desarrollo de los recursos humanos.
- Dejar implícito y explícito en la visión que las y los profesionales en comunicación incorporados al Colegio se especializan en las Ciencias de la Comunicación Colectiva, Social, Audiovisual, Digital, Visual, del Diseño, Multimedial, Escrita, Publicitaria, Mercadeo, Relaciones Publicas, argumentando que sus profesionales tienen un método y una disciplina propia, sin abandonar la creatividad y la autenticidad que identifica a todo buen profesional y a toda organización de calidad.
- Como es lo pertinente la nueva visión y misión del COLPER se deberá construir con la opinión y participación de todos y todas. Por ello, se llama la atención de que todo el accionar del COLPER debe estar trazado por el estilo de gestión, que integre el pensamiento prospectivo, estratégico, la investigación, la capacitación, el desarrollo y transferencia de conocimiento: teorías, técnicas, metodologías y herramientas. Una organización profesional que opere en la diversidad y que capte escenarios adecuados del mercado global para bajarlos a la acción local. Una comunicación entendida por el COLPER, como la materia prima, que se ha revelado indispensable en el universo competitivo, donde el éxito de la organización, de una persona, de un producto, está relacionado en proporción directa a la eficacia de la acción comunicativa, con responsabilidad profesional, ética y social. Pensar en el Colegio de Periodistas-COLPER como una institución Líder en:
 - Democratización y calidad de la comunicación.
 - Generación de una opinión pública o ciudadana plural, participativa e inclusiva.

- Desarrollo y defensa de la profesión.
- Sostenibilidad financiera.
- Responsabilidad Ética y Social.
- Desarrollar prácticas acordes y respetuosas con la sostenibilidad social y ambiental (respeto por el ambiente).

La Misión del COLPER será, liderar acciones para el ejercicio digno, responsable, ético y de calidad de las y los comunicadores, para el bien de la sociedad y en particular hacia la promoción del periodismo, las relaciones públicas, la publicidad, la producción audiovisual y las profesiones que se adhieran a la organización.

Cabe destacar, que el elemento común en todas las disertaciones, diálogos y conversaciones, ha sido, buscar aquello que es importante y necesario para el bienestar de la comunicación social, que esa es la ruta de nuestra regeneración, es decir una vuelta a las fuentes generadoras-creadoras. Un llamado a que trabajemos para diagnosticar y transformar, pero también, para relacionar y unir.

Es, desde este espíritu propositivo y como parte de esta amplia contextualización en materia de comunicación, que se dejan planteadas algunas fortalezas, amenazas y oportunidades del Colegio de Periodistas, con el propósito de que se constituyan en insumos a tomar en cuenta, para la toma de decisiones en la perspectiva de mejorar la labor comunicativa que la sociedad nos ha demandado como profesionales y como organización creada por medio de la Ley 4420. El reto es, que sean tomados en cuenta estos aportes, para el diseño de las nuevas formas de pensar el quehacer de la comunicación social:





Oportunidades Críticas:

- Retomar proyecto de colegiación obligatoria (como parte de la responsabilidad social)
- Apertura de nuevos espacios laborales para potenciales colegiados (as), nacional, regional e internacional.

Otras oportunidades:

- Aumento cuantitativo y cualitativo (en número) de la colegiación de profesionales graduados en las disciplinas de la comunicación social y a fines.
- Impulsar discusiones amplias sobre el Proyecto de Ley de Libertad de Expresión.
- Demanda por know how de COLPER en el exterior.
- Instalación de auditoría de calidad de la comunicación social.
- Reconocimiento, legitimación y posicionamiento

social del COLPER en otros sectores de la sociedad costarricense.

- Relaciones interinstitucionales - Academia, Gremios de la Comunicación, Asociaciones y Cámaras, Sectores Empresariales, Comunidades, Medios Alternativos y Organizaciones de la Sociedad Civil, Organismos Internacionales de Prensa, Opinión y Libertades Públicas.
- Visibilizar y planificar la factibilidad para la construcción de dormitorios en la Finca de Recreo que permita albergar a participantes (nacionales e internacionales) y ofrecer el espacio del Centro de Capacitación en Comunicación en el Centro Recreativo.
- Redefinir el Centro Documentación del Colegio, para que administre de manera dinámica el patrimonio documental (escrito, audiovisual, gráfico, digital) de apoyo a los colegiados por medios físicos y electrónicos, que permita renovar, adquirir y conservar el acervo bibliográfico del COLPER en concordancia con las nuevas tendencias del conocimiento.

Amenazas Críticas:

- Eliminación del timbre (Presión y cuestionamientos de diversa índole sobre la existencia la ley del timbre a favor del COLPER.
- Permisividad para el ejercicio de otros profesionales y de periodistas sin colegiación.
- Concentración de los medios de comunicación:(Procesos de encabalgamiento, fusión, oligopolios, monopolización de frecuencias, redes y plataformas).

impactan la calidad en el perfil y la formación del profesional.

- Pérdida de liderazgo ante la opinión pública y poca presencia ante sectores importantes de la vida nacional como el educativo y cultural.
- Falta presencia de intelectuales en comunicación, que tengan impacto como redactores, cronistas, investigadores, novelistas.
- Poca relevancia del COLPER como Ente Colegiado que corporativiza los intereses de los comunicadores (as).



- Resistencia al cambio.
- Sobreproducción masiva de profesionales con baja calidad
- Desempleo de colegiados

Fortalezas Críticas: La idea es convertir las pequeñas fortalezas en grandes fortalezas:

- Buena actitud y un equipo de trabajo óptimo de colaboradores del COLPER comprometidos con el desarrollo de la organización.

- Insuficiente desarrollo y financiamiento a medios locales y regionales, por falta de apoyo publicitario a medios regionales-Sello de Garantía.

Otras amenazas:

- Competencia de otras instituciones y/o gremios con fines similares.
- Debilidades en la currícula de las carreras de comunicación social en las universidades, que

- Disposición de espacios de recreo con instalaciones para capacitación y talleres diversos.
- Una colegiación ascendente, aun cuando no es obligatoria.
- Eficiencia y eficacia en el uso de los recursos humanos (austeridad).
- Pertinencia y eficacia en el uso de la tecnología para la comunicación y la información.

Otras fortalezas:

- Plan de trabajo y presupuesto bien definido.
- Experiencia de equipo administrativo.
- Fondo de Mutualidad para apoyar colegiados.
- Tribunal de Honor comprometido con la ética.
- Tribunal Electoral pertinente y vigilante del proceso de elecciones.



