



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**“EL CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN LOS
COMUNICADORES RADIALES EN TEMAS POLÍTICO, PROVINCIA
SANTA ELENA 2010- 2011.”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO
DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTORA:

JENNYFFER GABRIELA CARVAJAL PERERO

TUTORA:

LIC. MARÍA DEL PILAR DE LA CRUZ TIGRERO

LA LIBERTAD, JUNIO DE 2011.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**“EL CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN LOS
COMUNICADORES RADIALES EN TEMAS POLÍTICO, PROVINCIA
SANTA ELENA 2010- 2011.”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO
DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTORA:

JENNYFFER GABRIELA CARVAJAL PERERO

TUTORA:

LIC. MARÍA DEL PILAR DE LA CRUZ TIGRERO

LA LIBERTAD, JUNIO DE 2011.

DEDICATORIA

Dedico este Trabajo de Titulación a mi familia que siempre me ha inculcado principios y valores para ponerlos en práctica en el diario vivir.

Especialmente a mi madre Paquita Pilar Perero Yagual que pese a las adversidades de la vida confió en mí y me ayudó a seguir mi preparación profesional.

A mis hermanas Estefanía y Bethsy que siempre ven en mí un ejemplo a seguir.

A mi esposo quien me ayudó en estos años.

Y a esas largas horas de trabajo y estudio para conseguir mi profesionalización.

Jennyffer Gabriela Carvajal Perero

AGRADECIMIENTO

Mi infinito agradecimiento a Dios por darme la vida y ser mi guía en todo momento.

A mi familia por ayudarme moralmente, cuando más lo necesité se convirtieron en motivadores para darme ánimos.

Mi imperecedero agradecimiento al Alma Mater peninsular que me acogió como parte de la familia U.P.S.E.

Mis más sinceros agradecimientos a mis docentes, Director de Carrera y Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y en especial a mi tutora del Trabajo de Titulación con quien en este lapso afianzamos la amistad y juntas llegamos a este día.

Jennyffer Gabriela Carvajal Perero

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

LIC. MARIA DEL PILAR DE LA CRUZ TIGRERO

CERTIFICA QUE:

Haber cumplido con todas las asesorías de acuerdo al cronograma previsto para el efecto el trabajo de investigación titulado “El Código de Ética Periodística y su Incidencia en los Comunicadores Radiales en Temas Políticos, Provincia Santa Elena 2010- 2011, realizado por la egresada JENNYFFER GABRIELA CARVAJAL PERERO desde el 01 de enero al 20 de mayo del 2011.

Una vez que este trabajo reúne todos los requisitos de calidad, autorizo con mi firma para que pueda ser presentado, defendido y sustentado, observando las normas legales que para el efecto existen.

La Libertad, junio de 2011.

Lic. María Del Pilar De La Cruz Tiglero

Tutora.

La Libertad, Junio del 2011

CERTIFICACIÓN

Después de revisar el contenido de la tesis de Sra. Jennyffer Gabriela Carvajal Perero, cuyo tema es **“EL CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN LOS COMUNICADORES RADIALES EN TEMAS POLÍTICO, PROVINCIA SANTA ELENA 2010- 2011”**, quien consta como egresada de la Escuela de Comunicación Social, Facultad De Ciencias Sociales y de la Salud de la Universidad Estatal Península de Santa Elena previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social, me permito declarar que este trabajo no presenta errores en cuanto a la parte gramatical, por cuanto puede ser expuesto ante el jurado respectivo para la defensa del tema en mención. Es todo cuanto puedo manifestar en honor a la verdad.

Atentamente

Lic. Freddy Tigreiro Soriano

TRIBUNAL DE GRADO

Abg. Carlos San Andrés Restrepo

Decano de la Facultad de
Ciencias Sociales y de la Salud

Lic. Milton González S.

Director de Escuela

Lic. María De La Cruz Tigrero

Profesora Tutora

Lic. Verónica Zambrano

Profesor de Área

Abg. .Milton Zambrano Coronado Msc.

Secretario General Procurador

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	iv
CERTIFICACIÓN GRAMATICAL	v
TRIBUNAL DE GRADO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
LISTA DE ANEXOS	ix
ÍNDICE DE CUADROS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
RESUMEN	xiii
INTRODUCCIÓN	1
TEMA	3
ANTECEDENTES	4
EL PROBLEMA	6
JUSTIFICACIÓN	8
OBJETIVOS	10
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	12
HIPOTESIS, VARIABLES	14
CAPÍTULO I	
MARCO TEÓRICO	
Marco Referencial o Contextual	15
Marco Científico	20
Marco Conceptual	45
Marco Legal	52
CAPÍTULO II	
ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	65

Población y Muestra	67
Instrumento de la investigación	72
Procedimientos de la Investigación	75
CAPÍTULO III	
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	76
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	106
CAPÍTULO IV	
LA PROPUESTA	
TÍTULO	109
JUSTIFICACIÓN	110
DIAGNÓSTICO	111
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA	112
OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	117
FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA	118
DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	119
BIBLIOGRAFÍA	126
ANEXOS	128

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1: Encuesta 1 para Comunicadores Radiales

ANEXO 2: Encuesta 2 Para Sujetos Políticos

ANEXO 3: Fichas de Observación Científica

ÍNDICE DE CUADROS Y GRAFICOS

INDICE DE CUADROS

1.1 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	12
1.2 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	13
2 FRACCION MUESTRAL	71
3 INDICADORES	74
4 FICHA DE OBSERVACION 01	76
5 FICHA DE OBSERVACION 02	77
6 FICHA DE OBSERVACION 03	77
7 FICHA DE OBSERVACION 04	78
8 PREGUNTA 1/ ENCUESTA 1	80
9 PREGUNTA 2/ ENCUESTA 1	81
10 PREGUNTA 3/ ENCUESTA 1	82
11 PREGUNTA 4/ ENCUESTA 1	83
12 PREGUNTA 4/ ENCUESTA 1	84
13 PREGUNTA 6/ ENCUESTA 1	85
14 PREGUNTA 7/ ENCUESTA 1	86
15 PREGUNTA 8/ ENCUESTA 1	87
16.1 PREGUNTA 10/ ENCUESTA 1	88
16.2 PREGUNTA 10/ ENCUESTA 1	89
17 PREGUNTA 11/ ENCUESTA 1	90
18 PREGUNTA 12/ ENCUESTA 1	91
19 PREGUNTA 13/ ENCUESTA 1	92
20 PREGUNTA 14/ ENCUESTA 1	93
21 PREGUNTA 1/ ENCUESTA 2	94
22 PREGUNTA 2/ ENCUESTA 2	95
23 PREGUNTA 3/ ENCUESTA 2	96
24 PREGUNTA 4/ ENCUESTA 2	97
25 PREGUNTA 5/ ENCUESTA 2	98
26 PREGUNTA 6/ ENCUESTA 2	99

27	PREGUNTA 7/ ENCUESTA 2	100
28.1	PREGUNTA 8/ ENCUESTA 2	101
28.2	PREGUNTA 8/ ENCUESTA 2	102
29	PREGUNTA 9/ ENCUESTA 2	103
30	PREGUNTA 10/ ENCUESTA 2	104
31	PREGUNTA 11/ ENCUESTA 2	105

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1.	MAPA PROVINCIA DE SANTA ELENA	15
2.	PREGUNTA 1 /ENCUESTA 1	80
3.	PREGUNTA 2 /ENCUESTA 1	81
4.	PREGUNTA 3/ENCUESTA 1	82
5.	PREGUNTA 4 /ENCUESTA 1	83
6.	PREGUNTA 5/ENCUESTA 1	84
7.	PREGUNTA 6 /ENCUESTA 1	85
8.	PREGUNTA 7 /ENCUESTA 1	86
9.	PREGUNTA 8 /ENCUESTA 1	87
10.1	PREGUNTA 10/ENCUESTA 1	88
10.2	PREGUNTA 10 /ENCUESTA 1	89
11.	PREGUNTA 11 /ENCUESTA 1	90
12.	PREGUNTA 12 /ENCUESTA 1	91
13.	PREGUNTA 13/ENCUESTA 1	92
14.	PREGUNTA 14/ENCUESTA 1	93
15.	PREGUNTA 1 /ENCUESTA 2	94
16.	PREGUNTA 2/ENCUESTA 2	95
17.	PREGUNTA 3 /ENCUESTA 2	96
18.	PREGUNTA 4 /ENCUESTA 2	97
19.	PREGUNTA 5 /ENCUESTA 2	98
20.	PREGUNTA 6 /ENCUESTA 2	99
21.	PREGUNTA 7 /ENCUESTA 2	100
22. 1	PREGUNTA 8 /ENCUESTA 2	101
22. 1	PREGUNTA 8 /ENCUESTA 2	102

23. PREGUNTA 9 /ENCUESTA 2	103
24. PREGUNTA 10/ENCUESTA 2	104
25. PREGUNTA 11/ENCUESTA 2	105
26. ORGANIGRAMA	124
27. PROCESO DE LA NOTICIA EN RADIO	125
28. PERSONAJES DEL PROCESO DE LA NOTICIA EN RADIO	125

RESUMEN

El presente estudio tiene por objeto mejorar el ejercicio profesional y periodístico del comunicador radial de la provincia de Santa Elena y en especial en temas políticos ya que he observado que es el ámbito más complejo para tratar en los medios.

Desarrollar este trabajo ha permitido definir la posición del comunicador radial frente a temas políticos y conocer si es determinante el Código de Ética periodística al momento de su actividad laboral.

Para llegar a estos objetivos realicé una investigación cualitativa y cuantitativa de los dos campos estudio en sus niveles descriptivo y de campo ampliadas en sus cuatro elementos: Marco Teórico, Metodología, Análisis e Interpretación de Resultados y Propuesta.

El Marco Teórico comprende la fundamentación científica, sustentación teórica, motivación jurídica y conceptualización de las variables. Los antecedentes científicos sirvieron de referencia para establecer la hipótesis y ampliar las variables a fin de viabilizar la investigación del Código de Ética periodística y su incidencia en los comunicadores radiales en temas políticos, provincia Santa Elena 2010- 2011.

En la Metodología apliqué el Método Inductivo y el Método Histórico Lógico; en la población establecí la problemática en los dos campos de estudio a través de las técnicas de recolección de datos como la encuesta, que se aplicó a los comunicadores radiales y a los sujetos políticos participantes en las últimas elecciones generales con datos oficiales del Consejo Nacional Electoral Delegación Provincial de Santa Elena datos que permitieron realizar el respectivo análisis y relación de las variables.

El análisis, mediante cuadros demostrativos de resultados así como las correspondientes interpretaciones, conclusiones y recomendaciones que al final llegaron a comprobar la hipótesis establecida.

Todo problema requiere de una solución por lo que propongo un Manual Deontológico de Procedimientos para los Comunicadores Radiales de la Provincia de Santa Elena, además del desarrollo de actividades de capacitación y orientación profesional que permitirán tener una mejor visión en el campo comunicacional en temas políticos.

De esta manera se beneficiarán los nuevos comunicadores del Alma Mater peninsular quienes saldrán al campo de la comunicación conociendo esta problemática y evitando errores éticos tomando medidas preventivas.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación refiere el problema que afronta el periodismo radial en la provincia de Santa Elena y su compromiso moral y profesional con la sociedad a través del tema “El Código de Ética periodística y su incidencia en los comunicadores radiales en temas políticos, provincia Santa Elena 2010-2011”.

Este estudio demuestra las causas de la carencia de profesionalismo en los espacios informativos y de opinión en radio, reflejando un secreto a voces de la falta de ética y desorganización en el proceso del quehacer periodístico, donde el desconocimiento del Código de Ética es determinante y marca la diferencia entre el locutor y el comunicador radial, pues en ocasiones el primero no alcanza el nivel cultural que exige los actuales tiempos, en cambio el comunicador radial utiliza procesos para llegar con un mensaje, pero en cualquiera de los casos pueden presentarse conflictos éticos que se reflejan en los contenidos que recibe la audiencia.

La comunicación al servicio inmediato de la sociedad es lo que debe brindar un comunicador radial, más aún cuando se manejan temas complejos como políticos será siempre necesario de una meditación adecuada para la toma de decisiones, recordando la razón de ser del comunicador, sin embargo esto no sucede en nuestra provincia, por esta razón es preciso mostrar la realidad, dirigida hacia la búsqueda de mecanismos o instrumentos de solución de la problemática.

Para el desarrollo de este estudio fue necesario aplicar el método inductivo que junto al método histórico lógico me permitió realizar una

observación de un hecho concreto de las elecciones generales 2009 y analizarlo de lo particular a lo general de acuerdo a los capítulos desarrollados.

Primer Capítulo considera la fundamentación teórica científica, legal, referencial o contextual y la conceptualización de las variables independientes “El código de ética periodística” y la dependiente “Los comunicadores radiales”.

Segundo capítulo contiene la metodología o estrategias metodológicas, el diseño, los instrumentos y procedimientos de la investigación.

Tercer Capítulo corresponde al análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la observación, las encuestas realizadas a comunicadores radiales y sujetos políticos de la provincia de Santa Elena mediante cuadros y gráficos de acuerdo a la muestra probabilística estratificada.

El Cuarto Capítulo corresponde a la propuesta de un Manual Deontológico de Procedimientos para los Comunicadores Radiales de la Provincia de Santa Elena que permitirá garantizar el ejercicio informativo del periodista radial mediante la defensa de sus criterios con conciencia moral y acciones éticas.

TEMA

**EL CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN LOS
COMUNICADORES RADIALES EN TEMAS POLÍTICOS,
PROVINCIA SANTA ELENA 2010- 2011.**

ANTECEDENTES

La Universidad Estatal Península de Santa Elena brindará a la comunidad su primera promoción de Comunicadores Sociales abriendo camino a las generaciones venideras a un campo laboral, que es reducido pero que no ha sido bien explotado y muchos compañeros ya se encuentran ejerciendo la profesión en un ambiente lleno de dilemas éticos por diversas causas que conocerán tras la experiencia.

La verdad es uno de los asuntos más complejos a los que se enfrenta un periodista en su vida profesional y aunque muchas veces trata de ocultarse entre las múltiples problemáticas de la sociedad siempre será bueno reconocer y aceptar tal y cual son las cosas, pues la verdad contribuye a la objetividad de un periodista profesional.

En un breve recorrido por los hechos políticos que generaron noticias e información los últimos años, me encuentro con la cruda realidad del trabajo periodístico en la provincia de Santa Elena: locutores de radio alineados a una tendencia política haciendo las veces de comunicadores radiales siendo jueces y parte en una discusión; noticias sensacionalistas y polémicas en base a problemas familiares divulgados con tanta facilidad sin pensar en las complicaciones que se puedan presentar; informaciones difundidas sin ser contrastadas todo por favorecer o empañar la imagen de alguien, trabajadores de la comunicación radial con pésimas condiciones laborales y una audiencia acostumbrada a este ambiente viciado con sus excepciones.

Contexto por el que puedo traer la Encuesta FOPEA (Foro de Periodismo Argentino) Sobre los periodistas y su profesión¹ donde los resultados

¹ Encuesta FOPEA (Foro de Periodismo Argentino)
Sobre los periodistas y su profesión
Encuesta de opinión - Periodistas de todo el país- 282 casos - Noviembre de 2005

muestran una realidad similar a la nuestra sin la especificación del tipo de medio pero que llama a la reflexión en un tema de ética tan pronunciado y a la vez tan olvidado.

Para refrescar la memoria de quienes hemos vivido experiencias similares y buscar un instrumento que garantice el ejercicio de la profesión de manera equilibrada, realicé esta investigación para actualizar la problemática y su consecuente búsqueda de solución.

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La prensa radial de la provincia de Santa Elena y sus comunicadores han sido parte de procesos en los que se tratan temas, incluidos los ítems políticos y han sido parte de polémicas y cuestionamientos por los vínculos cercanos con personajes de partidos o movimientos, o alineados a los administradores de turno.

En la actualidad hemos observado cambios en la comunicación y en periodistas radiales que toman postura dentro de temáticas netamente políticas por lo que es necesario realizar un análisis de lo que ocurre.

Son varios los factores que contribuyen a que se dé el problema como la carencia de profesionalismo en los comunicadores radiales al tratar temas políticos que se encuentra latente y en silencio en las estaciones de radio de la provincia, por lo que se torna más evidente en época de comicios electorales, donde en cada proceso empieza la peregrinación de sujetos políticos por los medios de comunicación para utilizarlos como plataforma política en unos procesos con menor y en otros con mayor intensidad, así mismo la compra y venta de conciencias, por eso es preciso citar los resultados obtenidos en las encuestas de esta investigación que dan la plena vigencia al tema así como los datos recabados en las fichas de observación que cita etapas de un determinado proceso donde se puede analizar el accionar del periodista radial en la Provincia.

Como principal causa se establece el desconocimiento del Código de Ética periodística, esto se debe a la falta de divulgación por parte de los

entes y organismos correspondientes para normar el accionar profesional y ético de los comunicadores radiales.

Otra de las causas son comunicadores radiales empíricos, donde gran parte de los trabajadores de la comunicación radial no son profesionales del área o no llegan al grado de cultura requerido tergiversándose la verdadera función de estos profesionales demostrando claramente sesgos políticos.

La profesión con baja remuneración es una causa más para referir que aunque las leyes laborales son para todos este trabajo ha sido venido a menos pese a su complejidad y responsabilidad que demanda.

Si el problema se mantiene es posible que la imagen del comunicador radial y la profesión misma se desgaste y la sociedad cree un estigma que dificultaría el ejercicio de los nuevos profesionales en Comunicación Social.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

DELIMITACIÓN ESPACIAL

Este estudio se realizó con los comunicadores radiales de la provincia de Santa Elena que informaron en los últimos comicios electorales (26 de abril de 2009), antes del tiempo de campaña política, durante las elecciones y después en el ejercicio de la administración de los nuevos dignatarios, así como los sujetos políticos participantes.

DELIMITACIÓN TEMPORAL

Este problema se estudió en el periodo comprendido entre noviembre del 2010 a mayo del 2011.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O FORMULACIÓN

¿Es determinante el código de ética periodística en la carencia de profesionalismo en los comunicadores radiales al tratar temas políticos en la provincia Santa Elena 2010-2011?

JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Mediante esta investigación podremos observar detenidamente la actividad que realiza el comunicador radial y cómo se desenvuelve en el campo laboral; así podremos determinar las causales de la carencia de ética en los comunicadores radiales de la provincia de Santa Elena al momento de tratar temas políticos.

Es importante realizar este estudio para identificar la forma en que, presentan a su audiencia los contenidos que transmiten y se pueda reconocer los intereses que motivan para faltar a la ética profesional y en qué momento ven a la profesión simplemente como una empresa con fines de lucro; de esta manera podemos revelar la falta de una serie de valores morales y éticos, que si bien están planteados en un Código de Ética periodística no se aplica o se desconoce.

La sociedad resultaría beneficiada ya que se estaría cumpliendo con las funciones de un comunicador: orientar, educar, entretener e informar con vocación de servir a un pueblo sin esperar nada a cambio.

Resulta necesario en nuestra localidad establecer las causales que conllevan a faltar a la ética, ya que actualmente los medios de

comunicación radial se encuentran en un lapso de desestabilización informativa y en su mayoría son mal vistos o han sido involucrados en temas políticos, lo que hace que bajen o pierdan su credibilidad; esto perjudicaría fuertemente a los comunicadores sociales que entregará la Universidad Estatal Península de Santa Elena a la sociedad ya que nos veríamos envueltos en un ambiente viciado.

Los estudiantes y egresados de la carrera de Comunicación Social tendremos la oportunidad de cambiar esa lamentable realidad y marcar la diferencia para escribir una nueva historia de comunicación radial en la provincia de Santa Elena, partiendo del conocimiento que presente el tema.

Este estudio ayudaría también a que la ciudadanía que se informa a través de la radio identifique cuál es la condición actual de los comunicadores radiales y porqué se dan los conflictos de antivalores.

En la provincia de Santa Elena “hablar del tema: Política, Medios Radiales y Ética” es un tabú; que en nuestra sociedad se lo lleva con tal cautela como si fuera a pasarnos algo por decir aquello que es secreto a voces, es por eso que debe realizarse el estudio, el cual sería el primero en tratar estos temas que se encuentran latentes en la Provincia pero que nadie se atreve a discutirlo. Para ello realicé un profundo análisis utilizando los instrumentos de investigación tales como: observación, entrevistas, encuestas apropiadas para realizar mediciones con resultados reales de los acontecimientos suscitados en la historia y relacionados al tema, así como en los actuales momentos.

La factibilidad de este estudio es total por encontrarnos en un contexto que reúne las condiciones para su realización ya que hace poco vivimos un proceso político donde pudimos evidenciar que existe el problema que planteo, a esto le sumamos la participación de los medios radiales y la reciente formación de gremios periodísticos, lo que puede llevar a

establecer el porqué de la falta de ética al tratar temas políticos en nuestra provincia por parte de los comunicadores radiales.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Estudiar el Código de Ética periodística mediante el análisis a fin de mejorar el profesionalismo de los comunicadores radiales en temas políticos en la provincia de Santa Elena.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Observar el ejercicio profesional de los comunicadores radiales de la provincia de Santa Elena acerca de los temas políticos en sus programas.
- Definir si es determinante el desconocimiento del Código de Ética periodística para que los comunicadores radiales de la provincia de Santa Elena actúen a favor o en contra de alguien en sus programas.
- Identificar las causas para que los comunicadores radiales de la provincia de Santa Elena conduzcan a su interés la información política en sus programas.
- Informar los resultados del estudio.
- Proponer un Manual Deontológico de Procedimientos para los comunicadores radiales de la provincia de Santa Elena así como un plan de acción de capacitación en temas de ética periodística a

fin de que tengan una normativa, base de ética y la apliquen al ejercer su profesión.

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Cuadro # 1.1

HIPOTESIS	VARIABLE	DEFINICION	DIMENSION	INDICADORES	ÍTEMS PARA INDICADORES	INSTRUMENTOS REACTIVOS
<p>(Hi) HIPÓTESIS OPERACIONAL</p> <p>El desconocimiento del Código de Ética periodística afecta a la ética profesional de los comunicadores radiales en temas políticos.</p>	<p>VARIABLE INDEPEND.</p> <p>EL CÓDIGO DE ÉTICA PERIODISTICA</p>	<p>Código de Ética Es el estándar de conducta dentro de una organización. Establece las declaraciones en coherencia con los principios y valores.</p> <p>Ética Periodística es la definición teórica y aplicación práctica permanente y obligatoria de normas conductuales y procedimientos del periodista.</p> <p>Periodismo Es la profesión que busca noticias e información para que la sociedad esté enterada de lo que ocurre a su alrededor.</p>	<p>Código</p> <p>Principios</p> <p>Normas</p> <p>Procedimientos</p> <p>Noticias</p> <p>Salarios</p>	<p>Código de Ética</p> <p>Valores</p> <p>Disposiciones</p> <p>Manual de Procedimientos</p> <p>Información</p> <p>Contenidos</p> <p>Forma de pago</p>	<p>¿Los trabajadores de este medio aplican un Código de Ética?</p> <p>¿Cuál es su posición acerca de los temas políticos en los espacios de información?</p> <p>¿Recibe usted disposiciones al tratar temas políticos?</p> <p>¿La institución donde usted labora cuenta con un orgánico funcional donde se establezcan cargos y roles específicos?</p> <p>¿Cree usted que influye su trabajo periodístico en temas políticos?</p> <p>¿Qué tema le da mayor audiencia en los informativos?</p> <p>¿Cuál es la forma de pago por su trabajo en la estación radial?</p>	<p>OBSERVACIÓN</p> <p>ENTREVISTA</p> <p>ENCUESTA</p>

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Cuadro # 1.2

HIPOTESIS	VARIABLE	DEFINICION	DIMENSION	INDICADORES	ÍTEMS PARA INDICADORES	INSTRUMENTOS REACTIVOS
<p>Ho) HIPÓTESIS NULA</p> <p>El desconocimiento del código de ética periodística no afecta a la ética profesional de los comunicadores radiales en temas políticos.</p>	<p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>LOS COMUNICADORES RADIALES EN TEMAS POLÍTICOS</p>	<p>Comunicador es una persona que transmite un mensaje al público por un medio de comunicación.</p> <p>La radio es un medio de difusión masivo que llega al radio-escucha de forma personal, es el medio de mayor alcance, que llega a todas las clases sociales.</p> <p>Comunicador radial periodista permite dar a conocer y analizar los hechos de interés público utilizando la radio, cuenta lo que pasa en el momento de los hechos, con toda la carga informativa o emotiva, y en el menor tiempo posible.</p> <p>Política Es el proceso orientado hacia la toma de decisiones para la consecución de los objetivos de un grupo.</p>	<p>Etica Periodística</p> <p>Principios de un Comunicador</p> <p>Procesos de la Información</p> <p>Comunicador</p> <p>Noticia y Política</p> <p>Salarios</p>	<p>Código de Ética</p> <p>Valores</p> <p>Disposiciones Manual de Procedimientos</p> <p>Información</p> <p>Contenidos</p> <p>Forma de Pago</p>	<p>¿Cree usted que los comunicadores radiales de la Provincia aplican un código de ética en temas políticos?</p> <p>¿Qué valores debería priorizar un comunicador radial?</p> <p>¿Usted ha emitido disposiciones en el trabajo periodístico de un medio radial en temas políticos?</p> <p>¿Cree usted que es importante que las radios cuenten con un manual de procedimientos con el que los comunicadores sepan que hacer y quien debe proceder según los temas?</p> <p>¿Cree usted que la información que proporcionan los comunicadores sociales en temas políticos debe ser contrastada?</p> <p>¿Cree usted que la información que proporcionan los comunicadores sociales en temas políticos influye en los resultados electorales?</p> <p>¿Qué factor considera que inciden en los comunicadores radiales para que cometan actos en contra de su ética?</p>	<p>OBSERVACIÓN</p> <p>ENTREVISTA</p> <p>ENCUESTA</p>

HIPÓTESIS

(Hi) HIPÓTESIS OPERACIONAL

El desconocimiento del Código de Ética periodística afecta el profesionalismo de los comunicadores radiales al momento de tratar temas políticos en la provincia Santa Elena.

(Ho) HIPÓTESIS NULA

El desconocimiento del Código de Ética periodística no afecta el profesionalismo de los comunicadores radiales al momento de tratar temas políticos en la provincia Santa Elena.

VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE

El Código de Ética periodística.

VARIABLE DEPENDIENTE

Los comunicadores radiales de la provincia Santa Elena.

MARCO TEORICO

MARCO REFERENCIAL

Para realizar mi trabajo investigativo es necesario establecer el marco referencial e identificar plenamente la jurisdicción de estudio, en esta ocasión el tema: El Código de Ética periodística y su incidencia en los comunicadores radiales en temas políticos, provincia Santa Elena 2010-2011, nos permite conocer datos de nuestra provincia y ratificar cuales son los espacios en los que debemos profundizar la investigación.

Santa Elena, provincia del litoral ecuatoriano creada según Registro Oficial # 206 del 7 de noviembre de 2007 integrada por el territorio de los cantones Santa Elena, Salinas y La Libertad, cuyos límites son los mismos que en su conjunto tienen estos es donde desarrollare la investigación La ubicación geográfica de la provincia comprende:

Al norte: la provincia de Manabí, Guayas.

Al este y sur: la provincia del Guayas.

Y al oeste: el Océano Pacífico.

Gráfico # 1



La provincialización había sido un anhelo de la mayoría de peninsulares quienes durante décadas habían gestionado este pedido por diferentes medios institucionales, pero no eran tomados en cuenta o bloqueados por los partidos de mayoría en el congreso que durante años había sido dominado por el conservador Partido Social Cristiano, quienes tenían el poder de la provincia del Guayas de la que Santa Elena se quería separar. Entre sus razones para la provincialización estaba el centralismo y la desatención continua por parte del gobierno provincial asentado en Guayaquil en el que nunca habían tenido representantes, y menos representantes en el Congreso Nacional de Ecuador.

El último tramo del proceso de provincialización fue aprobado tras múltiples manifestaciones y presiones por parte de los peninsulares quienes durante dos décadas habían aspirado a ser provincia, el feriado del 12 de octubre de 2007 armaron un bloqueo impidiendo el paso de cualquier vehículo a la península por la carretera Guayaquil-Santa Elena o vía a la costa a la altura de la comuna Villingota².

Este hecho alarmó sobre todo a los guayaquileños que intentaban alcanzar como destino final como Salinas u otros balnearios de la Ruta del Sol para pasar los días de vacaciones del martes 9 de octubre (Independencia de Guayaquil, 1820) aplazado para el viernes 12 que coincidía con el día de la hispanidad. La huelga incluyó actos de vandalismo como la quema de la bandera albiceleste de la provincia del Guayas y haciendo gestos obscenos con la misma, hecho que indignó y enfureció aún más a multitud significativa Guayaquil, promoviendo una campaña anti-península que proponía no ir más a sus balnearios y en cambio acudir a Cantón Playas que sigue perteneciendo a Guayas; esta campaña no tuvo gran acogida entre los guayaquileños, dado que en esta ciudad residen personas tanto de la península de Santa Elena como de otras ciudades del país que veían en esta actitud intereses políticos de

² Enfrentamientos en la Península por cierre de autopista-Diario El Universo

una minoría (las autoridades seccionales guayaquileñas) que se sentía perjudicada en sus intereses.

La provincialización generó controversia y especulaciones sobre su eficacia para el progreso económico-político de la provincia, ya que se desvincula de Guayaquil, ciudad con mayor movimiento económico del país, y esto generaría pérdidas económicas según sus detractores.

Con 57 votos a favor (la mayoría de partidos de centro-izquierda e izquierda), 30 abstenciones y tres en contra de 100 en total que provenientes de los diputados que conforman el Congreso Nacional se aprobó el 17 de octubre de 2007 el primer artículo del proyecto de provincialización de la Península de Santa Elena. Los 57 votos provinieron de ID, PK, PSE, MPD, DN, ARE y UDC, mientras que los bloques del PRE, PSP, RED, PRIAN y PSC se fraccionaron en el momento de consignar su voto, pues algunos de estos legisladores optaron por la abstención y otros en contra³. Para algunos diputados fue la oportunidad para darse “baños de popularidad”.

El 7 de noviembre del 2007 se publicó, en el Registro Oficial #206, a Santa Elena como provincia⁴. Esto ocurre luego de que Santo Domingo de los Tsáchilas haya sido inscrita como la provincia 23 en el Registro Oficial #205, del día anterior 6 de noviembre.

"Créase la provincia de Santa Elena como Unidad Territorial, Política y Administrativa, integrada por el territorio de los cantones Santa Elena, Salinas y La Libertad, cuyos límites serán los mismos que en su conjunto tienen estos cantones con sus respectivas cabeceras cantonales, parroquias, barrios, comunas, recintos y pueblos"⁵

³ 57 diputados aprobaron que Santa Elena sea provincia 24-*Noticias del Sur*

⁴ Santa Elena ya es provincia 24-*Diario Hoy*

⁵ Ley de creación de la Provincia de Santa Elena *Congreso Nacional*, 17/oct./2007

Santa Elena tiene una superficie de 3,762.8 kilómetros cuadrados y cuenta con 301.168 habitantes según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), del VII Censo de Población y VI de Vivienda del año 2010.

En el marco referencial también nos permite ampliar la investigación del objeto de estudio y sus principales componentes así se debe mencionar que en esta provincia existen 52 frecuencias de radio: 51 comerciales privadas y 1 de servicio público entre matrices y repetidoras.

Sus 17 Matrices con estudios y cabinas dentro de la jurisdicción provincial de las cuales 14 Contaron con espacios de información con un total de 30 comunicadores radiales que informaron en los últimos comicios electorales (26 de abril de 2009), antes del proceso, en el tiempo de campaña política, durante las elecciones y después ya en el ejercicio de la administración de los nuevos dignatarios así como los sujetos políticos participantes que según datos oficiales del Concejo Nacional Electoral Delegación provincia de Santa Elena fueron 348 Los mismos que representan los dos campo de investigación.

Es importante también recordar que el Código de Ética periodística rige precisamente para los periodistas por eso debemos anotar que en la provincia Se conformó el Colegio de Periodistas de la Provincia con sede en el cantón La Libertad cuyo presidente actual es el Lic. Paolo León pero este no es el único ente que agremia periodistas y comunicadores profesionales en el tema específico también tenemos a AER Asociación Ecuatoriana de Radiodifusores cuyo presidente es el periodista profesional y abogado Walter Gellibert Larreta, en esta provincia también encontramos una Asociación de Comunicadores Sociales.

Estos gremios nos darán un mejor panorama del tema estudiado ya que nos ayudan a iniciar tomando en cuenta que los comunicadores agremiados son los primeros que deberían aplicar correctamente el código sin embargo la realidad es otra.

MARCO CIENTÍFICO

Este trabajo de investigación se identifica con la doctrina filosófica del Subjetivismo que afirma que lo bueno y lo malo, en la moral, es reducible a nuestras actitudes y opiniones personales. Si alguien cree que p es bueno, entonces p es bueno para él. Por lo tanto, si el subjetivismo moral fuese correcto, las opiniones morales subjetivas serían infalibles, en la medida en que fuesen auténticamente subjetivas, aceptando la existencia de una verdad individual.

No debe confundirse el subjetivismo moral con el egoísmo moral, de acuerdo con el cual las personas deben tener la normativa ética de obrar para su propio interés. En el segundo caso se trata de lo que más nos conviene, mientras que en el primero se trata de nuestros valores, forma de pensar y sentimientos personales. En el primer caso, no existe un punto de vista objetivo desde el cual juzgar moralmente, mientras que el egoísmo moral podría admitir la existencia de opiniones objetivas acerca de lo que más nos beneficia.

De esta manera podemos entender que en cuestión de valores, ya existían sistemas que ayudaban a visualizar la moral, según David Hume, la idea del subjetivismo ético surgió como una idea sencilla, enunciando que la moral es cuestión de sentimiento más que de hecho; sin embargo, los teóricos del subjetivismo quisieron mejorar esta teoría. Hume dice: "sea el caso de una acción reconocidamente viciosa: el asesinato intencionado, por ejemplo. Examinadlo desde todos los puntos de vista posibles, a ver si podéis encontrar esa cuestión de hecho o existencia a que llamáis vicio... Nunca podréis descubrirlo hasta el momento en que dirijáis la reflexión a vuestro propio pecho y encontréis allí un sentimiento de desaprobación que en vosotros se levanta contra esa acción. He aquí una cuestión de hecho: pero es objeto del sentimiento, no de razón".⁶ Ahora bien, aun siendo un inspirador del subjetivismo ético, Hume no era

⁶ David Hume; Tratado de la naturaleza humana (1740)

propriadmente un subjetivista, pues confiaba en que el sentido moral propio a la naturaleza humana era estable y compartido por todos los hombres. Hume confía en que el ser humano posee sentimientos morales comunes tales como la clemencia, la caridad, la amabilidad hacia los niños y el amor a la vida, por lo cual más que un subjetivista moral Hume ha sido calificado por John Rawls como un fideísta de la naturaleza.

Charles L. Stevenson, Teórico del subjetivismo moral, quien adoptó una perspectiva emotivista, de hecho Stevenson dice: "Cualquier descripción acerca de cualquier hecho que cualquier hablante considere que probablemente cambiará actitudes puede aducirse como una razón a favor o en contra de un juicio ético."⁷

ETICA-ORIGEN

El sentido más antiguo de la ética (de origen griego) residía en el concepto de la morada o lugar donde se habita; luego referido al hombre o pueblos se aplicó en el sentido de su país, tomando especial prestigio la definición utilizada por Heidegger: "es el pensar que afirma la morada del hombre", es decir su referencia original, construida al interior de la íntima complicidad del alma. En otras palabras ya no se trataba de un lugar exterior, sino del lugar que el hombre porta a sí mismo. "El Λ ethos es el suelo firme, el fundamento de la praxis, la raíz de la que brotan todos los actos humanos.

El vocablo Λ ethos sin embargo, tiene un sentido mucho más amplio que aquel que se da a la palabra ética. Lo ético comprende la disposición del hombre en la vida, su carácter, costumbre y moral. Podríamos traducirla como "el modo o forma de vida" en el sentido profundo de su significado.

Λ Ethos por su parte, significa carácter, pero no en el sentido de talante sino en el sentido "del modo adquirido por hábito". Λ Ethos deriva de ethos

⁷ Charles L. Stevenson; *Ética y lenguaje* (1944)

lo que significa que el carácter se logra mediante el hábito y no por naturaleza. Dichos hábitos nacen "por repetición de actos iguales", en otras palabras, los hábitos son el principio intrínseco de los actos.

En el ámbito conceptual de la ética, tenemos un círculo correlacionado entre ^ethos - hábitos - actos. En efecto si ^ethos es el carácter adquirido por hábito, y hábito, nace por repetición de los actos iguales, ^ethos es a través del hábito "fuente de los actos" ya que será el carácter, obtenido (o que llegamos a poseer -héxis) por la repetición de actos iguales convertidos de hábito, aquel que acuñamos en el alma.

El hombre a través de su vida va realizando actos. La repetición de los actos genera "actos y hábitos" y determinan además las "actitudes". El hombre de este modo, viviendo se va haciendo a sí mismo. El carácter como personalidad es obra del hombre, es su tarea moral, es el cómo "resultará" su carácter moral para toda su vida...

Podemos aproximarnos a la conceptualización de la palabra "moral" (origen del latín) como la adquisición de "Modo de Ser logrado por apropiación", o por niveles de apropiación, donde se encuentran los sentimientos, las costumbres y el carácter.

El carácter o personalidad moral, como resultado de actos que uno a uno el hombre ha elegido, es lo que el hombre ha hecho por sí mismo o por los demás. "El hombre en este contexto se hace y a la vez es hecho por los demás, tanto positiva como negativamente".

La Ética como muy bien dice Vidal, es la "realidad y el saber que se relaciona con el comportamiento responsable donde entra en juego el concepto del bien o del mal del hombre".

La ética florece a partir de nuestros valores que nos dictan si algo está bien o mal (correcto o incorrecto) en un acto humano. Mayor relevancia adquiere cuando el acto afecta a un tercero.

La Moral (de origen Latín) significa lo mismo que ética ya que traduce el significado de éthos (costumbre) y ^ethos (carácter/talante), dejando atrás su primera aproximación en que el término mos solo se refería a "costumbre".

Normalmente la ética se emplea respecto a aproximaciones de tipo filosóficas y de tipo racional como tal. El término moral por su parte, se utiliza más en consideraciones de tipo religioso. Frente a la justificación de las normas de comportamiento utilizamos ética como concepto. Moral en cambio, es referido a "códigos concretos de comportamiento".

PRINCIPIO GENÉRICO HISTÓRICO

En el origen, la ética aparece subordinada a la política (ética individual y ética social). En efecto, el hombre griego de la época sentía la polis como inmediatamente incardinada en la naturaleza. En Aristóteles, la moral forma parte de la ciencia de la política porque la vida individual solo puede cumplirse dentro de la polis (interpretando: lo que en realidad pretendía decir era que lo sustenta el bien particular es el bien común) y determinada por ella; incluso eleva la polis a la calidad de divino. En la doctrina aristotélica el fin de la ética y de la política son idénticos: La Felicidad, que como "bien autosuficiente" no es un bien más entre otros, ni componente de algún estado de cosas. Aristóteles también señalaba lo siguiente:

Sólo el hombre, entre los animales, posee la palabra. La voz es indicación del dolor y del placer; por eso también la tienen otros animales. En cambio, la palabra existe para manifestar lo conveniente y lo dañino, así

como lo justo y lo injusto. Y esto es lo propio de los humanos frente a los demás animales: poseer, de modo exclusivo, el sentido de lo bueno y lo malo, lo justo y lo injusto, y las demás apreciaciones⁸.

Platón establecía que era la polis y no el individuo el sujeto de la moral, es decir planteaba la virtud no puede ser alcanzada por el hombre sino que el Estado lo debe orientar hacia fines morales (no por medio de la dialéctica sino por la persuasión).

La ética de Kant es de un individualismo radical, pues no presupone exigencias transpersonales sino que busca el deber de perfección propia. "Nunca puede ser un deber para mi cumplir la perfección de los otros". Kant sustituye la moral del bien y de la felicidad por una moral del puro deber y de la conciencia individual.

Para Hegel el espíritu subjetivo una vez en libertad de su vinculación a la vida natural, se realiza como espíritu objetivo en tres momentos: Derecho, ya que la libertad se realiza hacia afuera; moralidad, es decir, el bien se realiza en el mundo; y la eticidad, que se realiza a su vez en tres momentos: Familia, Sociedad y Estado, siendo éste último según él, el sujeto supremo de la eticidad, aunque probablemente haya querido decir que el Estado "es" sujeto de eticidad, Estado de justicia, Estado ético.

En resumen, en el origen la ética se encuentra subordinada a la política, tanto la individual como la social, pero la ética social está por sobre la ética individual ya que la ética individual se abre a la ética social porque ella la determina.

⁸ Revista de Filosofía, 3.ª Época, vol. XIII (2000), núm. 23, págs. 35-60. Servicio de Publicaciones, Universidad Complutense. Madrid

EL OBJETO MATERIAL DE LA ÉTICA

El objeto material de la ética son los actos humanos (desde el punto de vista del bien), libres y deliberados, debido a que determinan el carácter (modo de ser adquirido por hábito y por lo tanto determinantes de nuestras vidas). Por dichos actos me refiero a los actushominis y humanis, pero no a los primo, ya que al ser provocados por causas naturales son ajenos a la ética.

Santo Tomás distingue los actos de voluntad respecto al fin -que tienden al fin en cuanto tal- y lo respecto al medio -aquellos que son por decisión de los medios, o de consejo o deliberación, complacencia o deleite o por razón o voluntad. Estos actos, sin embargo serán válidos cuando la voluntad proceda reflexivamente.

EL HORIZONTE DEL VALOR

El valor se define como aquello que es apetecible, amable, digno de aprobación, de admiración o útil para un fin determinado. La ética del valor tiene una raíz neokantiana (el deber como fin en sí mismo) y fenomenológica (considera la experiencia moral como intuición emocional y material de los valores).

Como concepto, el valor dice siempre relación a la persona en cuanto constituye un bien para ella en lo que se refiere a la persona individual en cuanto tal y a la sociedad (valor social o lo que dice relación de la persona a otras personas) ya que el valor moral otorga el adjetivo de bondad o maldad. El valor ético, es decir lo que dice relación a la persona en relación a sí misma, en conformidad con el ser humano, la recta razón, la auténtica realización o con el fin último de la persona, dependerá de lo que su valor supremo considera como referente dentro de un

pensamiento ético, y por lo tanto debido a su relatividad, el pensamiento ético es divergente y en ocasiones absoluto.

La moral pertenece al orden de la acción humana (praxis), se relaciona con la actividad en cuanto es producida por el hombre ya que la acción humana (conforme al valor moral) define al hombre mismo. El valor moral coincide con la determinación de cuál es el valor supremo dentro del orden moral y por lo tanto "desde él se organiza el universo objetivo de la moralidad", por ejemplo, los sistemas legales, la felicidad como consecución del fin, la armonía interior, el altruismo o la utilidad social; o lo que constituye el valor moral cristiano como la caridad, la imitación y seguimiento de Cristo o la realización del reino de Dios.

TEMATIZACIÓN DE LA ÉTICA

Podemos hablar del objeto formal referido al bien moral, es decir los actos, hábitos, ^ethos en cuanto buenos o malos. El bien es lo que todos los hombres apetecen. Todo lo que hacemos (Aristóteles) lo hacemos desde un proyecto con vistas a un fin, es decir como en cada caso lo mejor, aunque dicho fin no se realice hasta el final del proceso.