Debilidades Críticas:

- Carencia de una administración por objetivos.
- Falta de planificación y de un plan estratégico a mediano plazo (5 o 10 años)-
- Alta dependencia de una sola fuente de financiamiento.
- Inestabilidad financiera.
- Ley Orgánica desactualizada.
- Deficiente comunicación interna.

Otras debilidades:

- Desarticulación entre las disciplinas que integran el Colegio.
- Falta de empatía de los colegiados (as) hacia el

proyecto del Colegio y sus programas.

- Participación desigual del equipo de Junta Directiva, en la atención de los compromisos del COLPER.
- Insuficientes estándares de calidad en el servicio del COLPER. Carencia de manuales de actuación para brindar un servicio de mayor calidad a la persona colegiada, así como al público interesado. Falta atención para que los expedientes de los colegiados (as) estén debidamente actualizados) que permitan un conocimiento más amplio de las personas colegiadas.
- Deficiente sistema de cobro de colegiatura.
- Problemas de infraestructura actual (electricidad, parqueo, auditorio, inversión adicional) Necesidad de ampliar espacios e infraestructura para ser coherente con los procesos de crecimiento y de proyección del Colegio

- Insuficiente fiscalización del ejercicio ilegal de la profesión
- Poca participación del COLPER en el control de la calidad y del ejercicio de la información.
- Carencia de recursos para investigación y desarrollo en materia de comunicación.

Como se deduce de lo anterior, las acciones del Colegio de Periodistas de Costa Rica, y el ejercicio de las y los profesionales de la comunicación, deben ser consecuentes con la construcción de un eco ambiente, y éste incluye el compromiso con el entorno socio psico ambiental, que privilegie las relaciones armónicas en equilibrio con lo material. Por ello, el desarrollo del Colegio de Periodistas y



- Programas de capacitación ocasionales, sin planificación e incentivos para apoyar a los agremiados.
- Carencia de coordinación y articulación entre la Junta Directiva y los órganos del Colegio (Tribunal Electoral, Tribunal de Honor y Ética, Sindicato) para planificar y ejecutar actividades de interés institucional.

de los Comunicadores Sociales, debe responder a los desafíos de la sociedad, mediante propuestas integrales construidas a partir de procesos de participación, de consenso y de acuerdos para la búsqueda del beneficio mutuo y del bien común.

5.1 Construcción de variables y escenarios

La práctica ética

La Sociedad en su sentido colectivo y el individuo, ciudadano común, actuando en el espacio público, comportan una diversidad de valoraciones esenciales sobre sus propias acciones. Esta condición les permite identificarse como grupo organizado y cohesionado. Este proceso promueve el sentido de identidad y pertenencia, les otorga coherencia interna y consistencia social, ambos fenómenos, desde su condición humana y cultural.

La Ética como práctica en el ámbito privativo y colectivo, nos permite introspectivamente reconocer esas prácticas cotidianas frente a la realidad social, y advertir las adaptaciones en el ámbito, familiar, político, económico, gremial y grupal. Esta adhesión positiva faculta para la vida democrática activa y creativa en los marcos jurídicos, morales e institucionales y profesionales. Esta facultad de consensuar valores y normativas procura la supervivencia de la humanidad según el contexto y tiempo, y dentro de la complejidad aporta a la construcción de la paz, la concordia, el respeto, la justicia y la diversidad.

La ética desde esta dimensión, se puede extrapolar

como la conducta individual y social de un conglomerado, no en su sentido moralista, sino en la capacidad de responder a necesidades fácticas y otorgando valor a determinados actos, hechos, razonamientos, criterios que deciden y direccionan el quehacer humano. En sentido societal, se tendrá como ético el actuar consensuado de un individuo frente a la disyuntiva de sus actos en la comunidad. Éstos adquieren mayor valoración y aprecio, si el resultado final de éstos consensua y coincide con los propios actos del resto del conglomerado social, es decir, legítima y confirma su aceptación y permanencia, además de su funcionalidad, siendo así que resulta objetivo y particular para el logro de fines comunes. En buena teoría la acción ética, es necesaria para la vivencia y consecución de una ciudadanía efectiva, objetiva en tanto conducta visible y normada.

Además, sirve como punto de partida para definir en una sociedad lo que es sano, apropiado, pertinente, aceptable como el respeto, la tolerancia, la solidaridad, la corresponsabilidad, la legalidad, incluso valores en otros ámbitos, como la familia, el trabajo y la comunidad.



Como tal es una variable, que puede resultar difícil de precisar, por su subjetividad, si la observamos como cualidades individuales, incluso en términos de temporalidad y espacialidad. De ahí, la dificultad para generalizar, ya que en muchos casos resulta compleja su medición y valoración. Es decir, que puede resultar altamente relativa, si pretendemos señalar como ética a una persona, comunidad, nación o sociedad como un absoluto. Además, se señalan entre otras características de estas variables su carácter polisémico, es decir, no siempre se atiende esta variable monosémica, sino que tiene

y jurídicamente regladas, la misma razón del bien común exige la responsabilidad de ciertos mínimos valores para la coexistencia pacífica y armónica.

Por esta razón, cuando se analiza la visión ética de una sociedad, hay que atender a otras dimensiones afines, como son la Filosofía, la Teología, la Sociología, la Antropología, la Bioética y la Geopolítica, entre otras ciencias. En términos culturales toda ética es relativa, y para poder establecer algún grado de normatividad, se debe circunscribir el análisis tanto temporal, espacial y particularmente con los grupos humanos donde se estudia. Aplicado

al carácter y conducta de ciertos grupos bien definidos, por ejemplo, en sociedades conformadas jurídicamente, democráticas, liberales o más o menos conservadoras, el aprecio de ciertas prácticas está directamente relacionadas con los mismos principios, que rigen social, cultural y políticamente el devenir de los individuos. Incluso en el seno de una misma comunidad, es posible, encontrar disrupciones de hábitos, y prácticas que se alinean en parte a este consenso, pero que aportan nuevos valores y prácticas según sus creencias y grupos de pertenencia como etnia, patrones familiares procedencia campo ciudad, por ejemplo, e

una variedad de acepciones según el ámbito de estudio, el enfoque teórico y metodológico.