Los fines al igual que los medios, empiezan por ser proyectos al estar realizándose. El proyecto es concebido dentro de una realidad o sobre ella. Al proyectar se piensa en lo que se va hacer tendiendo en lo posible a la realidad (o a lo posible). Este va cobrando entidad en la medida que va concretando cada "medio" paso a paso.

Por ejemplo si la vida es un "quehacer permanente", podemos proyectar lo que vamos hacer. Pero la ejecución de una simple acción, aun habiendo previsto todos los elementos necesarios para ejecutarla, incluso llegando a imaginar su implementación exactamente como lo habríamos

concebido, cuando entonces nos enfrentamos a un "azar que no alcanzamos a comprender" al encontrar que la realidad presenta sus resistencias (o facilidades) siempre en mayor o menor grado imponderables. Sería utópico pretender hacer una vida entera exactamente de acuerdo con un plan establecido. El proyecto de vida que deseamos no es más que un borrador que a través de uno a uno de los actos, se va perfilando, cobrando forma y las resistencias nos irán determinando al vencerlas o doblegarnos optando por vías menos exigentes o de lo contrario, nos desanimamos quedando abatidos en la derrota.

Aristóteles distingue los fines y medios por medio de su clasificación de bienes: los que se buscan siempre por causa de otros, bienes que se buscan por sí mismo y nunca por causa de otros y ciertos bienes que aun cuando se buscan son también buenos. Todos los bienes excepto uno pueden ser tomados como medios y fines.

Aristóteles construye el sistema ético en torno a la idea del fin último. La vida humana en cuanto a comportamiento se concibe como una pirámide de fines y medios. Los bienes que nunca se buscan por si mismos sino siempre por otros se encuentran en la base, sobre éstos se encuentran, los que pudiendo buscarse por sí mismos dependen de otros, encima de éstos, los que se buscan por sí mismos y encima de éstos se encuentra un bien y sólo uno, que nunca es tomado como medio, sino que al contrario es aquel por el que hemos buscado todos los anteriores. Este fin estaría en el origen de toda nuestra actividad orientándola y dirigiéndola. Es el fin último y como tal el bien absoluto o supremo por el cual todos los demás bienes solo serían útiles para alcanzar éste último y que es precisamente: la felicidad. Y como toda moral consiste en apropiación donde el bien moral es fuente de posibilidades apropiadas, dicha felicidad sería la apropiación última de nuestra posibilidad mejor.

Esta concepción finalista de estimar la vida entera en función exclusiva del fin conlleva la idea de reducir el valor de los actos a su relación de acercamiento o alejamiento al fin último. La felicidad es siempre una posibilidad ya apropiada y por lo tanto el hombre está ligado a ella. Hay posibilidades múltiples y totalmente diversas de ser feliz. Estas posibilidades son los bienes (es decir posibilidades apropiables).

Para Kant la ética de la felicidad no es aceptable porque la felicidad le es al hombre natural y por lo tanto no es un deber sino lo contrario, es una inclinación natural (lo que se hace por amor queda fuera del deber).

Kant no solo rechaza la idea de la felicidad sino en general la idea del bien y reemplaza la ética del bien por la ética del deber. Establece que "no es el concepto del bien lo que determina la ley moral y la hace posible, sino al contrario, es la ley moral lo que determina el concepto del bien y lo hace posible". En su concepto, el bien consiste en lo que se debe hacer, donde la ley moral es la que determina el concepto del bien y la hace posible.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN

La libertad es la facultad natural que tiene el ser humano de obrar en un sentido o en otro o de abstenerse de hacerlo, pero es también un derecho que debe serle reconocido dentro de la sociedad. La libertad se manifiesta en aquellas situaciones donde el hombre pueda tener la posibilidad de seleccionar entre distintas alternativas y optar por alguna de ellas para su realización individual.

En lo ideal democrático cobra especial relevancia la noción de posibilidad, es decir, que el individuo pueda escoger, manifestar y difundir sus propios valores. Esto se logra en un sistema socio-político que garantice el

máximo de posibilidades objetivas de elección y el mínimo de condicionamientos para que ello sea posible.

La concepción democrática supone entonces la libertad de " poder hacer" dentro de un marco de responsabilidad, donde esté dado el espacio público que permita y garantice, tanto el libre ejercicio de las facultades de la persona como el de los procesos políticos y sociales. En el orden social democrático, la libertad se manifiesta a través de derechos implícita y explícitamente reconocidos: derechos civiles, políticos y sociales.

Derechos civiles son los que se refieren a la personalidad del individuo con vistas a la consecución de determinados objetivos. Entre los principales se encuentran: libertad de pensamiento, de religión, de reunión, de enseñanza, de expresión oral y escrita. Todo sistema democrático que se precie de tal, deberá abstenerse de coartarlos y, en sentido inverso, deberá promoverlos.

Derechos políticos son que hacen referencia al ejercicio democrático-representativo de un Estado. Este ejercicio lleva implícita la noción de libertad activa y conduce a la participación de los ciudadanos en la determinación de la dirección política del Estado.

Derechos sociales son los que se refieren a la promoción social del individuo. Entre los principales se encuentran el derecho al trabajo, al estudio, a la salud, a la vivienda. De ser necesario, el Estado deberá arbitrar las medidas tendientes a garantizar a los ciudadanos un mínimo goce de estos derechos sustanciales.

El valor libertad expresado en derechos tiene una especial significación en un sistema democrático. Las libertades civiles reconocidas en el derecho, le darán al individuo la posibilidad de ser reconocido en su libertad personal y en su dignidad de hombre o mujer, así como la de desarrollarse según su propia individualidad. Las libertades

comunicacionales le brindarán la oportunidad de ejercer el derecho de expresarse sin pasar al otro extremo. Como lo dijo el gran juez de la Corte Suprema de los Estados Unidos Oliver Wendell Holmes, debemos crear un “mercado de ideas”, donde cada una de ellas compita con las demás en una suerte de competición intelectual que nos acerque a todos a la verdad.⁹ El pasaje de Holmes en el que expresa su postulado del mercado de las ideas es el siguiente: “Si el hombre es consciente de que el tiempo ha dado al traste con muchas ideas enfrentadas, entonces se dará cuenta, aún más de lo que cree en los cimientos de su propia conducta, de que al ansiado bien supremo se llega mejor a través del libre intercambio de ideas; de que la mejor prueba a que puede someterse la verdad es la capacidad del pensamiento para imponerse en un mercado en el que entre en competencia con pensamientos contrarios; y de que la verdad es el único fundamento a partir del cual puede llegar a colmar sus aspiraciones sin riesgos ni peligros... tendremos que estar siempre vigilantes para poner freno a quienes pretendan controlar la manifestación de ideas y opiniones que detestemos o que consideremos que conducen a la muerte... Únicamente una situación de inmediata y grave emergencia hace que no se pueda dejar que sea el tiempo el que haga rectificar a quienes incitan el mal.”¹⁰

⁹ La libertad de expresión en materia electoral-Miguel Carbonell- México: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, 2008... El postulado de Holmes sobre el “mercado de las ideas” se encuentra en su conocido voto disidente dentro del caso *Abrams versus US*, resuelto en 1919. Sobre esta idea puede verse, entre otros, Coderch, Pablo Salvador (director), *El mercado de las ideas*, Madrid, CEC, 1990.

¹⁰ He tomado la traducción de los pasajes transcritos de Beltrán de Felipe, Miguel y González García, Julio V., *Las sentencias básicas del Tribunal Supremo de los Estados Unidos de América*, Madrid, CEPC, BOE, 2005, p. 191.

EL PROBLEMA ÉTICO

Con la palabra “problema” designamos básicamente dos cosas, a saber: Problema como sinónimo de algo que no está bien, que es una dificultad, un tropiezo.

Como sinónimo de reto, de interrogante, a una pregunta interesante y difícil.

Vale la pena señalar, además, que en la idea de problema encontramos siempre aspectos positivos y negativos implicados. Es decir, un problema es a la vez negativo y positivo. El hombre no tiene que resignarse y aceptar pasivamente un problema, sino que tiene la opción de superarlo y aprender de él. Ahora bien, si la vida del hombre no tuviera problemas nuestra existencia no sería un reto, una tarea. El lado positivo de los problemas, es entonces, que nos sirven para superarnos, para enfrentarnos a ciertos retos, logrando satisfacciones cuando logramos resolverlos.

DEFINICIÓN DE ÉTICA Y MORAL

Designamos con la palabra “ética” el comportamiento, la conducta y el actuar de hombre en cuanto hombre. Y con “moral” el aspecto práctico y concreto, las normas establecidas o propuestas por los hombres, o por una sociedad y época histórica determinadas. La ética es, pues, aquella instancia desde la cual juzgamos y valoramos la forma como, de hecho”, se comporta el hombre y, al mismo tiempo, la instancia desde la cual formulamos principios y criterios acerca de cómo debemos comportarnos y hacia dónde debemos dirigir nuestra acción.

FUNDAMENTACIÓN ANTROPOLÓGICA DE LA ÉTICA

El ser humano no es un dato, un objeto entre otros susceptible de ser agotado en descripciones y definiciones; escapa a la inteligibilidad propia del universo de los cuerpos y sin embargo nos plantea la necesidad de un nuevo y más amplio campo de intelecciones. En esa tarea en que el hombre se articula y constituye como punto virtual donde se cruzan los hilos del universo es donde se fundamentan las raíces de la Ética.

Nuestro punto de partida es abordar la vida humana como un ininterrumpido flujo de conciencia, un constante darnos cuenta de un continuo interactuar con el mundo circundante dándole sentido. Este es, en sentido amplio, el horizonte de la experiencia, que en último análisis se define como intencionalidad motivada, interesada que da contexto y perspectiva a todo nuestro actuar. Ahora bien, ser consciente en toda su amplitud es reconocer que el hombre es pluridimensional; nuestra vida no está movida siempre por el mismo interés, las relaciones del hombre van en todas direcciones. Así conciencia es básicamente apertura, finitud, carencia, intención de plenitud, anticipación de sentido, de verdad y de valor.

LA ÉTICA EN EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN

En su ejercicio periodístico, el reportero investigador se enfrentará continuamente a una valorización de su quehacer en donde se cuestionará aspectos como: ¿Qué investiga o deja de investigar? ¿A quién investiga y por qué? ¿Cómo investiga y con qué fin lo hace?

Las preguntas anteriormente enunciadas resumen el problema central de la ética y del periodismo de investigación. Para efectos de este análisis definiremos la ética como un conjunto de políticas y pautas del

comportamiento que deben ser aplicadas, en este caso, en la forma específica del trabajo llamado periodismo de investigación.

Sin embargo, resulta todavía difícil para el periodismo informativo y el de investigación hacer un tratado único y de observancia general, sobre la ética. Cada periodista y cada medio de comunicación suelen interpretar la ética conforme a su propia realidad, y no con base a un código o normas escritas que puedan ser aplicables para todas las situaciones en particular.

Las dificultades que entraña el ejercicio periodístico no pueden resolverse con un mismo rasero para todos, sino que cada periodista deberá valorar su realidad específica y la de su medio, para decidir qué es lo que está bien, y qué es lo que está mal, en su afán por hacer un periodismo ético.

A pesar de esta discrecionalidad, el escritor estadounidense, Eugene Goodwin recomienda que en este análisis sobre lo bueno y lo malo, deben de considerarse seis categorías de problemas éticos que deberá sortear el periodista:

a) Conflictos de interés.- Es el riesgo intrínseco de la labor del periodismo, donde el periodista que se proponga ejercer su actividad con independencia, estará permanentemente acechado por intereses que pueden comprometer este principio en su labor. Estos conflictos pueden presentarse a raíz de sus propias actividades externas, como su filiación a partidos políticos o a clubes, con la relación demasiado íntima que llegue a entablar con sus fuentes, con acuerdos de confidencialidad, que lo hagan sentirse comprometido, o también con la prestación de sus servicios en otras instancias ajenas al medio de comunicación. Todos tenemos conflictos de interés en nuestra vida diaria, plantea el autor, y pretender evitarlos sería tanto así como evitar la vida misma y apartarse de la corriente principal de la actividad y pensamiento humanos.

b) Regalos.- Dependiendo de su magnitud, pueden perseguir la finalidad de comprar al periodista, pero en esto resulta todavía más difícil fijar un parámetro que indique hasta qué tipo de regalos puede aceptar el periodista, y cuáles debe de rechazar, para no comprometer su ejercicio periodístico. El autor recomienda que so pretexto del ejercicio libre e independiente del periodismo, no debe caerse en actitudes ridículas y timoratas, de rechazar hasta simples muestras elementales de cortesía, que terminan por afectar o enfriar la relación con la fuente, y mejor cada medio debe de confiar en sus periodistas para que decidan cuándo un regalo puede comprometerlo y cuándo el rehusarlo causará mayor daño que aceptarlo para su misión primaria de conseguir la noticia.

c) Los métodos de los periodistas.- Aquí hay un repertorio más amplio de riesgos o problemas éticos, que se dan en la forma de trabajar del periodista. Goodwin recomienda que la búsqueda del éxito y de la noticia impactante, no justifican actitudes deshonestas del periodista como mentir, inventar las noticias o exagerarlas, para presentar historias interesantes y cautivadoras que se traduzcan en el aumento del tiraje o en el incremento del raiting.

d) Privacidad.- Los medios suelen no respetar la privacidad de las figuras públicas, y ni siquiera de sus familiares en algunos casos, con el argumento de que son personalidades públicas. Tampoco respetan la privacidad de personas comunes y corrientes que eventualmente son objeto de alguna noticia. Inclusive, los medios asumen actitudes calculadoras al entrometerse en las vidas privadas, y prever el costo de una demanda judicial en su contra a cambio del beneficio que pudiera implicar el publicar la noticia.

e) Compasión.- La falta de compasión que suelen mostrar algunos periodistas ante tragedias de figuras públicas o personas comunes, los hace insensibles, fríos e indiferentes al dolor humano, con el pretexto de

que ellos sólo están cumpliendo con su trabajo al informar de los hechos, sin involucrarse en el dolor de quien sea objeto de la noticia.

f) Competencia.- También, la falta de competencia o de capacidad de un periodista es la principal fuente para incurrir en problemas éticos, a través de errores o interpretaciones equivocadas en su trabajo periodístico que suelen acarrear efectos negativos a terceros.

Además de tener una actitud ética ante los problemas que seguramente se le presentarán en el transcurso de su investigación, el reportero investigativo necesariamente tendrá que contar con el respaldo y las condiciones favorables por parte de la empresa para la cual trabaja, que es en última instancia de la que depende él y su trabajo. Ello obliga a considerar al jefe de redacción para cualquier proyecto que pretenda realizar en esta especialidad periodística.

VERACIDAD Y RESPETO¹¹

“Entiendo yo que se trata del progreso moral, pues en sociedad convulsionada existe la prensa mala como también la buena prensa. Reitero, el periodista debe ser veraz en su actividad profesional; una información debe respetar la integridad de quienes la protagonizan o de terceras personas, obteniéndose siempre con dignidad. Y el periodista debe servir a los intereses de sus lectores y de su empresa, respetando siempre los dos preceptos anteriores.

Es que el periodismo debe ser independiente de todos los poderes y la sociología de la prensa y la comunicación, revelan que no lo es en determinados sectores. La prensa es independiente, esa misma prensa que desde el punto de vista constitucional, tiene abierta ella misma la autorregulación ética.

¹¹ Rizzuto <http://www.academiaperiodismo.org.ar/etica/eticayperiodismo2.html>

En este fin de siglo invadido literalmente en nuestra vida cotidiana por la imagen, el periodismo responsable no se confunde con la animación. Como se dijo en la asamblea de la SIP, en Bariloche, en noviembre de 1994, el mundo está plagado de animadores y cada vez hay menos periodistas. Un animador es alguien que crea escenografías y dramatizaciones de los acontecimientos. Un periodista es alguien que, sobre la base del anterior atributo, con autorregulación ética y sentido de deber, trata de aproximarse de la mejor manera posible a la realidad.

El ejercicio de periodismo, como actividad que incide en la sociedad en forma relevante, debe someterse a principios éticos. Así ha sido en el pasado y así continúa siendo en el presente. Se trata de encontrar el “justo equilibrio” entre la libertad y la responsabilidad. ¿Está todo dicho sobre la ética? El debate sobre este tema en la profesión es interminable, y debe ser así. Sobre todo en un país como el nuestro donde hay libertad de prensa, aunque con vigilancia de nuestra parte. A mí me preocupan dos cosas. Por un lado la información es tan peligrosa para la gente que nos la brinda, que es un imperativo ético protegerla. De modo que creemos que tenemos la obligación con esa información sólo si podemos confirmarla. Y la conciencia de que ejerce un poder y que, por eso, no se librará de los conflictos éticos.” Francisco A.

LA FILOSOFÍA Y ALGUNAS PREGUNTAS FUNDAMENTALES.

Los periodistas hablan de ética, de objetividad y del valor relativo de diversos periódicos, pero no cuando deben obtener noticias. La noticia es primera y siempre hay noticias que obtener. No son recompensados por analizar la estructura social, si no por conseguir noticias, esta orientación instrumental disminuye su potencial moral. “la filosofía moral” clara de los periodistas es publicar en lugar de ocultar.

Hay ocasiones en que las normas de comportamiento que un periodista adopta como parte de su carrera entran en conflicto con las normas que el sostiene como individuo. La mente del periodista está llena de reglas, conscientemente no está atado a ningún principio, y sus opiniones van y vienen. Según este análisis, las reglas del momento se convierten en verdades indiscutibles para los periodistas. Medios de Comunicación. Ética periodística. John Milton y el principio de auto corrección. Libertad de prensa o de expresión

LOS CÓDIGOS ÉTICOS DEL PERIODISMO Y LA RESPONSABILIDAD DE LOS PROFESIONALES POR HUGO AZNAR NÚMERO 40¹²

Los profesionales representan el sujeto cualificado encargado de la realización de los medios, una cualificación oportunamente avalada mediante la preparación y formación correspondientes. Son ellos quienes están especialmente obligados a conocer los aspectos valorativos y normativos de la actividad comunicativa, así como también a tener una especial sensibilidad acerca de los efectos derivados de su actividad, tal y como han podido ser acreditados ya a través de una larga experiencia histórica de actividad mediática y de estudios sobre ésta.

Si bien los destinatarios y aún más los empresarios de la comunicación tienen su parte fundamental de responsabilidad, es evidente que quien ha estudiado, se ha preparado y ejerce como sujeto cualificado de la actividad comunicativa es el profesional de la comunicación. Es él quien debe conocer cosas como la historia de la importancia creciente de los medios en nuestras sociedades, los peligros de su uso propagandístico, los posibles efectos de la violencia en las pantallas, la influencia de determinados titulares o imágenes, lo que son la agenda-setting o el

¹² H. Aznar: Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios. Barcelona, Paidós, 2005

efecto werther, y un largo etcétera más de cuestiones que forman parte de sus estudios.

A partir de este conocimiento y de la especial sensibilidad que se les supone, los profesionales deben asumir la responsabilidad principal en la defensa de los valores de la comunicación social. Frente a las exigencias económicas (del empresario y de otros profesionales que concurren a la actividad de los medios) y además de las cuestiones tecnológicas (que también deben conocer), el profesional es quien está llamado a incorporar, a través de su labor cualificada, los aspectos normativos a la comunicación social. Los aspectos éticos de la comunicación deben entrar en el proceso productivo de los medios gracias a los periodistas, mediante su cualificación y preparación teórica y su compromiso y experiencia prácticas.

Y es obvio que para que los profesionales puedan introducir en su actividad dichas pautas morales deben conocerlas y estar sensibilizados hacia ellas. Lamentablemente esto no siempre ocurre o cuando menos no en la medida que sería deseable. Todavía muchos profesionales de los medios y no siempre precisamente entre los niveles menos cualificados o de menor experiencia— ignoran o pasan por alto estas cuestiones. Y, lo que quizás es peor, entre los propios estudiantes de periodismo no siempre se da el interés que sería deseable hacia estas cuestiones. Todo esto produce una cierta contradicción práctica: la eficacia última de los códigos éticos depende en gran medida del compromiso efectivo de los profesionales y si son ellos los primeros en dudar de su eficacia y no esforzarse por conocerlos y llevarlos a la práctica, entonces estos mismos profesionales están contribuyendo a que realmente sirvan de poco.

A comienzos de año estará disponible una nueva recopilación de códigos

de ética periodística para profesionales y medios de comunicación La recopilación reúne recomendaciones y pautas éticas propuestas en la última década y media por diversos colectivos y entidades, como el Consejo Audiovisual de Cataluña, la FAPE, Reporteros Sin Fronteras, el Instituto Oficial de Radio y Televisión Española, la Unión de Periodistas Valencianos, etc. Los códigos y recomendaciones se agrupan en torno a tópicos informativos de gran actualidad e interés y proporcionan criterios para su mejor abordaje ético, lo cual los diferencia de los otros códigos más generales del periodismo, en los que se plantean sus normas básicas y comunes.¹³ Entre los tópicos informativos considerados están catástrofes y tragedias humanitarias, inmigración, racismo y xenofobia, corresponsales en situaciones de riesgo, terrorismo o violencia doméstica contra mujeres.

La recopilación de los documentos va acompañada de una Primera Parte en la que se hace una valoración de lo que estos documentos pueden representar para los medios de comunicación y el periodismo del siglo XXI. También se repasan allí las razones (históricas, económicas, tecnológicas y sociales) que han llevado a que el debate sobre la ética de los medios se haya reabierto en las sociedades occidentales en este cambio de siglo, cuando parecía un tema relativamente clausurado. Pero no sólo se ha abierto, sino que lo ha hecho con inusitada fuerza, dejando de ser una preocupación exclusiva de las organizaciones de medios y de periodistas y pasando a ocupar y preocupar a un buen número de colectivos y agentes social de todo tipo. Así, se plantea la importancia creciente de los medios de comunicación y cómo influyen cada día más y en más ámbitos de la vida de nuestras sociedades, lo que hace no sólo oportuno sino imprescindible plantearse los criterios éticos que deben guiar de algún modo su actividad, así como la responsabilidad que todos tenemos a la hora de que tales criterios se apliquen.

¹³ Aznar, 1999; Villanueva, 1996 y 1999

Pero si todos compartimos esta responsabilidad de mejorar día a día nuestros medios de comunicación, no hay duda alguna también de que son los estudiantes y futuros profesionales de la comunicación los que están llamados a conocer y aplicar las recomendaciones éticas contenidas en estos documentos. Por ello mismo también se consideran las razones que a menudo hacen que los estudiantes del periodismo (o lo que es lo mismo, los futuros profesionales de los medios) no presten a los códigos éticos de su futura profesión toda la atención que merecen. En lo que sigue recogemos, con algunas variantes, las razones presentadas ahí, con el ánimo de que conociéndolas nos resulte más fácil también modificarlas.

Así, para comenzar, es frecuente, con ocasión de coloquios, mesas redondas o encuentros, o simplemente con motivo de discusiones en el seno de las redacciones, que los periodistas más veteranos pongan en duda la utilidad de los códigos afirmando que no sirven para nada. Si los más jóvenes escuchan esto, no nos debe extrañar que se refuerce su falta de interés o su escasa confianza en la utilidad de estas iniciativas. Y es precisamente esta falta de confianza la que les acaba restando gran parte de su posible eficacia.

A estas razones también se une la mentalidad de nuestro tiempo. Así, la tendencia que, como rasgo típico de nuestras sociedades, es prácticamente común a todas las profesiones a valorar por encima de todas las reglas de tipo técnico y las habilidades y conocimientos de carácter tecnológico. Muchos estudiantes en correspondencia con esta mentalidad de la sociedad a la que tratan de incorporarse consideran que para ejercer una determinada profesión es suficiente con este tipo de

conocimientos técnicos. Por el contrario, los contenidos de carácter más general o humanísticos, e incluso hasta los aspectos normativos y valorativos de su propia actividad suelen ser vistos como algo poco útil o relevante en su formación. Si falta este interés y esta motivación, entonces la lectura y la asimilación de un documento ético sobre su actividad tiene muy difícil competir con, por ejemplo, la presentación de un nuevo programa de ordenador, un nuevo tipo de cámara o una novedad.

Por último, a todo esto se suma que muchos de los estudiantes de las Facultades de Comunicación a mitad de sus estudios ya han realizado prácticas en empresas y medios de comunicación de todo tipo. Con ello adquieren una temprana referencia de la forma en la que se trabaja y actúa en los medios. De este modo, el estudiante recibe mensajes contradictorios entre el aula de la Universidad, por una parte, y las conductas y las rutinas que observa en las redacciones, por otra. Y puestos a elegir, es lo que se afirma en el aula lo que parece poco práctico o necesario para trabajar en la redacción como periodista. Con ello, se produce una singular inversión del punto de vista de los estudiantes de las Facultades de Comunicación: en vez de aprender en las aulas cómo deben ser los medios y tratar de cambiarlos, los estudiantes aprenden cómo se actúa en los medios y entonces cuestionan lo que se les enseña en las aulas. Olvidan entonces que quiénes han elaborado y realizado tales documentos son también periodistas, profesionales en activo con experiencia, dedicación y entrega hacia su actividad, e interés por estas cuestiones; y no los docentes de las Facultades, que nos limitamos a transmitirlos y ponerlos en su conocimiento.

Todo lo dicho contribuye en definitiva a que la receptividad hacia estos documentos y sus propuestas no sea todo lo buena que cabría esperar entre los estudiantes y los profesionales del periodismo. Afortunadamente

sin embargo, las cosas están cambiando. Se reconoce así cada vez más que los aspectos éticos y normativos del ejercicio profesional son fundamentales para la actividad comunicativa; incluso a la hora de vertebrar efectivamente la profesión periodística y garantizarle el estatus y el reconocimiento que merece. A partir de este cambio de actitud se reconoce entonces la importancia de considerar estos aspectos como una parte esencial más de la formación y el bagaje de todo profesional de la comunicación. Algo que ya quedó claramente apuntado en su día con la aprobación, en 1992, del primer código ético del periodismo español, el del Colegio de Periodistas de Cataluña, en cuya Introducción se lee: En su condición de actores principales del ejercicio de un derecho fundamental, del que son depositarios todos los ciudadanos, los profesionales de la información deben desarrollar su función atendiendo al doble compromiso de la responsabilidad derivada de su importante tarea y del mandato de su propia conciencia, de acuerdo con el ordenamiento constitucional y los principios deontológicos de la profesión periodística.¹⁴

COMPROMISO PROFESIONAL Y EFECTIVIDAD DE LOS CÓDIGOS

La responsabilidad de los profesionales es en este sentido singular y de especial relevancia. El profesional de cualquier actividad tiene la exigencia moral de prepararse adecuadamente para ejercer su actividad, así como de mantener al día esta preparación mediante su reciclaje continuo. Es precisamente esto lo que le cualifica para ejercer como tal profesional. Ahora bien, esta cualificación no deriva exclusivamente del conocimiento de los aspectos técnicos o tecnológicos de su actividad. Una parte más de ella es su conocimiento de los aspectos normativos que son de aplicación en su actividad. Su cualificación le exige por tanto conocer la existencia y sobre todo el contenido concreto de aquellos documentos

¹⁴ v. código completo en Aznar, 1999: 189 y ss.

que recogen las exigencias éticas y normativas de su actividad.

Obviamente, este nivel de exigencia varía: es máxima cuando se trata del conocimiento de las normas jurídicas que regulan su actividad y de los códigos deontológicos fundamentales de su profesión, aquellos que, como decíamos, recogen las obligaciones esenciales del periodismo. También es fundamental que conozca los documentos de autorregulación vigentes en su medio o que éste haya podido suscribir. Y finalmente está la exigencia de conocer y poner en práctica las recomendaciones que vayan dirigidos a mejorar el ejercicio de su actividad en cualesquiera aspectos éticos relevantes y sobre cualesquiera tópicos informativos a los que el profesional pueda verse enfrentado en su práctica diaria.

Esta exigencia se hace especialmente efectiva durante el período académico de preparación para el ejercicio profesional, de manera que familiarizarse con el contenido de estos documentos éticos debe ser parte esencial del currículo académico de los futuros profesionales. De ahí la importancia de contar en los Planes de Estudio de la Comunicación con una materia específicamente dedicada a estas cuestiones éticas, además de la propiamente jurídica. Ciertamente, los Planes de estudios de comunicación de la mayoría de las universidades españolas cuentan con una asignatura específica de ética y deontología de la comunicación. Sin embargo, incomprensiblemente si tenemos en cuenta todo lo dicho hasta ahora y todos los documentos recogidos en estas páginas y en otras recopilaciones, hay universidades que no recogen esta materia en su plan de estudios o que le conceden un lugar muy secundario, de manera que los estudiantes de estos centros salen si haber tenido noticia ni conocimiento de ninguno de los códigos éticos de su profesión, ni de los códigos generales ni de los especializados.

En todo caso esta exigencia de conocimiento y aplicación de los códigos

se hace efectiva y con mayor fuerza perentoria— durante el ejercicio profesional mismo, ya que es en ese momento cuando el profesional debe aplicar en su actividad las recomendaciones contenidas en estos documentos. En este sentido, es fundamental que el profesional mantenga contacto con las organizaciones colectivas de su profesión, ya que son éstas las que deben hacer un esfuerzo permanente por dar a conocer entre sus miembros este tipo de aportaciones éticas, a través de su difusión mediante los boletines y publicaciones internas con que suelen contar, a través de seminarios y encuentros periódicos en los que presentarlos, ponerlos en común y discutirlos, a través de estudios en los que evaluar la eficacia de su aplicación.

Son estas iniciativas las que deben contribuir a que las recomendaciones de los códigos éticos del periodismo sean una parte más del contenido teórico y práctico de la formación y el modo de entender el ejercicio activo de cualquier profesional de los medios. Su presencia y reconocimiento habituales constituyen el primer paso para su eficacia posterior. Este primer paso no garantiza el logro del segundo y por tanto el éxito de la aplicación de las recomendaciones contenidas en los códigos, pero lo que es absolutamente seguro es que la aplicación de los códigos no puede en ningún caso darse si previamente no son conocidos y respetados por toda o una gran parte de la profesión periodística.

MARCO CONCEPTUAL.

ÉTICA

El sentido más antiguo de la ética (del griego ethika, de ethos, 'comportamiento', 'costumbre'), residía en el concepto de la morada o lugar donde se habita. El éthos es el suelo firme, el fundamento de la praxis, la raíz de la que brotan todos los actos humanos.

Éthos significa carácter, que se logra mediante el hábito y = no por naturaleza. Dichos hábitos nacen "por repetición de actos iguales", en otras palabras, los hábitos son el principio intrínseco de los actos, aquel que acuñamos = en el alma.

Ética, es la rama de las ciencias filosóficas que investiga las leyes de la conducta humana, para formular las reglas que convienen al máximo grado de la evolución psicológica y social del hombre.¹⁵

Es una filosofía moral de los actos humanos, se utiliza para calificar o juzgar la conducta y el comportamiento del individuo y de las sociedades de buenas o malas.

La definición de ética la muestra a ésta como una rama de la filosofía, es considerada una ciencia normativa ya que se ocupa de las normas de la conducta humana distinguiéndose así de las ciencias formales y empíricas. Las ciencias empíricas sociales, chocan en algunos puntos con los intereses de la ética debido a que ambas estudian la conducta social; las primeras procuran determinar la relación entre los principios éticos particulares y la conducta social. Los filósofos han tratado de estudiar la conducta de los individuos minuciosamente y llegaron a la conclusión de que existen conductas buenas como malas; para llevar a cabo este

¹⁵ Trincado, Pág. 635

estudio se basaron en dos principios, el primero implica un valor final y el segundo es un valor utilizado para alcanzar un fin.

En la definición de ética se establece que existen cuatro modelos de conducta principales: la felicidad o placer, el deber, la virtud y la perfección; la autoridad invocada para una buena conducta es la voluntad de una deidad o el dominio de la razón. Cuando la voluntad de un dios es la autoridad, es entonces donde se deben obedecer los mandamientos divinos y textos bíblicos; si el modelo de la autoridad es la razón, la conducta moral resultará del pensamiento racional.

El objetivo que le corresponde a la Ética en cuanto disciplina filosófica es esclarecer, reflexionar, fundamentar esta experiencia humana que es la moral.

Identificar los aspectos fundamentales que dan origen a la ética personal y que contribuyen al comportamiento social, orientando en la formación de los valores éticos, morales y espirituales que parten de la familia del sistema educativo y de la sociedad misma.¹⁶

CÓDIGO

Recopilación de preceptos, estatutos, normas y principios.

Es una combinación de signos que tiene un determinado valor dentro de un sistema establecido. Conjunto de normas que regulan una materia determinada

¹⁶ Etica, MoralyAxiologia-Monografias_com

CÓDIGO DE ÉTICA.

Fija normas que regulan los comportamientos de las personas dentro de una organización o empresa. Aunque la ética no impone castigos legales el código de ética supone una normativa interna de cumplimiento obligatorio.

Las normas mencionadas en los códigos de ética suelen estar vinculadas a las normas legales, el principal objetivo es mantener una línea de comportamiento uniforme.

El formato de un código de ética puede variar ampliamente. A diferencia de directrices más sencillas de los empleados y los códigos, un código de ética por lo general comienza con una sección que establece el propósito, las aspiraciones y objetivos de la organización matriz.

Además de establecer un nivel profesional, un código de ética también puede aumentar la confianza en una organización, mostrando desde fuera que los miembros de la organización se comprometen a seguir las normas éticas básicas en el transcurso al realizar su trabajo.

Tras una introducción general a la función y los objetivos de una organización es una sección dedicada a establecer normas específicas de comportamiento para los miembros. En esta sección se suele cubrir posibles problemas éticos tales como la confidencialidad, el partidismo, o mal uso de la información. Además de abordar teóricos campos de minas ético, un código de ética a menudo contiene una sección que describe los procedimientos para el manejo de quejas, tanto fuera como dentro de la organización.

Un código bien escrito y claro de la ética será fácil de seguir, con secciones que la gente puede señalar el fin de ilustrar cuestiones concretas.

COMUNICACIÓN

La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales". Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta. El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación. Esta consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos.

COMUNICACIÓN SOCIAL

Es un campo de estudios interdisciplinarios que investigan la información y la expresión, los medios de difusión masivos y las industrias culturales. Sus conceptos teóricos provienen primordialmente de la sociología, la psicología social y la semiología o semiótica. En el campo de la práctica estos conocimientos se usan en el periodismo, la opinión pública, la publicidad, la mercadotecnia y las relaciones públicas e institucionales.

COMUNICADOR SOCIAL

Es el que tiene la obligación de proveer a la sociedad, de una información oportuna y veraz, de manera que sea un recurso útil para el desarrollo de los ciudadanos y el pleno ejercicio de sus derechos. El comunicador social debe tener como una norma “IRRENUNCIABLE” “LA VERDAD”, fuera de esa norma, se convierte automáticamente en un ser que ejerce la profesionalidad del periodismo sin escrúpulos.

PERIODISTA

Es la persona que se dedica profesionalmente al periodismo, en cualquiera de sus formas, ya sea en la prensa escrita, radio, televisión o medios digitales. Su trabajo consiste en descubrir e investigar temas de interés público, contrastarlos, sintetizarlos, jerarquizarlos y publicarlos. Para ello recurre a fuentes periodísticas fiables y verificables. Así elabora sus artículos, que pueden tomar varias formas para su difusión: oral, escrita, visual.

Existen varios principios que guían la labor del periodista, el principal de los cuales es el respeto por la verdad, el rigor en la búsqueda de la información fidedigna y verificable. En general, se considera buen periodista al que consigue información relevante, breve y exacta en el menor tiempo posible.

RADIO

La radio es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas. Por su alcance electromagnético le era mucho más fácil el poder llegar a lugares lejanos. Estas ondas electromagnéticas, fueron investigadas por primera vez, por un científico británico, a fines del siglo XIX. Estamos hablando de James Clerk Maxwell.

Estos trabajos fueron, pocos años después, confirmadas por Rudolf Hertz. Quién vio en ellas, algo aún más grande. Estas ondas electromagnéticas, podían ser reformuladas, con lo que se lograba una ecuación de onda. Es así, como se llega a la conclusión, que estas ondas electromagnéticas, viajan a una gran velocidad, con lo cual se da paso a poder transmitir sonido, por medio de ellas. Ya que con aquella velocidad, se podría transmitir sonidos a distancias lejanas, sin tener problemas de tiempo en cuanto a la recepción de los mismos.

Los pasos dados por Hertz y Maxwell, cimentaron lo que después sería la radio. Sin sus investigaciones, no hubiera sido posible, en su época, el haber logrado transmitir frecuencias radiales.

Corresponden al tipo sonoro. Es un medio "solo-audio" que en la actualidad está recobrando su popularidad. Según Lamb, Hair y Mc Daniel, escuchar la radio ha tenido un crecimiento paralelo a la población sobre todo por su naturaleza inmediata, portátil, que engrana tan bien con un estilo de vida rápido. Además, según los mencionados autores, los radio escuchadores tienden a prender la radio de manera habitual y en horarios predecibles. Los horarios más populares son los de "las horas de conducir", cuando los que van en su vehículo constituyen un vasto auditorio cautivo.

Sus principales ventajas son: Buena aceptación local; selectividad geográfica elevada y demográfica; Además, es bastante económico en comparación con otros medios y es un medio adaptable, es decir, puede cambiarse el mensaje con rapidez. Sus principales limitaciones son: Solo audio; exposición efímera; baja atención (es el medio escuchado a medias); audiencias fragmentadas.

POLÍTICA

La política, del griego πολιτικός (pronunciación figurada: politikós, «ciudadano», «civil», «relativo al ordenamiento de la ciudad»), es la actividad humana que tiende a gobernar o dirigir la acción del Estado en beneficio de la sociedad. Es el proceso orientado ideológicamente hacia la toma de decisiones para la consecución de los objetivos de un grupo.

La ciencia política es una ciencia social que estudia dicha conducta de una forma académica utilizando técnicas de análisis político; los profesionales en esta ciencia adquieren el título de politólogos, mientras quienes desempeñan actividades profesionales a cargo del Estado o se presentan a elecciones se denominan políticos. El término fue ampliamente utilizado en Atenas a partir del siglo V antes de Cristo, en especial gracias a la obra de Aristóteles titulada, precisamente, Política. El mismo Aristóteles definía al ser humano como un animal político. También se la ha definido como la comunicación dotada de un poder, relación de fuerzas o como el arte de lo posible.

El marketing político es el conjunto de técnicas de investigación, planificación, gerenciamiento y comunicación que se utilizan en el diseño y ejecución de acciones estratégicas y tácticas a lo largo de una campaña política, sea ésta electoral o de difusión institucional. En la actualidad el Marketing Político presenta dos características adicionales: la mediatización y la video política.

Si bien existen numerosas similitudes técnicas y metodológicas entre el Marketing Político y el Marketing Comercial, sus objetivos difieren notablemente. En el mundo comercial la lógica de mercado tiene como objetivo principal la satisfacción de una necesidad. En la esfera política la lógica de mercado tiene como objetivo la elección de una alternativa.¹⁷

¹⁷ es.wikipedia.org/wiki/Política

MARCO LEGAL

El trabajo de investigación tiene un sustento legal en la Constitución de la República del Ecuador¹⁸ que en su Sección Tercera de los derechos del buen vivir expresa:

Comunicación e Información

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

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radio eléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

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

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

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

¹⁸ Constitución de la República del Ecuador puesta en vigencia el 20 de octubre de 2008

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa a cerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

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

Sección séptima

Comunicación social

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de

expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

DECLARACIÓN DE DERECHOS HUMANOS DE LA ONU¹⁹

Artículo 19. Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

PACTO DE SAN JOSÉ DE COSTA RICA²⁰

Artículo 11. Protección de la Honra y de la Dignidad

1. Toda persona tiene derecho al respeto de su honra y al reconocimiento de su dignidad.
2. Nadie puede ser objeto de injerencias arbitrarias o abusivas en su vida privada, en la de su familia, en su domicilio o en su correspondencia, ni de ataques ilegales a su honra o reputación.
3. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra esas injerencias o esos ataques.

Artículo 13. Libertad de Pensamiento y de Expresión

1. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de

¹⁹ El 10 de diciembre de 1948, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó y proclamó la Declaración Universal de Derechos

²⁰ Convención Americana Sobre Derechos Humanos Suscrita en la Conferencia Especializada Interamericana Sobre Derechos Humanos. San José, Costa Rica 7 al 22 de noviembre de 1969

fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

2. El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar:

- a) el respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o
- b) la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.

3. No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

4. Los espectáculos públicos pueden ser sometidos por la ley a censura previa con el exclusivo objeto de regular el acceso a ellos para la protección moral de la infancia y la adolescencia, sin perjuicio de lo establecido en el inciso 2.

5. Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional.

Artículo 14. Derecho de Rectificación o Respuesta

1. Toda persona afectada por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de medios de difusión legalmente reglamentada y que se dirijan al público en general, tiene derecho a efectuar por el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta en las condiciones que establezca la ley.

2. En ningún caso la rectificación o la respuesta eximirán de las otras responsabilidades legales en que se hubiese incurrido.

3. Para la efectiva protección de la honra y la reputación, toda publicación o empresa periodística, cinematográfica, de radio o televisión tendrá una persona responsable que no esté protegida por inmunidades ni disponga de fuero especial.

ARTICULO 13.

El ejercicio del derecho a la libertad de pensamiento y de expresión no puede estar sujeto a previa censura, sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley para asegurar el respeto a los derechos y a la reputación de los demás o a la protección de la seguridad nacional, el orden público, o la salud o la moral pública.

LEY DE EJERCICIO PROFESIONAL DEL PERIODISTA ECUATORIANO²¹

CAPÍTULO III

DEL EJERCICIO DE LA PROFESIONAL

Art. 15.- Para los fines de esta Ley se consideran cargos de desempeño exclusivo de los periodistas profesionales, los siguientes: jefes, subjefes, secretarios de redacción o de información, reporteros o cronistas, titulares o correctores de estilo, reporteros gráficos, corresponsales, diagramadores e informadores; y, directores, jefes y reporteros de los programas de información radial, televisada y cinematográfica.

²¹ Registro Oficial No. 900 de Septiembre 30 de 1975. General Guillermo Rodríguez Lara Presidente de la República del Ecuador.

Art. 16.- Los cargos de editor, director, editorialista, comentarista o redactor que representa la opinión del medio de comunicación colectiva, o el de redactor o columnista de secciones especializadas en ciencias, artes, letras, religión, técnica y en general, de aquellas que representen la opinión del autor, no son de desempeño exclusivo de periodistas profesionales.

Art. 18.- El empleador privado dedicado total o parcialmente a la actividad periodística por cualquier medio, o que dentro de sus actividades mantuviere secciones o departamentos de información periodística, deberá ocupar a periodistas profesionales para los cargos determinados en esta Ley como de desempeño exclusivo de tales periodistas.

Art. 19.- Las remuneraciones de los periodistas a quienes se refieren en los artículos anteriores, podrán estipularse libremente entre el empleador y el trabajador, pero en ningún caso serán inferiores a los que señale el Ministerio de Trabajo y Bienestar Social.

Art. 22.-Tampoco están obligados a contratar periodistas profesionales para el desempeño de funciones exclusivas los empresarios o propietarios de medios de comunicación colectiva que cumplan dos de los siguientes requisitos...; contar con menos de 25 trabajadores en todas sus dependencias.