Algunos estudiosos señalan que no hay una ética permanente, ni única, sino que es dinámica, relativa, y plural, hasta el punto de que se señale que existen sociedades o grupos humanos sin ética, por confusión a aquellos grupos humanos muy cerrados, donde no existe una normalidad formal, ni moral explícita. En casos extremos, los más libérrimos, advierten, que cada quien atiende a sus principios íntimos, para subsistir y convivir. En las sociedades formalmente organizadas, jerarquizadas,

incluso hasta por una diferencia etaria generacional, sin que esto contradiga el fondo de una forma colectiva de responder a las necesidades básicas de la sociedad.

En la experiencia histórica y cultural de Costa Rica, la Ética Ciudadana, adquiere una relevancia especial, ya que, la convivencia democrática, deviene en una serie de prácticas y valoraciones sobre el ejercicio mismo de la ciudadanía, que han sido reconocidas mundialmente, como el apego a la legalidad, actuar dentro el marco institucional, responder al llamado de ciertas instituciones como



el sufragio, el reconocimiento de la alternabilidad del poder como una práctica sana y necesaria, el respeto a la diferencias de pensamiento, el uso de la libertad de expresión, al apego al cultivo de las libertades fundamentales y públicas, el derecho de opinión, la sana discusión y el disenso, la conciliación, el cabildeo como estrategia entre muchas otras. Todas ellas devienen en prácticas, positivas que minimizan el conflicto social y armonizan el buen actuar en sociedad.

Una estrategia deseable políticamente ética y posible es empoderar cada día más al ciudadano promedio, y llevar mayor educación formal e informal a los sectores más vulnerables, que, por su condición económica, educativa y cultural, están menos familiarizado con ciertas prácticas y valoraciones sobre las bondades de participar y aportar a la vida política.

Este fortalecimiento de las cualidades éticas de una ciudadanía activa, posibilita la adquisición de nuevas habilidades ciudadanas, siendo que, a partir de estos procesos de sensibilización y formación, logremos alcanzar mayor grado de participación en procesos de petición, deliberación, control, proactivamente favoreciendo el escrutinio público acerca de las necesidades sociales con lo que se fomenta una espera pública robusta y una opinión pública amplia y plural. De esta forma invertimos en desarrollo humano, ampliando el horizonte social y cultural de la población.

Tanto la libre manifestación de las ideas como el derecho a la información se encuentran establecidos en la Declaración Universal de los Derechos



Humanos y en la Constitución Política de Costa Rica; como garantías constitucionales, la sociedad civil puede exigir su cumplimiento a las autoridades.

Los medios de comunicación tienen el compromiso de informar a la sociedad de manera objetiva, veraz, oportuna y plural. La pluralidad es sinónimo de representación de la variedad; implica dar las mismas posibilidades en tiempo y espacio a los actores sociales que toman parte en los acontecimientos. En este punto se requiere de un reforzamiento de la práctica ética de los medios que fomente una mesurada acción de formación y de información, que no siempre es transparente, ni pertinente.

Los medios de comunicación tienen la tarea de informar lo que acontece en el entorno social, lo que llamamos la realidad noticiosa e informativa. También se reconoce en ellos la función de orientar asertivamente a la opinión pública, una meta que se alcanzaría si se dieran a conocer los elementos necesarios para que los espectadores tengan un punto de vista propio sobre los distintos sucesos (medida, balance y respeto). No obstante, existe el riesgo de confundir esa orientación informativa con otras posiciones como la confrontación, la polarización, con la identificación de intereses o de aliados para exponer o resolver una situación. Al

actuar de esta manera, las empresas de comunicación se constituyen en espacios de conflicto, más que de mediador social, donde se radicaliza o se defienden determinadas posiciones, con resultados nefastos en la sacralización o desprestigio de actores sociales, ideas, proyectos o situaciones que distorsionan la realidad social.

Es innegable que los medios de comunicación se han convertido en un instrumento de enorme poder social, de ahí que puedan ser la diferencia entre una sociedad informada y culturalmente preparada, o una que se oriente a la descomposición social. Por ello, ante esta invaluable responsabilidad de los medios, es preocupante y alarmante la actitud de algunos de ellos de seguir desvirtuando las informaciones al plagarlas de altas dosis de sensacionalismo.

Es cierto, que vivimos a diario la invasión informativa por diversos medios y en especial por las redes sociales. La televisión y prensa escrita de informaciones cargadas de falsedad, de pesimismo, grotescas, sangrientas imágenes que parecen sacadas de la más terrible película de terror también se hacen presente en el panorama mediático y social. La falta de sensibilidad ante el sufrimiento ajeno, rostros abatidos por el dolor ante una hostigadora cámara o lágrimas profanadas por las miradas de extraños, acechan en las pantallas y en diferentes medios. Por ello, hay que procurar cambios y practicar una ética que incida en beneficio del ciudadano, para superar aquellas prácticas, que ya sea por costumbre o ignorancia, muchas personas prefieran consumir ese “espectáculo” noticioso amarillista de drama, sangre, dolor y negativismo, sin anteponer el dolor y la dignidad de parientes y amigos de las víctimas.

Hacemos eco del grito de muchos ciudadanos sobre el daño que vienen haciendo las noticias falsas (fake news) por medios de las redes sociales. Por eso se apela a un ejercicio ético de la profesión informativa de profesionales y de los medios. La práctica ética, de los medios está directamente relacionada con el profesionalismo y la ética empresarial, que pueden hacer la diferencia abandonando el amarillismo y superficialidad existentes, para convertirse en espacios de sana y respetuosa convivencia pública;



es decir, en donde el conjunto de profesionales, usuarios y consumidores de información, sea un epicentro de respeto, tolerancia y cultura de paz, que nos lleve a consumir más sanas y dignificantes informaciones a pesar de los sinsabores que este mundo acarrea.

Indudablemente la gran familia humana tiene como ideal, como fin y objetivo realizarnos a nosotros mismos mediante el servicio a los demás. En este sentido, si hay una profesión que puede y debe aportar a este propósito es la de los comunicadores, por ello, debe ser un mandato ético y moral de cada comunicador el ser absolutamente sensible

5.2 La transparencia como condición en la gestión eficiente de la riqueza social



Una sociedad educada en el uso de la libertad, y los valores esenciales para el ejercicio de la ciudadanía plena, está bien dotada para actuar en beneficio del bien común, mediante la administración óptima de bienes públicos y privados de diversa naturaleza. De igual manera, los funcionarios, profesionales y gestores tienen las destrezas, habilidades, competencias y sensibilidad social para la administración de recursos amplios, mediante el uso adecuado de los mecanismos, herramientas, métodos y procesos, que elevan el valor público de su gestión, y por esta razón generan riqueza social, equidad y justicia.