CÓDIGO DE ETICA: UNESCO²²

Principios internacionales de ética profesional en periodismo

Principio III: La Responsabilidad Social Del Periodista. La información en periodismo se entiende como bien social y no como un producto, lo que significa que el periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida y es, por lo tanto, responsable, no solamente, ante éstos que controlan los medios sino principalmente, ante el público, incluyendo varios intereses sociales. La responsabilidad social del periodista requiere que él o ella actúen, bajo todas las circunstancias, en conformidad con el sentido ético personal.

Principio IV: La Integridad Profesional Del Periodista. El papel social del periodista exige que la profesión mantenga los mayores niveles de integridad, incluyendo el derecho del periodista de rechazar aquel trabajo que vaya en contra de sus convicciones o de divulgar fuentes de la información, así como el derecho de participar en la toma de decisión del medio en el cual está empleado. La integridad de la profesión no permite que el periodista acepte ninguna forma de soborno o ventaja de ninguna persona contrario al bienestar general. Asimismo pertenece a la ética profesional el respeto a la propiedad intelectual y, concretamente, a rechazar el plagio.

Principio VI: Respeto a la intimidad y a la dignidad humana Una parte fundamental de los valores profesionales del periodista es el respeto al derecho del individuo a la intimidad y a la dignidad humana, en conformidad con las provisiones del derecho internacional y nacional referente a la protección de los derechos y de la reputación de otras, prohibiendo la difamación, la calumnia, el soborno y la difamación.

²² Publicado por la cuarta reunión consultiva de periodistas internacionales y regionales, en París, en 1983, bajo los auspicios de la UNESCO.

LEY ORGANICA DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR L.O.E.S.

La L.O.E.S. en su título I capítulo II fines de la educación superior señala:

Art. 8.- Serán Fines de la Educación Superior.- La educación superior tendrá los siguientes fines:

d) Formar académicos y profesionales responsables, con conciencia ética y solidaria, capaces de contribuir al desarrollo de las instituciones de la República, a la vigencia del orden democrático, y a estimular la participación social.

REGLAMENTO DE RÉGIMEN ACADÉMICO DEL SISTEMA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR.

TÍTULO I

DEL ÁMBITO, OBJETIVO Y PRINCIPIOS

Son objetivos del régimen académico garantizar una formación profesional de alta calidad; regular la formación en los niveles técnico superior, de pregrado y de postgrado, en las diversas modalidades; propiciar la investigación científica, tecnológica y social y la vinculación permanente con la colectividad, en un marco de calidad y pertinencia.

CAPÍTULO VI

DEL TRABAJO DE TITULACIÓN O GRADUACIÓN

Art. 86. Las instituciones de educación superior deben propiciar un acercamiento al que hacer científico y a la innovación tecnológica a estudiantes y jóvenes profesionales con talento para la investigación, mediante su vinculación a grupos de investigación y centros de desarrollo tecnológico, a través del trabajo de graduación, becas, servicios a la comunidad, prácticas o pasantías pre-profesionales en los campos de su especialidad, entre otras.

REGLAMENTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN O GRADUACIÓN DE LA UPSE

El capítulo II del reglamento del trabajo de titulación o graduación de la Universidad Estatal península de Santa Elena establece que:

Art. 11 El trabajo de graduación estará relacionado con la especialidad de la carrera y orientado a:

c) Investigación del desarrollo de la ciencia, la tecnología, las artes, las humanidades y los conocimientos ancestrales relacionados con los problemas específicos del ámbito local, regional, nacional, latinoamericano y mundial;

d) investigaciones relacionadas al perfil profesional.

El capítulo IV de la elaboración del trabajo de titulación o graduación, indica:

Estatuto orgánico codificado de la universidad Estatal Península de Santa Elena en el Capítulo II de la misión y objetivos, indica:

Art. 3 La Universidad Estatal Península de Santa Elena tendrá como misión primordial la investigación científica, la formación profesional y técnica, la creación, difusión y desarrolla de la cultura nacional.

Art.4 La Universidad Estatal Península de Santa Elena tendrá como objetivo:

El estudio y planteamiento de soluciones para los problemas de la región peninsular y del país en general.

d) Formar profesionales capaces de ser protagonistas, principales propulsores y gestores del cambio hacia una sociedad más justa y democrática.

CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA EN EL ECUADOR²³

La Federación Nacional de Periodistas del Ecuador dicta el siguiente CODIGO DE ETICA PROFESIONAL para normar la conducta profesional de los periodistas ecuatorianos:

CAPITULO

I

EL PERIODISTA Y LA COMUNIDAD

Artículo 1.- El periodista tiene la obligación de proporcionar a la comunidad una información objetiva, veraz y oportuna.

Artículo 2.- El periodista debe lealtad a las aspiraciones y a los valores fundamentales de su comunidad.

Artículo 4.- La comunidad tiene derecho a ser correctamente informada y el periodista está obligado a evitar la deformación y tergiversación de las informaciones.

Artículo 5.- El periodista no debe utilizar su profesión para denigrar o humillar la dignidad humana.

CAPITULO II

EL PERIODISTA Y EL ESTADO

Artículo 13.- El periodista demandará del Estado la defensa de los derechos de los trabajadores, su capacitación, salarios justos, seguridad social y estabilidad.

Artículo 14.- El periodista exigirá del Estado la plena vigencia de la libertad de expresión, el libre acceso a las fuentes de información y el derecho del pueblo a una información objetiva, veraz y oportuna.

²³ Promulgado en el Registro Oficial No. 120, de 4 de febrero de 1980

Artículo 16.- El periodista debe rechazar cualquier presión del Estado que pretenda obligarle a adoptar determinada posición o identidad política, religiosa o ideológica.

Artículo 18.- El periodista luchará por la plena vigencia de los derechos humanos y se manifestará contrario a los regímenes fascistas o que no respeten la dignidad humana.

CAPITULO III

EL PERIODISTA Y LA FENAPE

Artículo 21.- El periodista está obligado a fomentar la fraternidad y el respeto mutuo entre colegas.

Artículo 22.- El periodista está obligado a defender a sus colegas que, en razón de su ejercicio profesional o creencias políticas, ideológicas o religiosas, sufrieran persecución, cárcel, tortura, exilio o cualquier otro acto represivo del sector público o privado que atente contra su libertad y dignidad.

CAPITULO IV

EL PERIODISTA Y EL EJERCICIO PROFESIONAL

Artículo 24.- El periodista guardará estricto secreto en el ejercicio de su profesión respecto de las fuentes de información.

Artículo 25.- El periodista debe verificar sus informaciones y recurrir a fuentes que garanticen una información veraz.

Artículo 26.- Le está prohibido al periodista recibir bienes o valores destinados a interferir o tergiversar su labor informativa y de opinión.

Artículo 27.- Le está prohibido al periodista utilizar prácticas desleales para desplazar a un colega y ocupar su puesto.

Artículo 28.- Al periodista le está prohibido aceptar remuneraciones inferiores al mínimo establecido por la ley.

Artículo 29.- El periodista denunciará ante la FENAPE las presiones que las fuentes ejerzan sobre el patrono para removerlo injustificadamente o impedir el ejercicio de su profesión.

Artículo 30.- Le está prohibido al periodista comunicar de mala fe informaciones que atenten contra la dignidad, el honor o prestigio de personas, instituciones y agrupaciones.

Artículo 31.- El periodista está obligado a rectificar las informaciones probadas como falsas. Los rumores y las noticias no confirmadas deben identificarse y tratarse como tales.

CAPITULO V

EL PERIODISTA Y LA EMPRESA

Artículo 38.- El periodista exigirá a la empresa respeto a su producción, cuyo sentido no podrá ser cambiado sin su consentimiento.

Artículo 39.- El periodista debe asumir conjuntamente con la empresa la responsabilidad de toda información elaborada por él y difundida sin que ésta haya sufrido alteración ajena a su voluntad.

Artículo 40.- El periodista debe propender a que se le reconozca el derecho a intervenir en la elaboración y ejecución de la política editorial e informativa del medio en que trabaja.

Artículo 41.- El periodista debe exigir en sus relaciones con la empresa un tratamiento ajustado a su dignidad y al valor e importancia que tiene su profesión en la sociedad.

CAPITULO VII

DISPOSICION FINAL

Artículo 44.- El presente CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL fue aprobado por el Comité Ejecutivo Nacional de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, en la ciudad de Cuenca, el 17 de noviembre de 1978.

CAPITULO II

METODOLOGÍA O ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación, analizado desde el punto de vista cuali - cuantitativo es factible en razón del problema y objetivos que se esperan lograr. Por tanto, para la comprensión y descripción de los hechos utilice técnicas cualitativas orientándolos básicamente a los procesos, y al conocimiento de la realidad dinámica y holística.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de esta investigación se ha utilizado el Método Inductivo, porque nos permite observar las causas del problema, estableciendo conclusiones donde determinaremos la procedencia de las mismas, a fin de analizar este fenómeno en mayor grado partiendo de lo particular a lo general.

“El Método Inductivo es un proceso analítico, sintético, mediante el cual se parte del estudio de causas, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general” MSc. Wilson Gonzalo Paredes Garcés; Como desarrollar una tesis.

Así en el tema “El código de ética periodística y su incidencia en los comunicadores radiales en temas políticos Provincia Santa Elena 2010 - 2011.” analizamos detalladamente los hechos suscitados en torno al ámbito político dentro de nuestra jurisdicción provincial y el proceder de los comunicadores al tratar estos temas, entonces tenemos un estudio desde el ámbito local(provincia Santa Elena) y esto nos llevaría a

proyectarnos a lo que ocurre con periodistas y personajes políticos entorno a la ética profesional y periodística, sobre todo en época de campaña electoral.

Para el cumplimiento de los objetivos fue necesario también incluir en la investigación el Método Histórico Lógico, el cual nos permitió estudiar cómo se desarrollaron los procesos políticos y la participación de los comunicadores radiales en el marco de la ética; es decir las etapas que se presentan y el accionar de los sujetos de investigación.

Con la utilización de este método logré sostener esta investigación en acontecimientos que muestren datos reales válidos para el análisis de lo sucedido. Es que hablar de una etapa del proceso electoral es hablar también de un todo ya que nos encontramos en una provincia joven donde las acciones adelantadas iban y venían mucho antes de iniciar la campaña, también es importante incluir el método que nos ayude a establecer una cronología de los hechos, para avanzar en la investigación encontramos, las respuestas a ¿Cuál fue el accionar de los comunicadores de radio en conjunto e individualmente? ¿Qué resultados se obtuvieron de esas acciones? ¿Quiénes se beneficiaron? y ¿Quiénes salieron perjudicados? Todo esto nos guiara hacia la comprobación de la hipótesis. Para ello es necesario clasificar la investigación para viabilizar correctamente el estudio.

Según el Propósito planteado la temática de investigación es Aplicada pues sirve para resolver problemas prácticos, concretos, como si ¿Es determinante el desconocimiento del código de ética en el ejercicio de los comunicadores radiales en temas políticos?

Según el Nivel de Estudio es Descriptiva ya que ubiqué sobre la mesa de estudio todo lo que encontré en el ambiente social y político para realizar

una descripción de los hechos suscitados relacionados con el tema tal y como acontecieron.

Según el Lugar la investigación es De Campo pues estamos en contacto con el ambiente en que se desarrolla el estudio y donde se han dado acontecimientos que muestran claramente la problemática y más aún cuando se investiga con conocimiento de causa desde el lugar de los hechos.

En los Diseños por la Dimensión Temporal se ha utilizado los Diseños Transversales porque a pesar de que el problema se establece en todos los tiempos y esferas la investigación se basa en el estudio de un hecho puntual en un determinado corte en el tiempo para ampliarlo posteriormente.

POBLACIÓN Y MUESTRA

En todo proceso de investigación se establece el objeto de la misma, como lo es la población, de ella se extrae la información requerida para su respectivo estudio. En este orden de ideas, Ramírez, T. (1998) define población como: La que reúne tal como el universo a individuos, objetos, entre otros que pertenecen a una misma clase de características similares, se refiere a un conjunto limitado por el ámbito del estudio a realizar. La población forma parte del universo

Desde el punto de vista Estadístico, de acuerdo con Balestrini (2004, p. 122), la población o universo puede estar referido a cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características, o una de ellas, y para el cual serán válidas las conclusiones obtenidas en la investigación. Es el conjunto finito o infinito de personas, casos o elementos que presentan características comunes.

Para el análisis de datos de todo proyecto de investigación, deben sintetizarse en muchos casos, el conjunto de sujetos con características semejantes que están sometidos al estudio y que son agrupados con la denominación de la muestra. En consecuencia Aranguren, S. (1997) define la muestra como “aquellos métodos para seleccionar las unidades de investigación que son utilizados al azar de manera que todos objetos o sujetos que tienen la posibilidad de ser seleccionados como elemento representativo de la población de donde provienen” (p.49) Por consiguiente se puede establecer que la muestra representa a un subgrupo de la población, objeto del estudio y que se extrae cuando no es posible medir a cada una de las unidades de dicha población. Es decir en este caso el número de personas que están ligadas directamente con el objeto de la investigación.

Una vez conceptualizada la Población y la Muestra según varios autores procedemos a determinar los componentes o individuos con quienes se va a llevar a cabo la investigación. Así delimitamos el ámbito de la investigación definiendo una población y seleccionando la muestra.

Población

Para realizar nuestra investigación tomamos como universo dos campos con sus respectivos grupos de personas que serán objeto de estudio. Considerando que nuestro tema es: “El código de ética periodística y su incidencia en los comunicadores radiales en temas políticos Provincia Santa Elena 2010 - 2011.” Los campos a estudiar son los comunicadores radiales de la provincia Santa Elena y los sujetos políticos participantes en las elecciones generales del 26 de abril del 2010 recordando que los comicios electorales tienen etapas, es decir no solo empiezan con la campaña y culminan con el sufragio.

En consecuencia la población del presente trabajo es: 30 comunicadores radiales de la provincia de Santa Elena y 348 sujetos políticos participantes dando un total de 378 según datos oficiales del Consejo Nacional Electoral, Delegación Provincia de Santa Elena.

Muestra

La fórmula de la muestra probabilística estratificada: nos permite calcular el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{N(p.q)}{(N-1) (e/K)^2 + p.q}$$

n= tamaño de la muestra

N= universo

p= Posibilidades a favor de que se cumpla la hipótesis.

q= Posibilidades en contra de que se cumpla la hipótesis.

e= error admisible.

K= 2

$$n = \frac{378 (0,5 \cdot 0,5)}{(378-1) (0,05/2)^2 + 0,5 \cdot 0,5}$$

$$377(0,25)$$

$$n = \text{-----}$$

$$(377) (0,0025/4) + 0,25$$

$$94,5$$

$$n = \text{-----}$$

$$(377) (0,000625) + 0,25$$

$$94,5$$

$$n = \text{-----}$$

$$0,235625 + 0,25$$

$$94,5$$

$$n = \text{-----}$$

$$0,485625$$

$$n = 194,59459$$

$$n = 195$$

Tamaño de la Fracción Muestral

$$f = \frac{195}{378}$$

$$f = 0,5159$$

FRACCIÓN MUESTRAL

Cuadro # 2

ESTRATOS	ELEMENTOS x f	CUPO
COMUNICADORES RADIALES	30 x 0,5159	15
SUJETOS POLÍTICOS	348 x 0,5159	180
TOTAL		195

INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

En el desarrollo de la investigación es preciso hacer uso de Fuentes Primarias para posibilitar el estudio, utilizando herramientas adecuadas para facilitar el procesamiento de la información, tales como:

La Observación Científica.-Es la primera técnica utilizada en las investigaciones, y es que existen varios aspectos que solo se pueden identificar mediante la observación haciendo una relación del problema con el entorno en el que se origina, desarrolla, o mantiene. En este caso iniciamos con la observación científica que según Claire Selltiz (1980: 346) Señala que sirve a un objeto previamente formulado en la investigación, lo que en palabras de Ivanovich (1990:49) es que la observación científica consiste en la percepción sistemática y dirigida a captar los aspectos más significativos de los objetos, hechos, realidades sociales y personas en el contexto donde se desarrollan normalmente.

La Entrevista.- Fuente de información más confiable por realizarse de manera directa con los sujetos involucrados en procesos propios de estudio para la investigación, se tomó esta fuente como ejemplo de lo sucedido y rescaté citas textuales del tema. El Diccionario Enciclopédico Salvat la define como Vista, reunión o cita de dos o más personas en un lugar determinado para tratar o resolver algún asunto o para tomar nota de las respuestas de uno o varios e informar al público, o para recoger datos acerca de un problema social o psicosocial, etc.... (Salvat Editores, 1993, Tomo 8, p. 438). Mientras Kerlinger (1985, p. 338) la entiende como una confrontación interpersonal, en la cual una persona (el entrevistador) formula a otra (el respondiente) preguntas cuyo fin es conseguir contestaciones relacionadas con el problema de investigación.

La Encuesta.-Esta técnica se convierte en una herramienta eficaz, a través del cuestionario estableceremos la situación real sobre los datos

proporcionados de los actores incluidos en la muestra. Restituto Sierra Bravo (1983: 267) manifiesta que la encuesta consiste en la obtención de datos de interés social mediante la interrogación a los miembros de la sociedad.

Estas técnicas son las apropiadas de primera mano relativas al objeto de estudio, pues nos dieron testimonio o evidencia sobre el tema objeto previamente formulado en la investigación. La observación se fundamenta en la experiencia y las acciones vistas en ese periodo de tiempo con todos los personajes que intervienen, mientras que la entrevista es paralela a las encuestas para recabar todos los datos adicionales; las mismas también serán dirigidas a los presidentes de los gremios periodísticos para auscultar su pensamiento y se consideró enfatizar la técnica de la entrevista a los sujetos políticos ya que son ellos los mayormente beneficiados o perjudicados. Al final las encuestas se dirigen tanto a los comunicadores radiales de la provincia como a los sujetos políticos participantes quienes respondieron al cuestionario obteniendo los resultados que posteriormente damos a conocer.

La encuesta se convirtió en esta investigación en un instrumento de medición confiable para obtener las respuestas correspondientes que ayudaron a despejar la principal interrogante de la formulación del problema.

Dicho instrumento fue separado en dos partes para llegar al entendimiento en los dos campos de estudio divididas en:

Encuesta 1: Para Comunicadores Radiales.

Encuesta 2: Para Sujetos Políticos.

Considerando las mismas variables e indicadores que se definen de la siguiente manera:

Cuadro # 3

INDICADORES	Encuesta 1	Encuesta 2
Código de Ética	Preg.1,3,4	Preg.1,5,10
Valores	Preg. 9,11	Preg. 3,4,8
Disposiciones	Preg.2,10	Preg.11
Manual de Procedimientos	Preg.5,6,7,12	Preg. 2
Información, Noticias	Preg. 8	Preg. 6
Contenidos	Preg. 13	Preg. 7
Forma de pago	Preg. 14	Preg. 9
Total Preguntas	14 Preguntas	11 Preguntas

PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Investigación documental: Estudio de bibliografía de periodismo radial; Ética Periodística; Política y Medios de Comunicación.

Recolección de datos: A través de las técnicas de investigación primaria se reunieron todos los elementos a procesar.

Revisión de datos: Los resultados de encuestas entrevistas y demás se tabulados y procesados.

Diagnóstico: Luego de la tabulación obtenemos una visión del tema de estudio y se determinan las posibles soluciones.

Propuesta: Creación y socialización de un **MANUAL DEONTOLÓGICO DE PROCEDIMIENTOS PARA LOS COMUNICADORES RADIALES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA** a fin de que tengan una normativa, base de ética la conozcan y apliquen al ejercer su profesión.

CAPITULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Para el análisis y procesamiento de datos fue necesario utilizar la observación científica que permitió obtener el mayor número de datos, considerando que gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación, se recabo datos a través de la observación científica participativa pues se facilitaba encontrarme inmersa en el ámbito y el problema, así pude observar la realidad sin mayores complicaciones, detalladas en las siguientes fichas.

FICHAS DE OBSERVACIÓN CIENTÍFICA

Cuadro # 4

<p>N° 01</p> <p>Investigador: Jennyffer Carvajal P.</p> <p>Año 2009</p> <p>ELECCIONES PRIMARIA</p> <p>Los medios de comunicación radial y sus periodistas tomaron posturas también políticas, por elecciones primarias.</p> <p>Intentan ingresar al movimiento oficialista P. Cisneros (Alcalde de L.L) y D. Gonzabay (Alcalde de S.E.) sin lograrlo, lo que sorprendió pues en las elecciones anteriores para Prefecto de Santa Elena ellos apoyaron a la candidata oficialista (como ellos otros pre- candidatos fueron rechazados por no cumplir con los procesos y/o tiempo). Este hecho constituye un distanciamiento entre los sujetos políticos, pues, estos dos líderes se unieron al Movimiento Municipalista a nivel nacional que llegó a convertirse en la segunda fuerza política de la provincia, es entonces cuando los periodistas de radio empiezan a alinearse con los sujetos políticos tanto del oficialismo como del municipalismo; se había formado también dos bandos de radio.</p>

Cuadro # 5

N° 02

Investigador: Jennyffer Carvajal P.

Año 2009

RADIOS Y COMUNICADORES RADIALES IDENTIFICADOS

En esta etapa del proceso ya la ciudadanía sabe que existen radios afines con la 35 PAIS y 24 MUNN pues se analizan los panoramas de ganar los unos o los otros aprovechando las circunstancias para resaltar a su candidato y opacar a los adversarios, peor aun cuando se cometían errores; los camisetaos también se convierten en un dilema para los comunicadores.

Cuadro # 6

N° 03

Investigador: Jennyffer Carvajal P.

Año 2009

DESARROLLO DE LA CAMPAÑA POLÍTICA.

Todos contra todos; cualquier recurso se utilizaba a favor y/o en contra, proliferan los noticieros y aparecen nuevos “comunicadores radiales”.

Es aquí donde se libra una guerra sin cuartel (con micrófonos y pasquines) los periodistas de radio en la mayoría de los casos dejan caer sus máscaras y se muestran de frente a una campaña apoyando su movimiento. Se valen de todo, los micrófonos y las cabinas de locución se convierten en tarimas de mítines políticos; los problemas familiares y asuntos privados de los candidatos se convierten en el pan nuestro en las radios, los comunicadores ventilaban hasta el más mínimo detalle ya no se emitía información ni noticias al 100%.