La transparencia entonces, es la sumatoria de condiciones deseables de la función pública, para responder al mandato de la Sociedad y asegurar la dotación de servicios esenciales de alta calidad, posibilitando la rendición de cuentas, las auditorías y la participación ciudadana en el agenciamiento de los recursos públicos.

Como resultado esperado tendremos una mayor disponibilidad de recursos para responder a las crecientes necesidades sociales, una disminución de la pobreza, una mejor distribución de la riqueza

social y una mayor cohesión social y desarrollo institucional.

Es en esta dimensión, que la transparencia se constituye en un vehículo para dignificar a la persona, de ahí que cabe señalar el papel de la comunicación social y su responsabilidad tanto de los medios de comunicación como del profesional en este campo. Todos los valores humanos y los valores que

rigen el actuar comunicativo se deben supeditar al respeto a la dignidad humana que no es otra cosa que el respeto a la vida.

La ética, como arte de vivir, necesariamente debe respetar y defender ese derecho en los demás. En este sentido, el actuar comunicativo se debe a un profundo respeto al receptor o espectador, un respeto para el sujeto que es formado a través de la información. No podemos ver la comunicación como simple tecnología o aparatos electrónicos para transmitir mensajes, sino entenderla como la prolongación de la persona. La ética de la comunicación está regida por los principios que hacen de cualquier persona un buen ser humano, y entre ellos deben destacarse el compromiso con la verdad, la responsabilidad para con la sociedad y la independencia.

Ese compromiso, con la verdad, con los derechos humanos, la libertad de expresión y el fomento de una comunicación dialógica, participativa, interactiva, veraz, respetuosa y objetiva para la formación y la construcción de ciudadanía, se constituyen en valores imprescindibles, que se interrelacionan y que en conjunto dan el perfil ideal del comunicador social.

En nuestra sociedad se debe fortalecer y respaldar la formación científica del comunicador, dado que su responsabilidad como formador de opinión, contribuye a la transparencia y con ello a la transformación del país, crea conciencia ciudadana, es vitrina para la promoción de la ética y participa en la construcción de una mejor vida en democracia, honestidad, libertad de expresión y luchar por ella.

Bajo la bandera de la ética, tanto los medios de comunicación, como los profesionales que trabajan en empresas, organizaciones y de manera independientes, son los protagonistas de la responsabilidad social de la comunicación, y garantes de una discusión pública, política y ciudadana; como un servicio constante a los valores superiores que rigen la conducta humana. Es importante desarrollar guías profesionales, códigos, protocolos para el abordaje de temas sensibles, mejorar el tratamiento y el lenguaje técnico como parte de la formación permanente de los recursos humanos en Ética.

La visión ética de la comunicación social y su incidencia para actuar con transparencia a todos los niveles, es clave para poder construir una visión de mundo, en donde podamos actuar, y hacer que la globalización se oriente moralmente y desde una ética cívica y universal, que dirija la actividad económica y tecnológica hacia el bien común del ser humano y la naturaleza.

Debemos fomentar un nuevo enfoque dentro del Estado, y de la Sociedad Civil en relación con la gestión pública y privada, donde interactúan otros actores sociales, a través de prácticas como la transparencia, la democracia

y la participación, utilizando como medio las tecnologías de información y comunicación que facilitan la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones públicas. Es de esta manera, que se garantiza la construcción de un debate público, ético, plural, ciudadano por el derecho a una comunicación transparente, objetiva, veraz, inclusiva, de alta calidad, diversificada, confiable y responsable en el contexto actual costarricense, que fortalece la soberanía popular y la democracia.

El concepto de transparencia se constituye en un nuevo paradigma en el ámbito de la gestión pública, por ello, representa uno de los mayores



desafíos para las instituciones y la ciudadanía. Esta cualidad y condición sine qua non, permite una mayor interacción entre los gobernantes y la sociedad civil y la institucionalidad, articula a la sociedad, razón por la cual, los comunicadores y las diversas formas de la comunicación de nuestro país, deben integrarse, no deben permanecer al margen ni indiferentes; por el contrario, parte de su accionar propende a promover la consolidación de la vida democrática, la que se constituye en un espacio de articulación plural de lo social y la que permite la generación de espacios que integran redes autoorganizadas, sistemas integrales flexibles, coherentes, dialógicas y armoniosas; se comprometen al escrutinio público, a través

de la disposición del ciudadano a información de carácter público de manera veraz, confiable y oportuna a través de las plataformas tecnológicas con que cuenta, para contribuir a la construcción del imaginario social.

El Estado, como el conjunto de la institucionalidad, los diversos poderes, las universidades, las empresas, los sectores civiles, los colegios profesionales, medios de comunicación, comunicadores y la ciudadanía, deben ser partícipes en la co-creación de estudios e investigaciones, sobre el impacto de la sociedad de la información y la comunicación, en especial en los campos de la educación, la ciencia, la cultura, la convivencia, el mundo del trabajo y de las instituciones sociales, que permita promover la transparencia, el intercambio de conocimiento y las mejores prácticas éticas.



5.3 El fenómeno multidimensional y complejo de la corrupción y las estrategias para buscar las raíces y enfrentar el impacto en el desarrollo de las naciones

La corrupción es un fenómeno socio cultural inherente a la acción humana, por esta razón, es que el abordaje para combatirlo desde la institucionalidad dentro y fuera del Estado, requiere de un análisis permanente amplio, serio, sistemático y multidisciplinario. Las raíces de la corrupción en el caso de América Latina, y en el seno del Estado, deviene en mucho de la mala gestión de los recursos públicos, derivados de una administración de servicios y bienes deficiente, sin reglas claras, y por la inoperancia de los mecanismos de control y rendición de cuentas de los funcionarios públicos y empresas.

Una gestión pública ética, transparente, con reglas claras, oportunas, con herramientas eficientes de control y con mecanismos explícitos, minimiza las conductas permisivas, pero se requiere eliminar de raíz el tráfico de influencias, el nepotismo en la contratación del recurso humano. Estos deben tener además de idoneidad profesional, capacidad para controlar y ejercer disciplina moral y técnica sobre otros funcionarios, es decir, deben demostrar que tienen cualidades éticas, morales y profesionales.