Cuadro # 7

N° 04

Investigador: Jennyffer Carvajal P.

Año 2009-2010

EFFECTOS DE UNA CAMPAÑA INADECUADA

Contra todo pronóstico cambian las preferencias por el “aporte” que los periodistas de radio realizaron.

La intención del voto en el desarrollo de la campaña casi definía los resultados a pocas semanas de las elecciones, el municipalismo se atribuía la prefectura y las alcaldías de La Libertad y Santa Elena, el oficialismo tenía seguras las mayorías en los concejos cantonales y peleaba por la prefectura pero con lo que se ventiló por las radios sumado a los pasquines todo giro repentinamente y al final los ganadores fueron otros.

INFORME DE OBSERVACIÓN

Los acontecimientos observados en el proceso de elecciones generales 2009 muestran claramente como los medios de comunicación radial juegan un papel importante durante los comicios, sin embargo la importancia puede ser positiva para unos y negativa para otros por los comentarios que se emitan por parte de los comunicadores radiales quienes en este caso presentaron muchos olvidaron sus principios y objetividad para defender a capa y a espada a su candidato, otro factor que se analiza es la repentina y masiva proliferación de periodistas en radio que solo salieron por ese lapso de tiempo con una consigna.

La observación científica ha sido importante ya que nos ha permitido explorar la realidad y más importante que eso analizarla y plasmarla en búsqueda de una solución.

Se observan claramente la falta de ética que por alguna razón hace que los comunicadores de radio no la apliquen, así mismo podemos indicar que la falta de profesionalismos y más bien el empirismo perjudican al verdadero periodismo en la provincia Santa Elena.

Los siguientes instrumentos de recolección de datos son la entrevista y la encuesta que permitieron el procesamiento cualitativo y cuantitativo. Mediante la encuesta personal y telefónica se establecieron preguntas cerradas dicotómicas y politómicas (de opción múltiple) además de una pregunta abierta, todo esto ayudo a llevar paralelamente la realización de una entrevista, aquí el análisis de las dos encuestas.

Fue necesario también realizar dos cuestionarios uno para comunicadores radiales y uno para sujetos políticos manteniendo los mismos indicadores dentro de las variables.

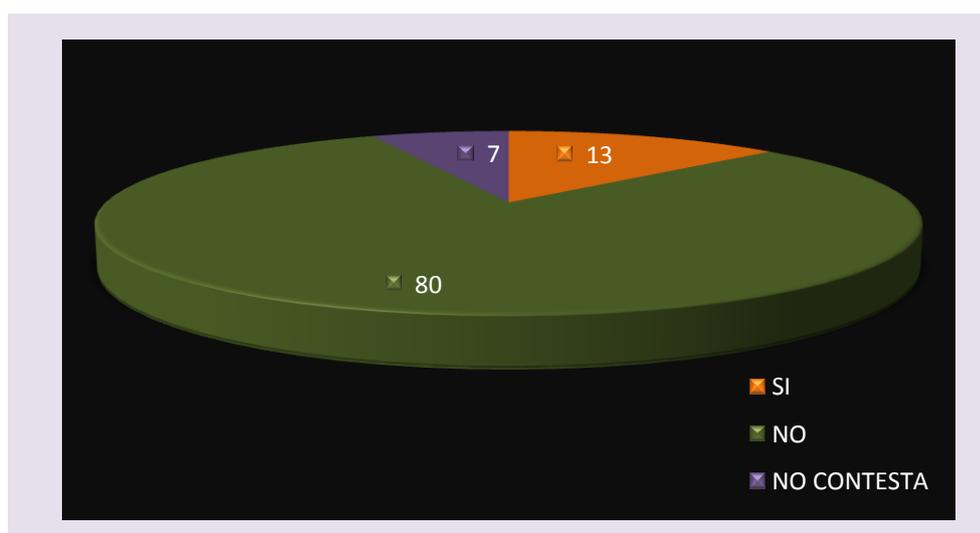
ENCUESTA 1 PARA COMUNICADORES RADIALES

1. ¿Los trabajadores de este medio aplican un código de ética?

Cuadro # 8

ALTERNATIVAS	COMUNICADOR	% COMUNICADOR
SI	2	13
NO	12	80
NO CONTESTA	1	7
TOTAL	15	100

Grafico # 2



Análisis e interpretación:

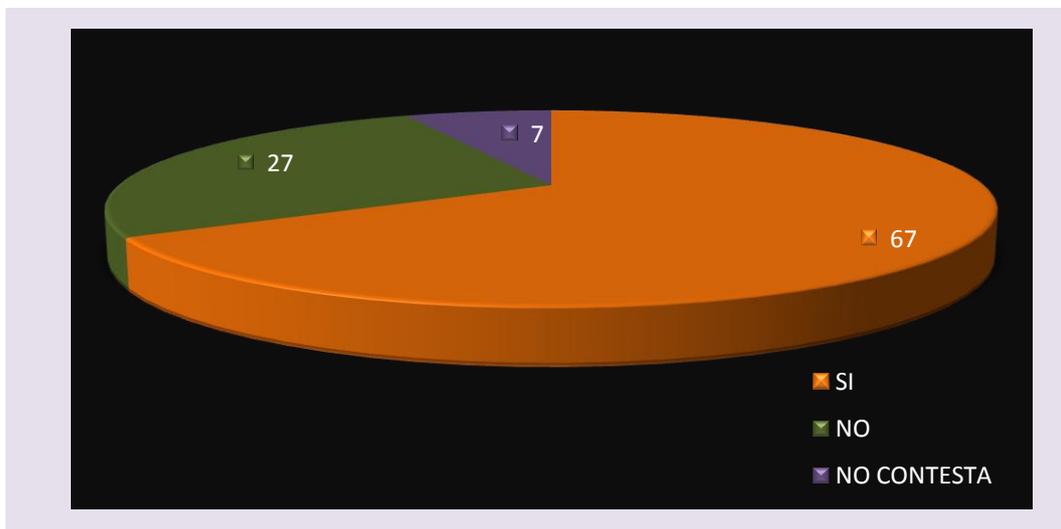
Los comunicadores encuestados en su mayoría coinciden en señalar que no se aplica un código de ética en los medios de comunicación en los que laboran, es más, al momento de la entrevista manifestaron que nunca se hace alusión de aquello al cumplir con su labor nadie les ha indicado si en realidad existe uno mientras otro si conocían pero no su contenido.

2. ¿Recibe Ud. disposiciones al tratar temas políticos?

Cuadro # 9

ALTERNATIVAS	COMUNICADOR	% COMUNICADOR
SI	10	67
NO	4	27
NO CONTESTA	1	7
TOTAL	15	100

Grafico # 3



Análisis e interpretación:

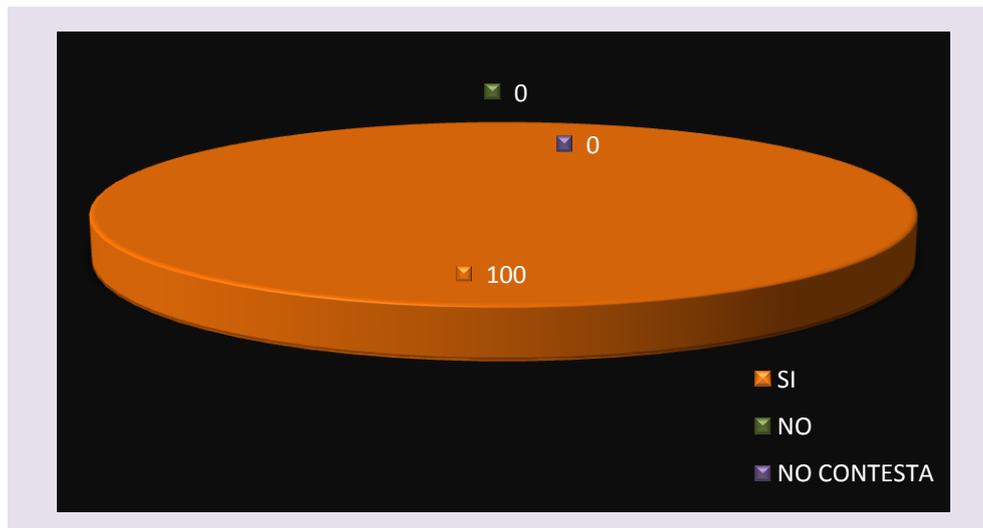
Los resultados reflejan claramente como los comunicadores radiales reciben disposiciones al momento de tratar temas políticos, sin tener independencia para realizar su trabajo periodístico, la mayoría argumento que las disposiciones eran directrices que dan los superiores según en momento y dependía de muchos factores.

3. ¿Conoce Ud. el significado de valores?

Cuadro # 10

ALTERNATIVAS	COMUNICADOR	% COMUNICADOR
SI	15	100
NO	0	0
NO CONTESTA	0	0
TOTAL	15	100

Grafico # 4



Análisis e interpretación:

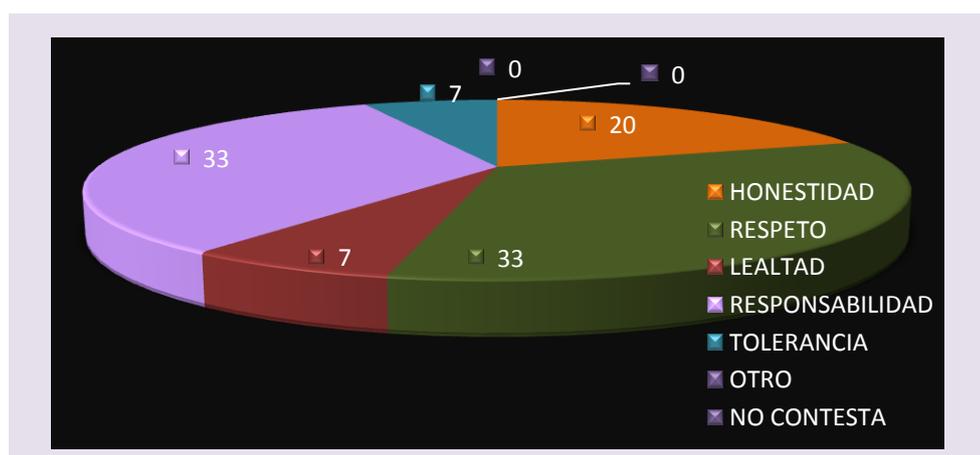
Como era de esperarse todos los encuestados y entrevistados conocen el significado de valores, es más citaron que los aprendieron en casa desde niños y que son importantes para la vida diaria. Conocerlos es fácil lo difícil a veces es practicarlos.

4. De las siguientes opciones ¿Qué valor prioriza Ud. en su profesión?

Cuadro # 11

ALTERNATIVAS	COMUNICADOR	% COMUNICADOR
HONESTIDAD	3	20
RESPETO	5	33
LEALTAD	1	7
RESPONSABILIDAD	5	33
TOLERANCIA	1	7
OTRO	0	0
NO CONTESTA	0	0
TOTAL	15	100

Grafico # 5



Análisis e interpretación:

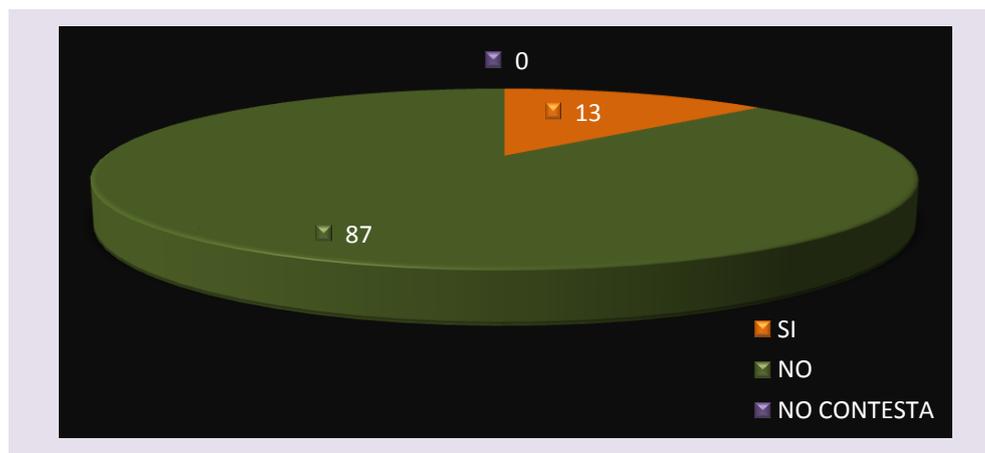
El respeto y la responsabilidad alcanzaron el mismo porcentaje, de acuerdo a los resultados obtenidos estos son los valores que más priorizan los comunicadores radiales argumentan que para esa profesión es indispensable respetar para ser respetado y de igual manera conocer que es una altísima responsabilidad emitir información en radio ya que todo es al instante y se tiene gran credibilidad.

5. ¿La institución donde usted labora cuenta con un orgánico funcional donde se establezcan cargos y roles específicos?

Cuadro # 12

Alternativas	COMUNICADOR	% COMUNICADOR
SI	2	13
NO	13	87
NO CONTESTA	0	0
TOTAL	15	100

Grafico # 6



Análisis e interpretación:

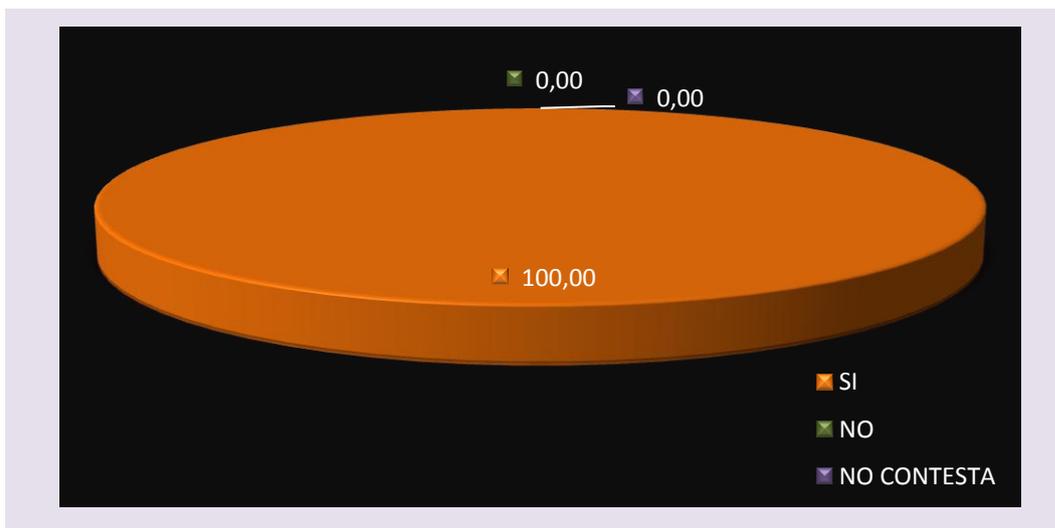
Este factor es importante para el análisis ya que en toda institución o empresa siempre debe existir un orgánico funcional para el desempeño de las labores adecuadamente, situación que no se refleja en los medios de comunicación radial de la provincia pues la mayoría de los encuestados respondió que no cuenta con este instrumento valioso, es mas no saben en q orden jerárquico ubicarse.

6. ¿Cree Ud. que es importante que las radios cuenten con un manual de procedimientos con el que los comunicadores sepan que hacer y quien debe proceder según los temas?

Cuadro # 13

Alternativas	COMUNICADOR	% COMUNICADOR
SI	15	100
NO	0	0
NO CONTESTA	0	0
TOTAL	15	100

Grafico # 7



Análisis e interpretación:

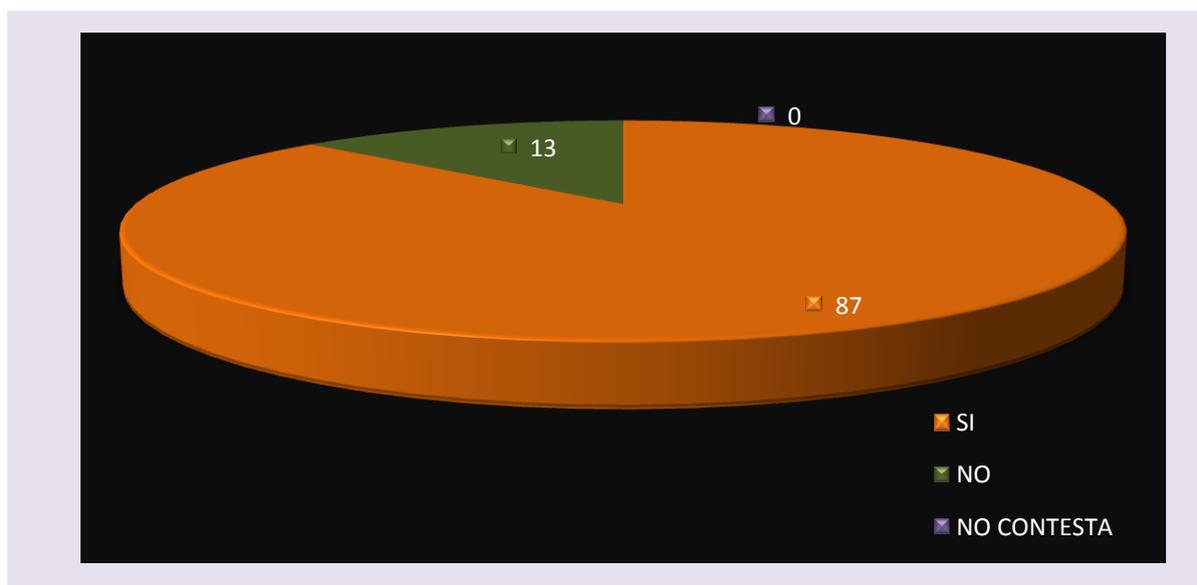
Los comunicadores radiales encuestados eligieron la opción si, manifestando la importancia de que exista un manual por lo menos básico para saber que hacer o quien debe proceder en diferentes circunstancias, de esta manera se podrían evitar errores que pueden llevar hasta los despidos.

7. La institución donde usted labora cuenta con un manual de procedimientos para los espacios de información?

Cuadro # 14

Alternativas	COMUNICADOR	% COMUNICADOR
SI	13	87
NO	2	13
NO CONTESTA	0	0
TOTAL	15	100

Grafico # 8



Análisis e interpretación:

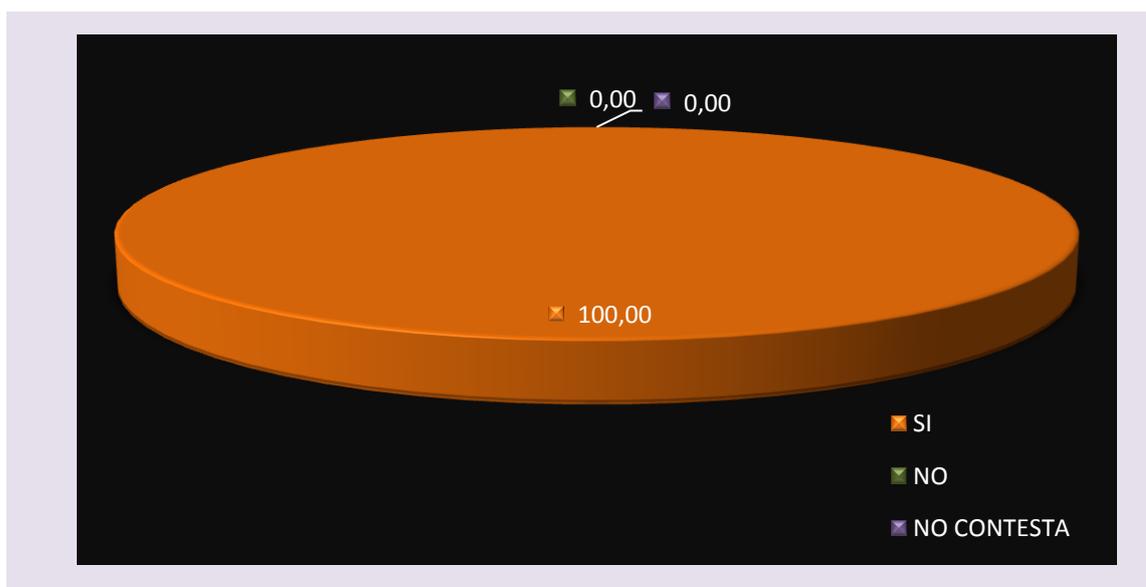
Los comunicadores encuestados respondieron en un 86,67 % que no cuentan con un manual para los espacios de información y manifiestan que muchas veces se encuentran inmersos en dilemas por no conocer por lo menos de una guía base.

8. ¿Cree Ud. que influye su trabajo informativo periodístico en temas políticos?

Cuadro # 15

Alternativas	COMUNICADOR	% COMUNICADOR
SI	15	100
NO	0	0
NO CONTESTA	0	0
TOTAL	15	100

Grafico # 9



Análisis e interpretación:

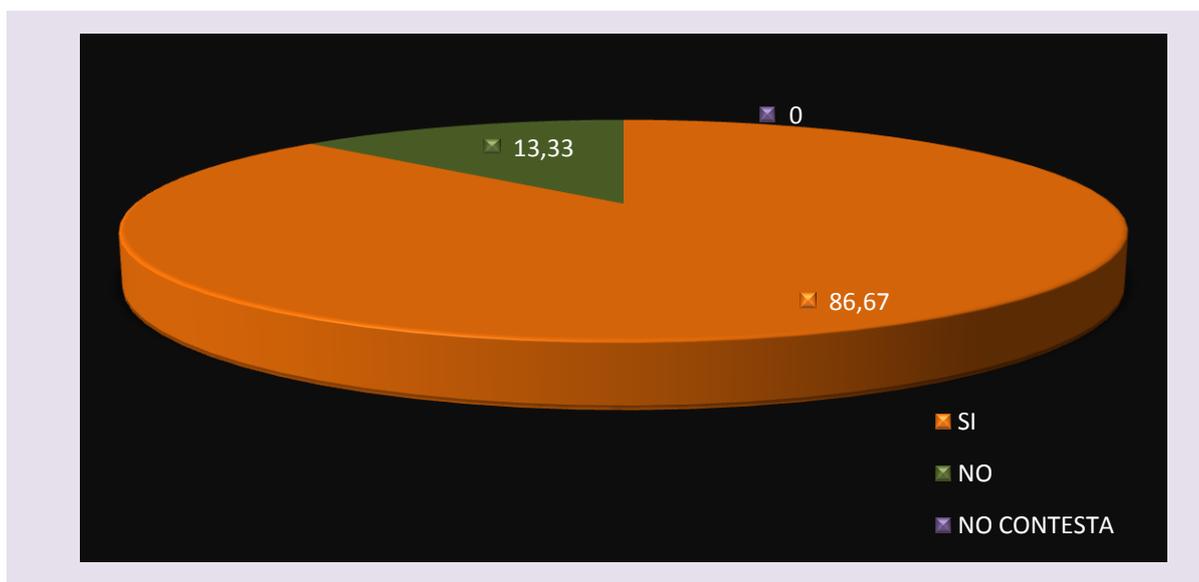
Definitivamente con los resultados de esta pregunta se confirma que los comunicadores radiales con su trabajo influyen más aún si se trata de temas políticos porque el poder de la palabra puede cambiar la realidad. Ellos consideran de gran importancia su trabajo pero esto no se valora por parte de los empleadores.

10. ¿Ha recibido presiones de sujetos políticos para dirigir sus opiniones?

Cuadro # 16.1

Alternativas	COMUNICADOR	% COMUNICADOR
SI	13	87
NO	2	13
NO CONTESTA	0	0
TOTAL	15	100

Grafico # 10.1



Análisis e interpretación:

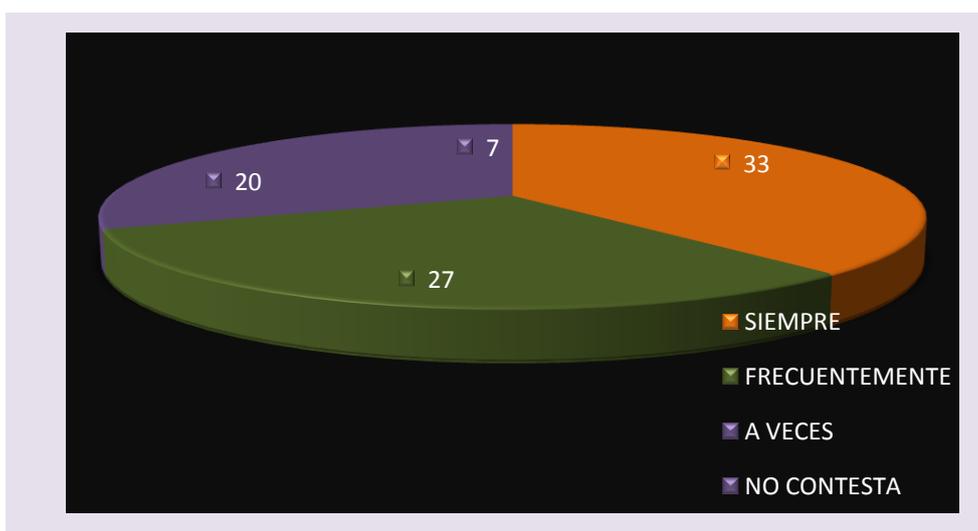
Los resultados muestran una clara realidad a la que se enfrentan los comunicadores de radio, recibir presiones para dirigir sus opiniones y hasta noticias, las mismas que pueden ir desde regalos anticipados para comprometer, hasta amenazas personales y familiares, lo cierto es que las presiones se dan y de parte de quienes menos se esperan.

Si respondió SI a la pregunta 10 señale:

Cuadro # 16.2

Alternativas	COMUNICADOR	% COMUNICADOR
SIEMPRE	5	33
FRECUENTEMENTE	4	27
A VECES	3	20
NO CONTESTA	1	7
TOTAL	13	87

Grafico # 10.2



Análisis e interpretación:

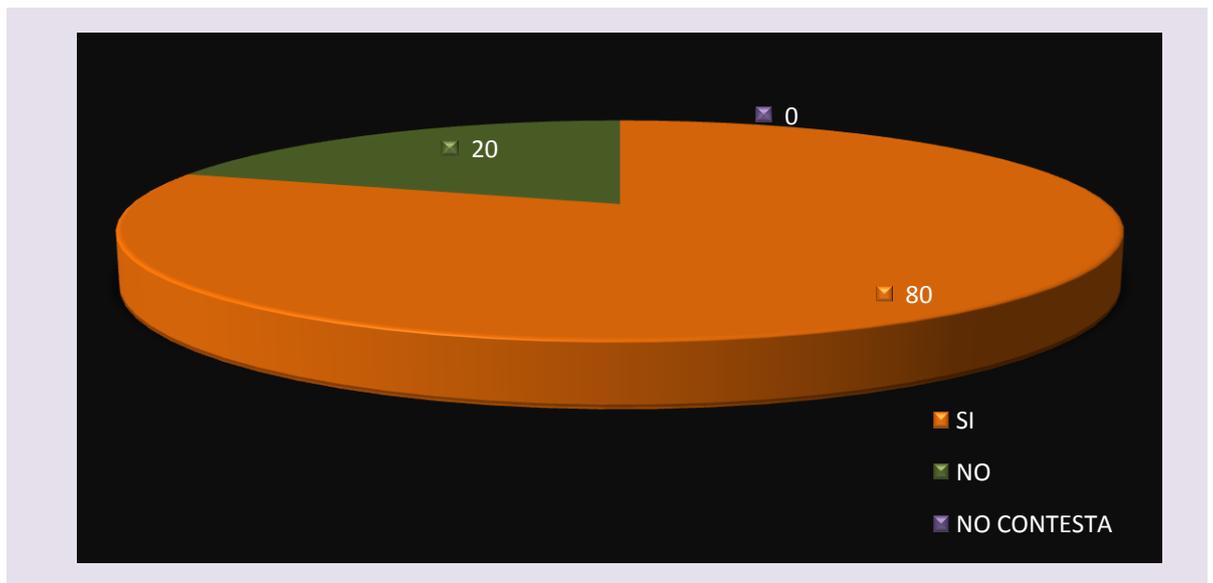
Esta interrogante es la continuación de la pregunta 10 para conocer más detalladamente con qué frecuencia se dan las presiones a los comunicadores radiales para dirigir los comentarios obteniendo como resultado que el 33% de los encuestados indica que las amenazas se dan siempre, seguido del 27% que responden que esto es frecuentemente más aun cuando se acercan campañas políticas.

11. ¿Cree Ud. que los espacios informativos radiales en la provincia están viciados?

Cuadro # 17

ALTERNATIVAS	COMUNICADOR	% COMUNICADOR
SI	12	80
NO	3	20
NO CONTESTA	0	0
TOTAL	15	100

Grafico # 11



Análisis e interpretación:

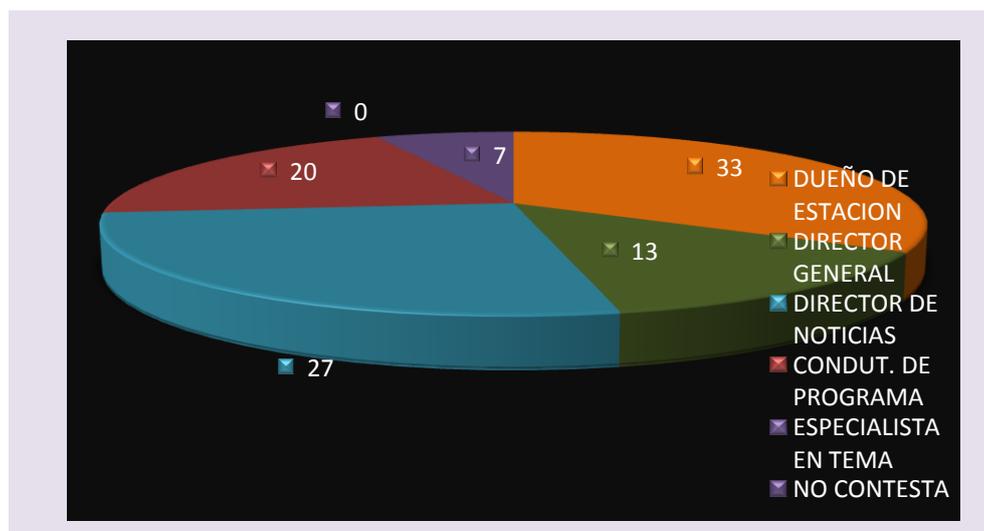
Esta interrogante busca la autoevaluación de los comunicadores como entes informativos a la que respondieron que si en un 80% quienes prefirieron darse un baño de verdad de lo que nos rodea y lo que pueden brindar como parte de un medio de comunicación.

12. ¿El procedimiento para tratar temas políticos lo dirige:

Cuadro # 18

ALTERNATIVAS	COMUNICADOR	% COMUNICADOR
DUEÑO DE ESTACION	5	33
DIRECTOR GENERAL	2	13
DIRECTOR DE NOTICIAS	4	27
CONDUT. DE PROGRAMA	3	20
ESPECIALISTA EN TEMA	0	0
NO CONTESTA	1	7
TOTAL	15	100

Grafico # 12



Análisis e interpretación:

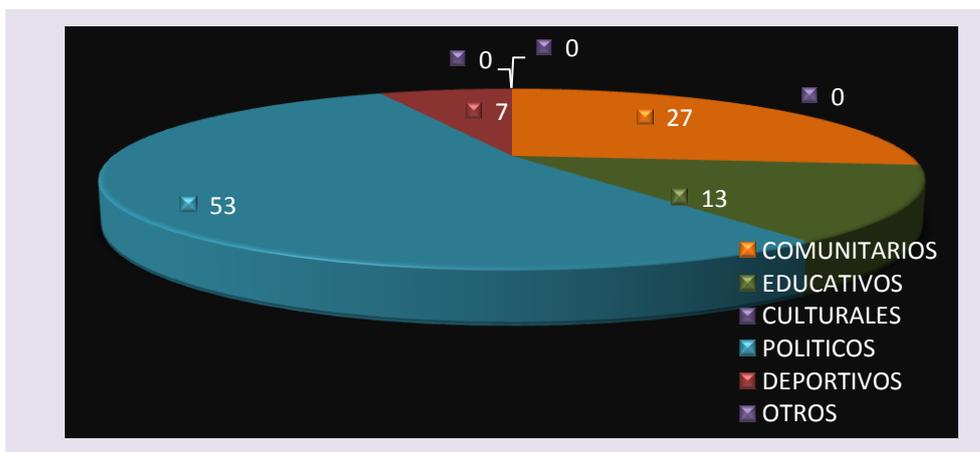
Aquí se ratifica la importancia de establecer un orden jerárquico o por lo menos un manual de procedimientos dentro de una radio pues los resultados muestran que los temas políticos se dirigen en completo desorden y con poco profesionalismo en lugar de actuar primero el Director de Noticias lo hace el dueño de la estación radial como si fuera cualquier tema administrativo lo peor es que la mayoría de los dueños de radio en la Provincia solo son empresarios.

13. De las siguientes opciones señale que tema le da mayor audiencia en los informativos.

Cuadro # 19

ALTERNATIVAS	COMUNICADOR	% COMUNICADOR
COMUNITARIOS	4	27
EDUCATIVOS	2	13
CULTURALES	0	0
POLITICOS	8	53
DEPORTIVOS	1	7
OTROS	0	0
NO CONTESTA	0	0
TOTAL	15	100

Grafico # 13



Análisis e interpretación:

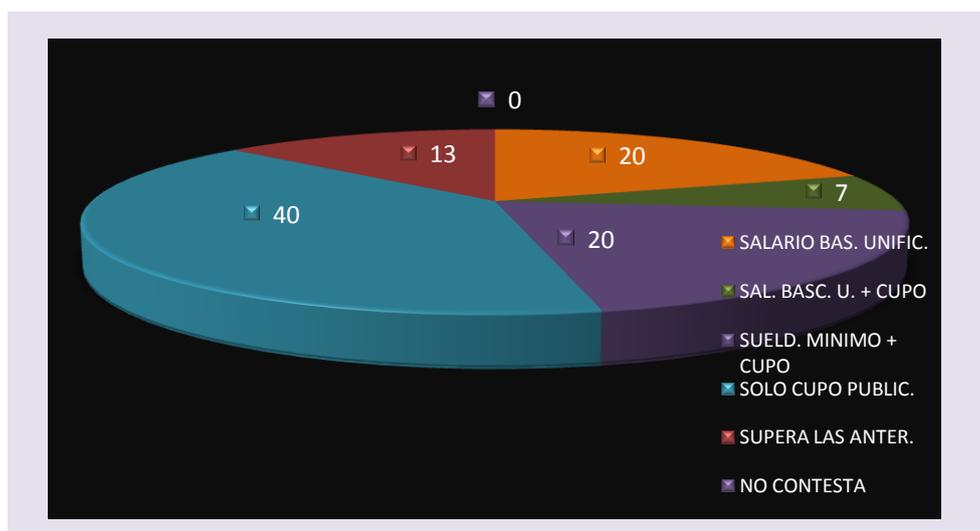
El gran porcentaje que alcanzó la opción temas políticos se debe a que no se tratan adecuadamente y se hace de ellos una polémica lo que gusta a la audiencia y se eleva la sintonía, algo que no se logra con otros temas que requieren investigaciones a fondo y mayor esfuerzo para que se mantengas por algún tiempo en los picos de sintonía.

14. De las siguientes opciones señale ¿Cuál es la forma de pago por su trabajo en la estación radial?

Cuadro # 20

ALTERNATIVAS	COMUNICADOR	% COMUNICADOR
SALARIO BAS. UNIFIC.	3	20
SAL. BASC. U. + CUPO	1	7
SUELD. MINIMO + CUPO	3	20
SOLO CUPO PUBLIC.	6	40
SUPERA LAS ANTER.	2	13
NO CONTESTA	0	0
TOTAL	15	100

Grafico # 14



Análisis e interpretación:

Esta pregunta brinda un valioso aporte a la investigación ya que el factor económico puede incidir mucho en nuestras vidas y en un mercado pequeño para esta profesión los trabajadores de la comunicación radial aceptan las formas de pago impuestas por el empleador y como lo demuestra la gráfica la mayoría de ellos solo tienen cupo publicitario es decir ganan si pueden conseguir publicidad y cuando no hay simplemente se buscan otras opciones.

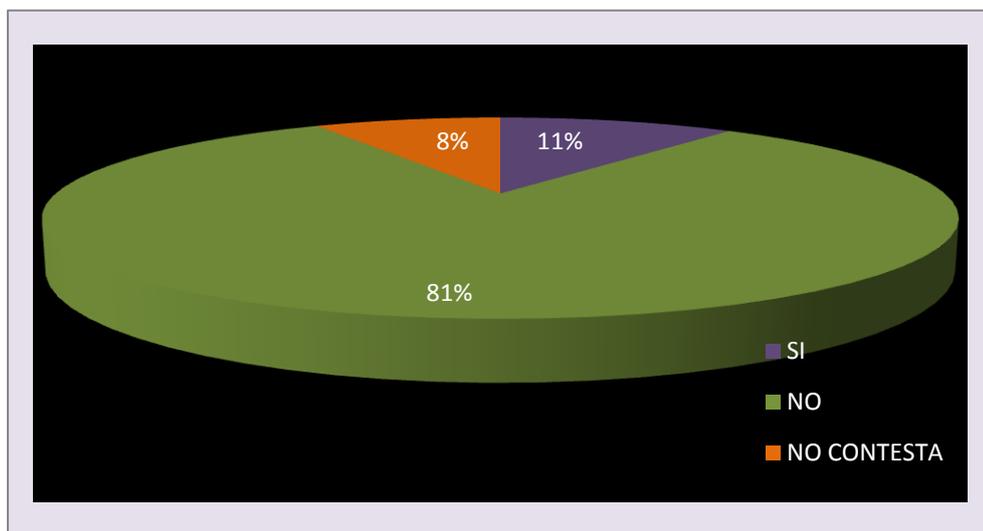
ENCUESTA 2 SUJETOS POLITICOS

1. ¿Cree usted. que los comunicadores radiales de la provincia aplican un código de ética en temas políticos?

Cuadro # 21

ALTERNATIVAS	SUJETOS POLITICOS	% SUJET. POLIT.
SI	19	11
NO	146	81
NO CONTESTA	15	8
TOTAL	180	100

Grafico # 15



Análisis e interpretación:

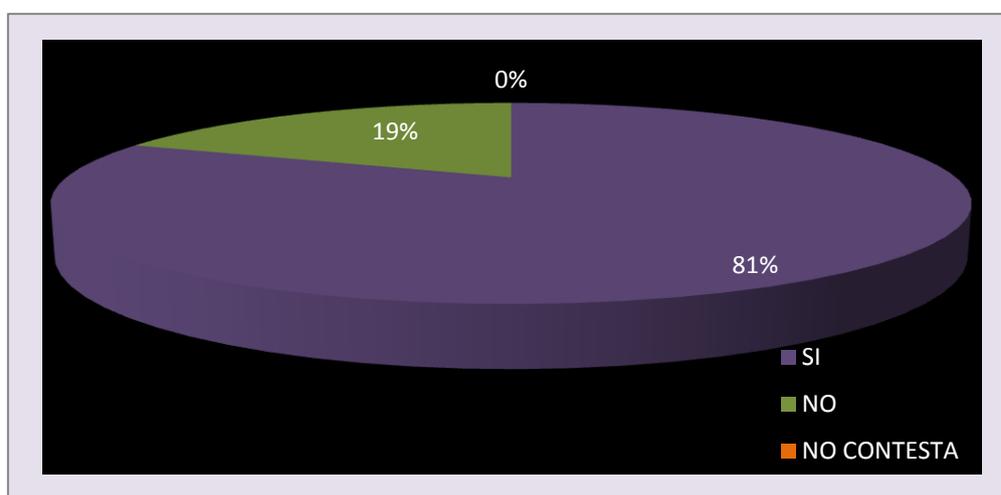
El 81% de los sujetos políticos encuestados responde que creen que los comunicadores radiales de la provincia no aplican un código de ética porque sus acciones están alejadas de la ética por la propia experiencia de sus trayectorias políticas aseguran que no se aplica ningún código de ética.

2. ¿Cree Ud. que es importante que las radios cuenten con un manual de procedimientos con el que los comunicadores sepan que hacer y quien debe proceder según los temas

Cuadro # 22

ALTERNATIVAS	SUJETOS POLITICOS	% SUJET. POLIT.
SI	146	81
NO	34	19
NO CONTESTA	0	0
TOTAL	180	100

Grafico # 16



Análisis e interpretación:

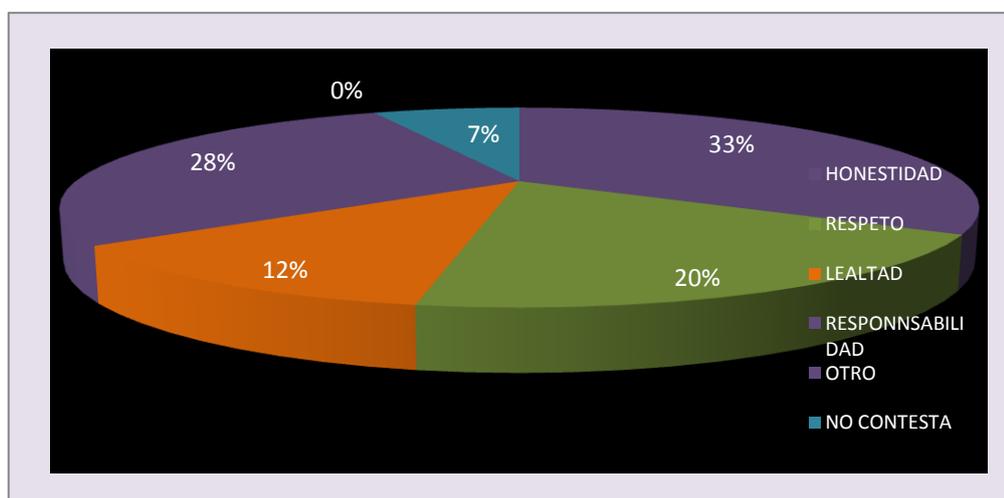
La mayoría de los encuestados respondió que sí es importante que cuenten con un manual de procedimientos que sea socializado y puesto en práctica lo antes posible para que su labor informativa sea la correcta y con un poco más de profesionalismo.