En la medida en que el Estado, las Empresas, los gremios y las corporaciones definan con claridad los intereses y la función que la sociedad les demanda, en la misma proporcionalidad, disminuirán las oportunidades, las omisiones, los vacíos legales, que se generalizan y

se traducen en actos de corrupción. Los recursos públicos y aquellos que son ofrecidos por otros sectores de la sociedad bien canalizados, gestionados con eficiencia bajan las posibilidades de corrupción. La corrupción, no siempre se explicita a través de grandes fraudes, o acciones lesivas a la institucionalidad. También se reviste de acciones e intromisiones menos invasivas y reconocidas, como las regalías, el favorecimiento, la omisión, la dádiva, y hasta la filantropía.

El fortalecimiento institucional y el blindaje legal, así como la formación ético moral para el ejercicio transparente en la gestión de lo público y la participación y la formación de la ciudadanía constituyen pilares para la lucha contra la corrupción en todos los ámbitos de la vida social. En el combate de la corrupción se requiere de muchos frentes de lucha, la ciudadanía, la escuela, la familia, la academia y el Estado como un todo.





Juntos debemos enfrentar como sociedad esa pandemia llamada corrupción, que, por un lado, es llevada a cabo por funcionarios públicos, lo que implica una violación a los derechos humanos, que lesiona los principios básicos de una democracia de igualdad de oportunidades para los ciudadanos, porque solo podría acceder quien puede comprarlos. También choca con el interés público, al originarse en la superposición de interés público y privado de los responsables.

El problema sobre esta situación ha llevado a nuestro país al debilitamiento institucional, que conllevan a la consolidación de la impunidad. Cuando esto sucede, las garantías del derecho desaparecen por completo. Los derechos se relativizan, haciendo tambalear o desnaturalizando por completo el Estado de derecho. El espacio de denuncia de la sociedad civil se reduce a una expresión mínima cuando los contrapesos establecidos en las constituciones para garantizar los derechos de las y los ciudadanos- y que sirven de límite fundamental a un poder o a los poderes del Estado-dejan de ser efectivos jurídicamente y dejan de ser también instrumentos válidos para detener la corrupción, o las violaciones de derechos humanos o desastres ambientales. Las fuerzas del orden pueden avasallar derechos sin motivos con

la complicidad de los demás poderes del Estado y se generan las condiciones para las peores aberraciones. Las sociedades más corruptas son también las sociedades del deterioro de los derechos humanos.

Como mal social, la corrupción es capaz de permear por completo un sistema político, afectándolo desde la cúpula hasta las actividades más cotidianas de la convivencia social. La permanencia de la corrupción en la política permite y atrae a personas impropias e inadecuadas para ejercer cargos públicos y desmotiva y repele a personas honestas que tienen una legítima vocación de servicio público. Por ello, como sociedad, debemos incidir para lograr liderazgos políticos honestos para las siguientes décadas, que cultiven y promuevan la verdadera democracia y no contaminarla.

En adelante, como costarricenses conscientes de la importancia de devolverle la fé a la ciudadanía y asimismo responder con la exigencia para enfrentar esta situación, debemos combatir con fuerza todas las formas de corrupción y contribuir a la transformación del Estado con posiciones, tareas y herramientas más contundentes, que coloquen a la política en su justa dimensión y devolverle a la gestión del Estado el valor público, que merece, es decir una alta estimación y una opinión positiva.



Es esencial ganarle la batalla a la corrupción, porque ha nutrido permanentemente los niveles de insatisfacción de la ciudadanía y decantado los regímenes democráticos. La pervivencia de la corrupción y la impunidad debilita la democracia, desmoviliza a los ciudadanos y genera disfuncionalidades en todo el sistema.

Si generamos nuevas condiciones culturales en la política podríamos reducir de manera drástica la corrupción latente. De manera progresiva

obliga a profundizar y avanzar en un enfoque de la lucha anticorrupción multinivel-multidimensional, basado en los derechos humanos, con el propósito de articular los derechos de las y los ciudadanos con las obligaciones internacionales de los Estados asumidas en los tratados, junto con el esfuerzo mancomunado de la sociedad civil organizada y de la academia, para luchar contra la corrupción. Es esencial brindar estas reflexiones para impulsar el debate y proponer la adopción de medidas más efectivas para enfrentar la corrupción bajo la perspectiva de los derechos humanos.



Coincidimos con la CIDH de que las víctimas de la corrupción deben estar en el centro de la lucha contra este fenómeno y formar parte del análisis, diagnóstico, diseño e implementación de mecanismos, prácticas, políticas y estrategias para prevenir, sancionar y erradicar la corrupción considerando los principios de no discriminación e igualdad, rendición de cuentas, acceso a la justicia, transparencia y participación.

debemos hacer esa transición, dentro de nuestras sociedades. En esta ruta, definitivamente no solo somos partícipes los académicos, comunicadores, políticos, sino que todas y todos tenemos un rol que cumplir. La responsabilidad compartida es el costo que pagamos por la libertad, la justicia, la paz, la transparencia y la democracia.

Debemos de aportar ideas y comprometernos con la sociedad para librar a nuestros países de las nefastas consecuencias de la corrupción, porque es la única manera de preservar el sistema democrático y de garantizar y tutelar los derechos de la población.

Enfrentar y frenar este flagelo que va en aumento, que nos afecta diariamente y que desafortunadamente ha alcanzado e involucrado a nuestra juventud, nos

Queda mucho por hacer, y Costa Rica, cuenta con bases suficientes para la justicia, la transparencia y la lucha contra la corrupción. Será responsabilidad de la ciudadanía y del Estado, generar el ambiente propicio para que renazca una nueva clase política, donde su prioridad sea el servir a la población, y no servirse de esta.

Tres pilares fundamentales para cimentar una sociedad próspera, solidaria, cohesionada, un Estado fuerte, representativo y garante de los intereses de los diversos sectores y que convoque a una ciudadanía participativa y proactiva, son la Ética Pública, la idoneidad y la probidad, estas cualidades garantizan, a su vez la transparencia, la rendición de cuentas y son el filtro para detener los abusos del poder, la corrupción y el favorecimiento económico de una

minoría. De manera tal, que se pueda cumplir con los requisitos de una democracia representativa y de una economía solidaria, eficiente y distributiva de la riqueza social. El modelo de Desarrollo del Estado costarricense, desde la Segunda República, es una fuente para repensar el Estado y el rumbo de la Costa Rica, de los próximos 30 años.

¿Qué falta para encausar la institucionalidad y los cambios en los modelos económicos y las estructuras sociales, incluyendo los partidos políticos, la educación, la ciencia y la cultura?. Ensayar a partir de las cualidades y premisas que hicieron de Costa Rica, un modelo de democracia, participativa e



incluyente, superando las evidentes disrupciones de los modelos impuestos desde afuera, y volcarse a procesos de transformación más endógenos, con fuertes conexiones hacia el exterior, sin renunciar a la independencia política y cultural.

La estabilidad política, y la estructura demográfica, los cambios tecnológicos y el aprendizaje de las formas de vinculación comercial, son esenciales, para emprender los cambios que requiere el país en materias como la gobernabilidad, la estructura del Estado y la función de la educación al servicio del desarrollo y la sostenibilidad.

Esa sostenibilidad, obliga a mirar la vocación de Costa Rica en el encadenamiento de las economías, volviendo eficiente nuestros recursos, superando las etapas de economías no encadenadas, de sectores desarticulados, para centrarnos en una economía pensada para aportar insumos de alto valor, con aporte de mano de obra igualmente calificada, y esto solo es posible, si la educación recupera, primero, su función, misión y visión y segundo si el Estado y los sectores ahí representados, realizan cada uno su función.

Para esto también se debe hacer una fuerte inversión en sectores estratégicos, transporte, infraestructura vial, muelles, ciencia y tecnologías, que efectivamente, garanticen a todas las regiones, los frutos del desarrollo y su contribución al crecimiento de la riqueza nacional. La educación debe hacer una aportación superior, más allá de formar profesionales. Por eso la investigación, y la acción social, no pueden ser simples ensayos con grupúsculos, por el contrario, la contribución a la creación de riqueza, debe reflejarse en investigación activa, favoreciendo, la creación de empresas y productos especializados. Pero este proceso pasa necesariamente por entender que las universidades no son islas de poder, como no lo son tampoco los gremios, los sindicatos y los colegios profesionales.

La ciudadanía es una sola, monolítica dentro de su pluralidad, para reafirmar la sustancia de la Nación, hay que asegurar esa hegemonía bien entendida y consolidada, porque es difícil consensuar y encausar las fuerzas sociales hacia cambios cualitativamente distintos, que garanticen la paz social, si no logramos entender que el país es una sola entidad, donde todos cabemos como parte de un mosaico de intereses, fuerzas y necesidades, pero que, precisamente, las diferencias nos permiten establecer los puntos de vista y las prioridades, y que los rasgos idiosincráticos, y los valores comunes compartidos, nos exhortan a

construir un Estado fuerte en sus cimientos, capaz de resolver las crecientes demandas de necesidades, de manera justa, equitativa y en armonía social, tanto con los grupos sociales que la conforman, y con la misma Naturaleza.

No podemos construir consensos, si los diversos grupos reclaman para sí, una porción de la riqueza, sin que, de ellas deriven beneficios sociales, que pueden distribuirse a la mayoría. Esta es una premisa básica de la justicia social, y es consecuencia de una gestión pública eficiente, equitativa, justa y sostenible consistente con una sociedad basada en el respeto de los derechos humanos una ética humanista, con oportunidades para todos. Para esto, se debe romper los esquemas mentales de los partidos políticos, de las cámaras empresariales, de los gremios. No es posible que se construya aprecio por los sistemas democráticos, si una simple revisión de la moral pública, deja al descubierto el déficit de valores de los diferentes actores sociales y poderes de las República.

La política debe retomar sus buenos propósitos para que se ejerza una auténtica ciudadanía, con la aspiración de cientos de costarricenses, que hoy desdeñan la función pública o peor aún, de todos aquellos ciudadanos que se retrotraen de participar en el espacio público. Esta participación activa ha de ensayarse desde los gobiernos locales, así la democracia, vuelve a sus raíces, donde el ciudadano trabaja para la satisfacción de las necesidades comunitarias, porque, contrario a esto, seguiremos engrosando las filas de ciudadanos desinformados, deformados políticamente, indiferentes, resentidos sociales, y sin cultura para la participación y la vida en democracia. Estos procesos de insatisfacción terminan por decantar el régimen político, las estructuras del Estado, la institucionalidad y la paz social. La pérdida de la vigencia de los valores y las prácticas democráticas, deslegitima las instituciones, el Estado, el orden y la confianza en todo aquello, que no les es útil,preciado y comprensible. Aún tenemos tiempo para reconstruir y fortalecer aquellas prácticas ciudadanas, que soportan la institucionalidad y la praxis democrática, y que se fundamentan en la moral y la ética pública.



Conclusión

La conmemoración del Bicentenario de la República de Costa Rica marca un hito histórico en la forja de la identidad y la reconfiguración de las fuerzas sociales que la han modelado. Costa Rica vive una coyuntura compleja y es a la vez una oportunidad, para edificar una nueva democracia, participativa y ética, donde se manifieste un dinámico control ciudadano, que nos conduzca por la ruta de un Estado fuerte para el progreso, la paz y la justicia en el siglo XXI.

Creemos y así lo hemos expresado, que las reformas son institucionales, económicas, políticas o sociales, pero sobre todo son solidarias; y requieren una aptitud para concebir y abarcar los problemas globales y fundamentales, que incidan en una reforma del pensamiento, que nos lleve a olvidarnos de nuestro ego disciplinar que no nos deja ver la realidad compleja que afrontamos, pues debemos pasar de las recetas que todo lo solucionan desde una disciplina; receta, donde mi disciplina es la más favorecida, y los o las otras, son las que deben implementar las sabias soluciones propuestas; debemos buscar el encuentro con el otro, a reconocernos en el otro u otra, a dialogar, a buscar puntos de convergencia, que nos permita avanzar en la convivencia fundamentada, en el amor por nuestro semejante, porque solo de esta manera podremos avanzar en una sana convivencia en donde lo que planifiquemos sea producto del aporte de cada persona.

Es prioritario en el siglo XXI realizar todos los esfuerzos individuales y colectivos, para que Costa Rica avance en la reconceptualización del Estado y la Sociedad Civil, que comporte una nueva forma de convivir en lo ético, político, administrativo, jurídico, cultural y social, y cuyos resultados y perspectiva proporcionen una visión más lúcida y

transparente sobre el tipo de sociedad que se quiere desarrollar para los próximos decenios.

El país como sociedad política y unidad cultural vive una coyuntura compleja, producto de factores externos y cambios en las fuerzas sociales, y que como resultado se acrecientan las desigualdades sociales, la inadecuada distribución de la riqueza, sumado a otros fenómenos igualmente complejos: las pandemias, las migraciones crecientes, la xenofobia, el cambio en el patrón demográfico, la crisis ambiental, la inseguridad ciudadana. Se suman los problemas de informalidad en la economía, y pobreza que se asocian a situaciones de delincuencia y de actividades ilícitas, que desestabilizan el desarrollo armónico y la idea de sociedad igualitaria y equitativa.

Es necesaria una visión humanista en toda estrategia de competitividad y productividad, de mayor apertura y libertad de comercio, para la preservación del equilibrio social y una búsqueda de consenso en la resolución de los problemas nacionales, a través de una dimensión de la economía social solidaria, abierta al emprendedurismo, a los encadenamientos, a las economías de escala con rostro humano.

Debemos tomar en cuenta que la percepción de sociedad está cambiando, y que se requiere visualizar aquellos valores que siguen siendo fundamento de la nacionalidad y del Estado de Derecho, para evitar la exclusión, y buscar mejores oportunidades de vida, trabajo, de educación y participación, aprovechar este momento histórico y disruptivo que ha generado la pandemia para dar un viraje en la cultura, la política, la comunicación, sociedad civil y el Estado.

Este es un buen momento para reorientar el modelo, hacerlo más inclusivo, más participativo, las TICS nos ofrecen herramientas tecnológicas que van a revolucionar la enseñanza y el aprendizaje. Esta debe constituirse en una gran oportunidad, para que los diversos grupos organizados e instituciones, ciudadanos y gremios puedan aportar ideas, propuestas y proyectos para las décadas siguientes con visión de futuro.

Ya no basta con denunciar, ahora es preciso enunciar, no es suficiente reconocer la crisis, la urgencia, también hay que saber por dónde empezar, el reto es ahora o nunca. Aún tenemos tiempo para reconstruir y fortalecer aquellas prácticas ciudadanas, que soportan la institucionalidad y la praxis democrática, y que se fundamentan en la moral y la ética pública.

Estamos viviendo una compleja transición política, social, económica, cultural, educativa, ambiental y de la comunicación social, que nos obliga a unirnos en la convicción de actuar hacia un mejor destino para Costa Rica en el entorno comunal, regional, mundial y global.

Concluimos este escrito compartiendo un producto de comunicación que se ha logrado elaborar gracias a esa voluntad, motivación y actitud abierta de muchas personas para co-crear y comprender que la corresponsabilidad es la llave para la construcción de proyectos de beneficio mutuo. De esta manera, los miembros del Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas, recogieron gran cantidad de reflexiones, argumentos, pensamientos, observaciones, recomendaciones, que les llevó a proponer la creación de un DECÁLOGO DEL COMUNICADOR Y LA COMUNICADORA SOCIAL, el cual ha sido elaborado como parte de la Catedra de Ética y Responsabilidad Social de Comunicación “Alberto Cañas” del Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas, en

conjunto con el Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional de la Universidad Nacional, cuyo propósito es divulgarlo ampliamente en medios de comunicación, entre estudiantes y profesionales en comunicación, así como en la sociedad en general.

La sistematización, producción y elaboración de este Decálogo estuvo a cargo de los autores: Efraín Cavallini Acuña, Beatriz Pérez Sánchez, Gerardo Chavarría Vega, Sylvia Arredondo Guevara, Bresia Benel Yanez, Luis Fernando Villalobos Leiva y Daniel Alejandro Cavallini Espinoza, comunicadores y académicos.

Este Decálogo fue presentado formalmente al país, el miércoles 4 de noviembre en un evento organizado por el Tribunal de Honor y Ética-COLPER en el marco de la Semana de la Prensa y Profesionales en Comunicación 2020.

Como podrán constatar con el DECÁLOGO PARA COMUNICADORES, se busca promover y concientizar, sobre los principios éticos para el ejercicio de la comunicación social, por ello, motiva a ser partícipes de los compromisos fundamentales de: Respeto, Verdad, Honestidad, Imparcialidad, Independencia, Democracia, Paz, Justicia, Tolerancia, Calidad de Vida, Integridad, Equidad, Buena Fe, Neutralidad, Excelencia, Libertad de Pensamiento y de Expresión, Respeto al Derecho Ajeno y Propio, al Ambiente y al Pluralismo.

El Decálogo está disponible en siguiente enlace:

Enlaces:

- http://tribunal.colper.or.cr/app/cms/www/index.php?id_menu=9&pk_descarga=7
- <https://www.ideario.una.ac.cr/documentos-transformacion-del-estado/>

Decálogo

1. Persevera en un fuerte compromiso con los derechos humanos, la libertad de expresión y el fomento de una comunicación dialógica, participativa, interactiva, veraz, respetuosa y objetiva para la formación y la construcción de ciudadanía.
2. Contribuye a la transformación del país, crea conciencia ciudadana, sea vitrina para la promoción de la ética y participa en la construcción de una mejor vida en democracia, libertad de expresión y luchar por ella.
3. Promueve la construcción de un debate público, ético y ciudadano por el derecho a una comunicación transparente, objetiva, veraz, inclusiva, de alta calidad, diversificada, confiable y responsable en el contexto actual costarricense.
4. Bajo la bandera de la ética sea protagonista de la responsabilidad social de la comunicación, y garante de una discusión pública, política y ciudadana; como un servicio constante a los valores superiores que rigen la conducta humana.
5. Actúa con integridad y honestidad en el desarrollo de actividades profesionales y en relaciones con los diversos públicos. No llevará a cabo ninguna actividad que pueda ser calificada como deshonesto o ilícita.
6. Respeta a los demás, no influyas ni intentes intervenir en la toma de decisiones de manera deshonesto ni obtener información a través de un comportamiento inapropiado.
7. Acata la ley o las reglas de comportamiento establecidas en el Código de Ética del Colegio de Periodistas, para garantizar la ejecución íntegra de sus funciones públicas.
8. Informa a las personas u organizaciones de la existencia de principios éticos de actuación y de las obligaciones que instan a no representar intereses contradictorios o adversos, sin el consentimiento informado de los ciudadanos u organizaciones afectadas.
9. Participa en la co-creación de estudios e investigaciones sobre el impacto de la sociedad de la información y la comunicación, en especial en los campos de la educación, la ciencia, la cultura, la convivencia, el mundo del trabajo y de las instituciones sociales, que permita promover el intercambio de conocimiento y las mejores prácticas.
10. Sea parte en la construcción de una visión de mundo, en donde la globalización se oriente moralmente y desde una ética cívica y universal, que dirija la actividad económica y tecnológica hacia el bien común del ser humano y la naturaleza.

Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional

COLEGIO DE PERIODISTAS DE COSTA RICA Profesionales en Comunicación

Tribunal de Honor y Ética

Catedra de Ética y Responsabilidad Social de la Comunicación "Alberto Cañas"

Vicerrectoría de Investigación de la Universidad Nacional
Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional

"La función del comunicador se entiende en la medida que sirva para construir y no para destruir"

Código Ético COLPER

UNA AL SERVICIO DE COSTA RICA

VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN UNIVERSIDAD NACIONAL

Ideario Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional

COLEGIO DE PERIODISTAS DE COSTA RICA Profesionales en Comunicación

Tribunal de Honor y Ética

DECÁLOGO ÉTICA

UNA AL SERVICIO DE COSTA RICA

VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN UNIVERSIDAD NACIONAL

Este DECÁLOGO se elaboró en el marco del IDEARIO: "Costa Rica Bicentenario Diálogo Nacional", donde participa la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad Nacional y el Tribunal de Honor y Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica, por medio de la Cátedra de Ética y Responsabilidad Social de la Comunicación Alberto Cañas,

Los diez preceptos aquí compartidos han surgido como parte de la construcción del Ideario en el tema de Ética, Transparencia y la Lucha contra la Corrupción en Costa Rica, ante la necesidad ética de llevar a la práctica los valores esenciales de verdad, honestidad, imparcialidad, independencia, respeto a los derechos ajenos y propios, así como el compromiso con: la democracia, la paz, la justicia, el pluralismo, la tolerancia, el respeto al ambiente, la calidad de vida, defender la verdad, actuar con integridad, equidad, buena fe y neutralidad. En fin, la búsqueda de la excelencia, luchar por la libertad de pensamiento y de expresión, asegurando la independencia como comunicadores y responder a las nuevas formas de percepción de los colectivos, en el ámbito de la ética, los valores socio culturales, y la responsabilidad de la ciudadanía.



1- Persevera en un fuerte compromiso con los derechos humanos, la libertad de expresión y el fomento de una comunicación dialógica, participativa, interactiva, veraz, respetuosa y objetiva para la formación y la construcción de ciudadanía.



2- Contribuye a la transformación del país, crea conciencia ciudadana, sea vitrina para la promoción de la ética y participa en la construcción de una mejor vida en democracia, libertad de expresión y luchar por ella.



3- Promueve la construcción de un debate público, ético y ciudadano por el derecho a una comunicación transparente, objetiva, veraz, inclusiva, de alta calidad, diversificada, confiable y responsable en el contexto actual costarricense.





4- Bajo la bandera de la ética sea protagonista de la responsabilidad social de la comunicación, y garante de una discusión pública, política y ciudadana; como un servicio constante a los valores superiores que rigen la conducta humana.




5- Actúa con integridad y honestidad en el desarrollo de actividades profesionales y en relaciones con los diversos públicos. No llevará a cabo ninguna actividad que pueda ser calificada como deshonesto o ilícita.




6- Respeta a los demás, no influya ni intente intervenir en la toma de decisiones de manera deshonesto ni obtener información a través de un comportamiento inapropiado.





7- Acata la ley o las reglas de comportamiento establecidas en el Código de Ética del Colegio de Periodistas, para garantizar la ejecución íntegra de sus funciones públicas.



8- Informa a las personas u organizaciones de la existencia de principios éticos de actuación y de las obligaciones que instan a no representar intereses contradictorios o adversos, sin el consentimiento informado de los ciudadanos u organizaciones afectadas.



9- Participa en la co-creación de estudios e investigaciones sobre el impacto de la sociedad de la información y la comunicación, en especial en los campos de la educación, la ciencia, la cultura, la convivencia, el mundo del trabajo y de las instituciones sociales, que permita promover el intercambio de conocimiento y las mejores prácticas.





10- Sea parte en la construcción de una visión de mundo, en donde la globalización se oriente moralmente y desde una ética cívica y universal, que dirija la actividad económica y tecnológica hacia el bien común del ser humano y la naturaleza.





Hoy más que nunca vivimos en un mundo hiperconectado, donde la comunicación está vigente, es dinámica, es global, es la plataforma donde la vida social transcurre por las redes sociales y los medios de comunicación. Somos testigos de que el mundo digital conforma, tanto, la psiquis como el quehacer cultural económico y social, por ello, como profesionales en comunicación, estamos obligados a poner nuestro mayor empeño, para diferenciar el mundo de la comunicación banal, de aquella que tiene una función transformadora, formativa y de respeto a las mayorías para fortalecer la soberanía popular, la democracia y los derechos humanos.

R eferentes

- Blackburn, P. (2005). La ética. Fundamentos y problemáticas contemporáneas. México: Fondo de Cultura Económica.
- Colegio de Periodistas. (2011). Código de ética de las y los profesionales en comunicación.
- Garrido, V. (2011). Habermas y la teoría de la acción comunicativa. Revista Acción y palabra.
- Lecaros, J. (2013). La ética medio ambiental: principios y valores para una ciudadanía responsable en la sociedad global. Acta bioética. Vol. 19 (2), p. 177-188.
- Código de Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica 2012.
- Rodríguez Molina María Elena. Historia del Colegio de Periodistas de Costa Rica-1990-2003. Año 2004.
- Vega Patricia. Colegio de Periodistas de Costa Rica: SU HISTORIA. Etapa 1969-1989.

Colaboración:

Gabriela Corrales Alfaro

Itza Méndez Araya

Contacto:

tribunalhonoretica@colper.or.cr

Publicado

-30 mayo de 2021

Libro publicado y presentado oficialmente
el 30 de mayo de 2021, con ocasión de la celebración
del Día Nacional del Periodista Costarricense.

Autores



M.Sc Efraín Cavallini Acuña



Dra. Beatriz Pérez Sánchez



M.Sc Sylvia Arredondo Guevara



M.Sc Daniel Cavallini Espinoza



M.Sc Antonio Pérez Gómez

Responsabilidad Profesional:

Ética y Valores Visión desde la Comunicación Social



Imágenes: Google - <https://unsplash.com/@nordwood> y COLPER

ISBN: 978-9968-752-44-2



9 789968 752442



RESPONSABILIDAD PERIODÍSTICA

ÉTICA Y VALORES
VISIÓN DESDE LA COMUNICACIÓN SOCIAL