3. De los siguientes valores señale ¿Cuáles debería priorizar un comunicador radial?

Cuadro # 23

ALTERNATIVAS	SUJETOS POLITICOS	% SUJET. POLIT.
HONESTIDAD	60	33
RESPECTO	35	19
LEALTAD	22	12
RESPONNSABILIDAD	51	28
OTRO	0	0
NO CONTESTA	12	7
TOTAL	180	100

Grafico # 17



Análisis e interpretación:

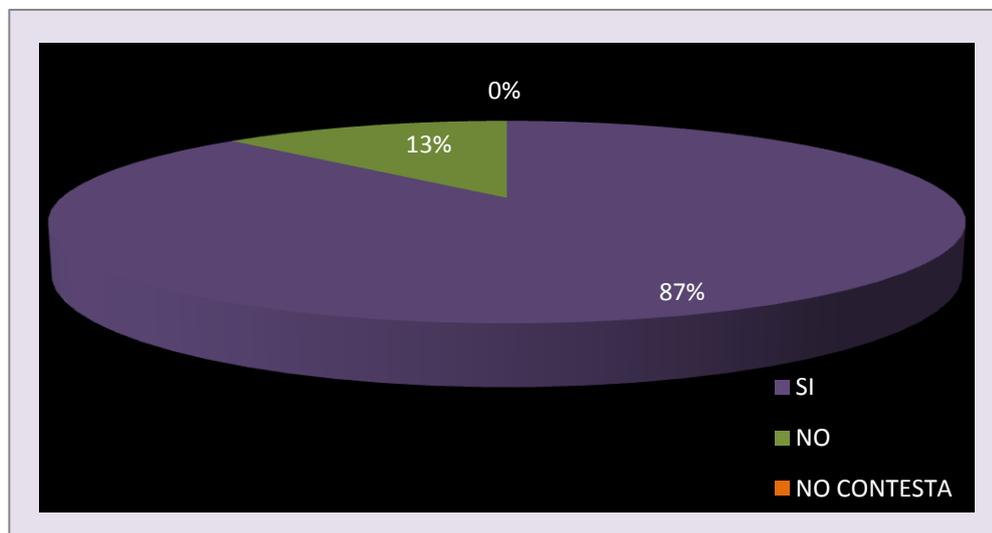
Para los sujetos políticos la honestidad es el valor que deben priorizar los comunicadores de radio, pues conocemos la realidad más que todo económica que existe en la profesión pero sería mejor que sean honestos y se busquen alternativas para mejorar la situación antes que faltar a sus propios valores, otros prefirieron elegir la responsabilidad de sus acciones y también el respeto por los demás.

4. ¿Ha percibido Ud. que la información en radio se maneja a conveniencia?

Cuadro # 24

ALTERNATIVAS	SUJETOS POLITICOS	% SUJET. POLIT.
SI	157	87
NO	23	13
NO CONTESTA	0	0
TOTAL	180	100

Grafico # 18



Análisis e interpretación:

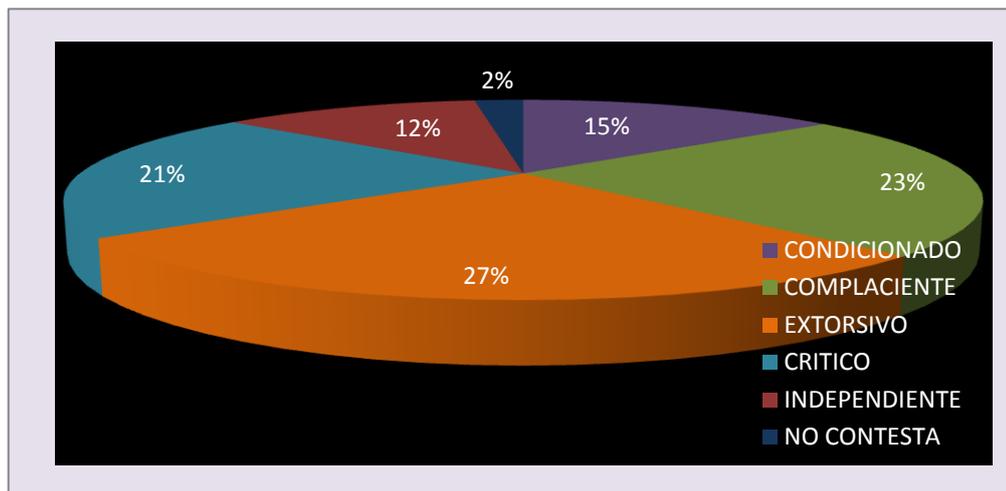
87% de los encuestados dijeron que sí se maneja a conveniencia las informaciones emitidas por los medios de comunicación radial; hasta los reportajes parecen dirigidos en contra o a favor de alguien y también cuentan que han conocido de informaciones que traen realidades que mueven intereses y que muchas veces se quedan esperando y nunca se publican.

5. ¿Cómo considera Ud. al periodismo radial de la provincia?

Cuadro # 25

ALTERNATIVAS	SUJETOS POLITICOS	% SUJET. POLIT.
CONDICIONADO	26	14
COMPLACIENTE	42	23
EXTORSIVO	49	27
CRITICO	38	21
INDEPENDIENTE	21	12
NO CONTESTA	4	2
TOTAL	180	100

Grafico # 19



Análisis e interpretación:

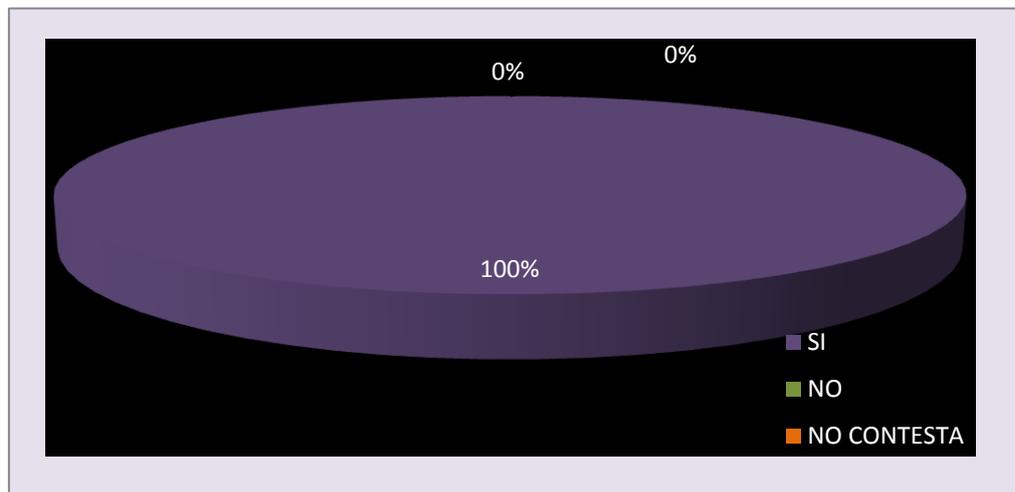
Aunque la mayoría de los sujetos políticos encuestados saben la importancia que tiene el trabajo de un periodista de radio coinciden en que son extorsivos, más sin embargo la responsabilidad es compartida aclaran, la corrupción no existiría si faltara una parte, la que recibe o la que da, es entonces ese el análisis para la segunda opción complaciente pues muchas veces solo se allanan a lo que “el cliente pide.

6. ¿Cree Ud. que la información que proporcionan los comunicadores radiales en temas políticos debe ser contrastada?

Cuadro # 26

ALTERNATIVAS	SUJETOS POLITICOS	% SUJET. POLIT.
SI	180	100
NO	0	0
NO CONTESTA	0	0
TOTAL	180	100

Grafico # 20



Análisis e interpretación:

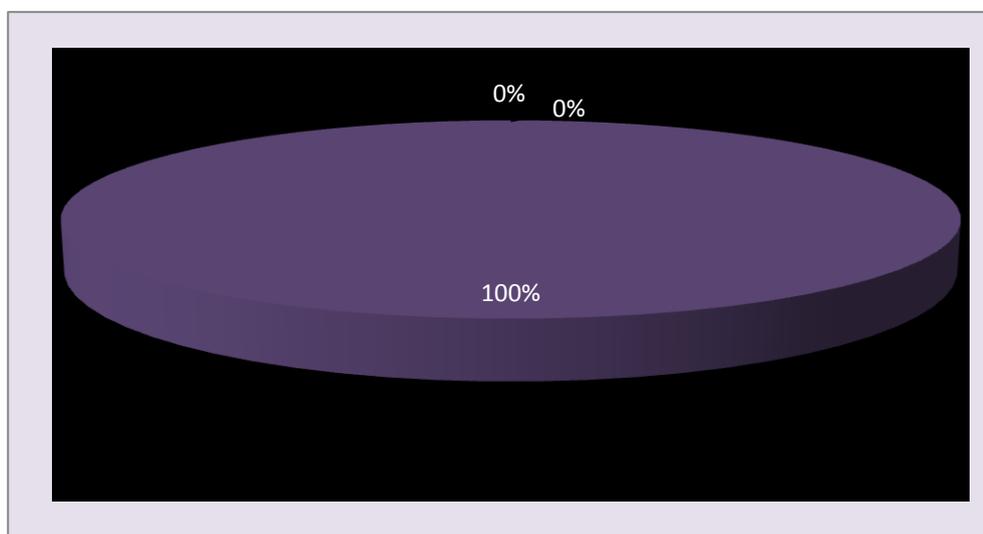
El 100% de los sujetos políticos encuestados consideran que es vital que las informaciones sean contrastadas antes de ser difundidas considerando que la radio es un medio de comunicación de transmisión inmediata y en vivo, un error al aire puede representar una percepción equivocada que reciben los oyentes y que luego se puede convertir en un estigma.

7. ¿Cree Ud. que la información que proporcionan los comunicadores radiales en temas políticos influyen en los resultados electorales?

Cuadro # 27

ALTERNATIVAS	SUJETOS POLITICOS	% SUJET. POLIT.
SI	180	100
NO	0	0
NO CONTESTA	0	0
TOTAL	180	100

Grafico # 21



Análisis e interpretación:

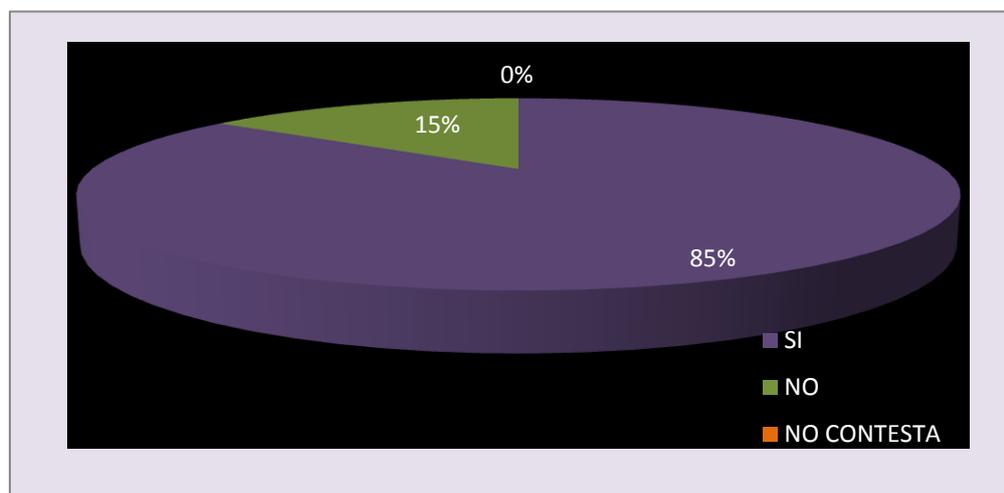
Por supuesto que influye fue la respuesta del 100% de los encuestados, las informaciones emitidas pueden cambiar perspectivas y opiniones y crear malas imágenes o pueden servir como cortina para ocultar las verdaderas noticias o desviar los temas, aunque esto depende de las circunstancias y varios factores.

8. ¿Algún comunicador radial le ha pedido algo a cambio de un buen comentario que lo favorezca en las encuesta?

Cuadro # 28.1

ALTERNATIVAS	SUJETOS POLITICOS	% SUJET. POLIT.
SI	153	85
NO	27	15
NO CONTESTA	0	0
TOTAL	180	100

Grafico # 22.1



Análisis e interpretación:

Como muestran claramente los resultados, los encuestados responden que sí les han pedido algo a cambio de un buen comentario aunque no siempre se especifica, literalmente el fin es el mismo aseguran.

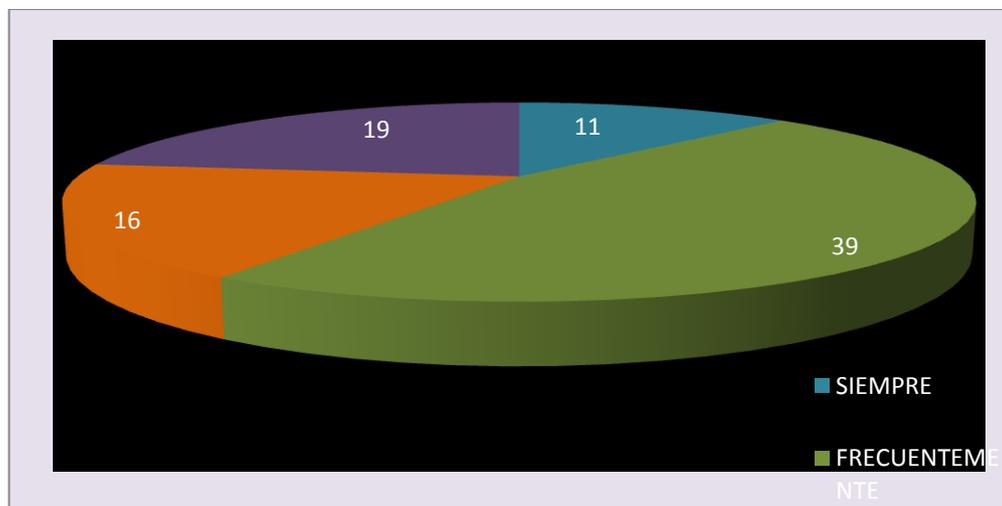
Tampoco se puede indicar que se trate de factor económico ni que sea de gran magnitud o de menor importancia considerándose un pequeño favor que luego es devuelto claro.

Si respondió sí en la pregunta 8

Cuadro # 28.2

Alternativas	COMUNICADOR	% COMUNICADOR
SIEMPRE	19	11
FRECUENTEMENTE	71	39
A VECES	28	16
NO CONTESTA	35	19
TOTAL	153	85

Grafico # 22.2



Análisis e interpretación:

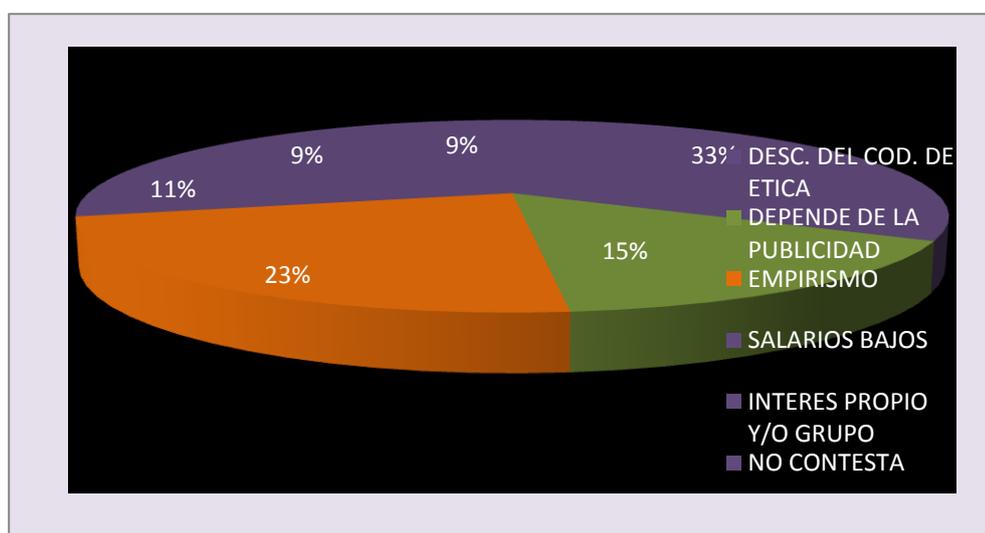
Los resultados revelan que esto se da de manera frecuente, los entrevistados aseveran que se da más que todo en época de campaña electoral o en semanas previas al inicio de un proceso político una intensa actividad de compra y venta de conciencias se activa por eso asumen también parte de las responsabilidades.

9. De las siguientes opciones ¿Cuál considera que incide en los comunicadores radiales para que cometan actos en contra de su ética?

Cuadro # 29

ALTERNATIVAS	SUJETOS POLITICOS	% SUJET. POLIT.
DESC. DEL COD. DE ETICA	59	33
DEPENDE DE LA PUBLICIDAD	28	15
EMPIRISMO	41	23
SALARIOS BAJOS	19	11
INTERES PROPIO Y/O GRUPO	16	9
NO CONTESTA	17	9
TOTAL	180	100

Grafico # 23



Análisis e interpretación:

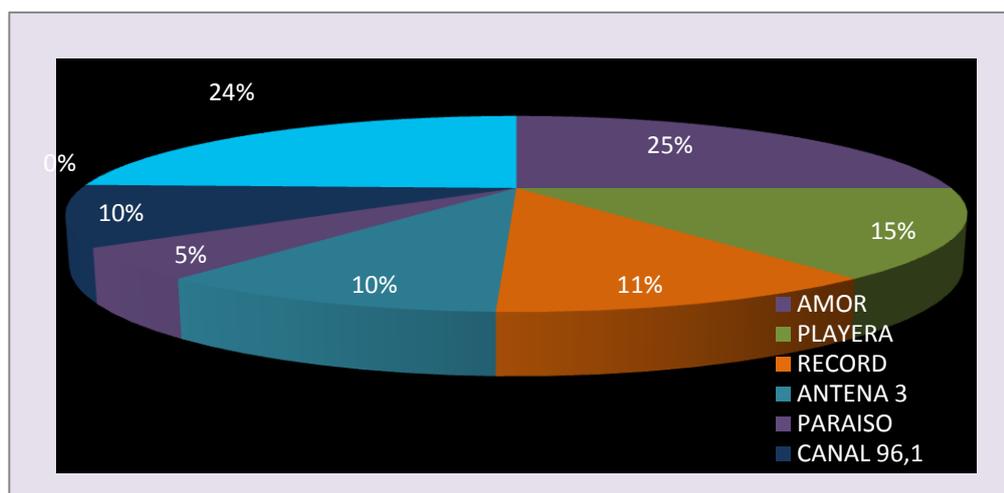
Los sujetos políticos encuestados y entrevistados consideran que el mayor factor es el desconocimiento del código de ética periodística pero se refieren a un desconocimiento total del contenido pues indican que seguramente conocen que existe uno, pero lo que no conocen es su contenido y significado a fondo eso complica más la práctica. Una cifra también importante es la de la opción empirismo, pues según las respuestas se dan mucho en la provincia que personas frente a un micrófono emiten noticias sin conocer si quiera el verdadero significado de esta palabra.

10. De las siguientes radios señale según su criterio ¿Cuál está más politizada?

Cuadro # 30

ALTERNATIVAS	SUJETOS POLITICOS	% SUJET. POLIT.
AMOR	45	25
PLAYERA	26	15
RECORD	20	11
ANTENA 3	18	10
PARAISO	9	5
CANAL 96,1	18	10
OTRA	0	0
NO CONTESTA	44	24
TOTAL	180	100

Grafico # 24



Análisis e interpretación:

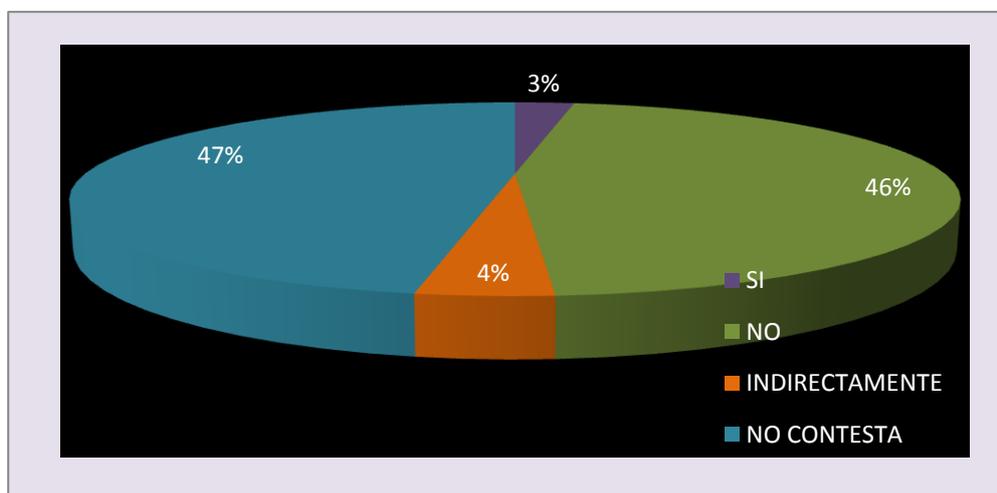
Radio amor 89.3 se llevó el primer lugar según los encuestados ahora ha bajado un poco la situación política pero si nos referimos a momentos de campaña política fue la que más se caracterizó por estar politizada e identificada por una postura política en los comicios electorales, las demás estaciones radiales pueden variar en resultados ya que al no ser dueños de frecuencias suelen recorrer varias radios con diferentes posturas los comunicadores.

11. ¿Ha emitido Ud. disposiciones en el trabajo periodístico de comunicadores radiales en temas políticos?

Cuadro # 31

ALTERNATIVAS	SUJETOS POLITICOS	% SUJET. POLIT.
SI	5	3
NO	83	46
INDIRECTAMENTE	7	4
NO CONTESTA	85	47
TOTAL	180	100

Grafico # 25



Análisis e interpretación:

Esta pregunta en realidad no la esperaban los sujetos políticos tanto que un 47% no la respondió por ser un poco comprometedor mientras que un 46% respondieron que no, solo un 5 % aceptaron que sí y otro 7% asumieron que lo hacen de forma indirecta a través de otras personas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

De la investigación “El código de ética periodística y su incidencia en los comunicadores radiales en temas políticos Provincia Santa Elena 2010-2011.” Se ha llegado a determinar las siguientes conclusiones:

El Código de Ética periodística no es aplicado por Los comunicadores radiales de la provincia de Santa Elena al desempeñar sus labores periodísticas, pese a citar frecuentemente la importancia de valores y principios no conocen el verdadero significado de este instrumento periodístico lo que es determinante para demostrar la falta de profesionalismo.

El trabajo periodístico de los comunicadores radiales no se maneja de forma independiente, reciben directrices o disposiciones para tratar temas complejos como los políticos.

Las noticias e informaciones en radio se manejan según las circunstancias, lo que hace que los espacios de información en radio se vicien.

Los medios de comunicación radial no cuentan con una estructura orgánica- funcional por lo que el proceso de la información y su dirección se realiza de forma poco organizada.

Las informaciones y noticias emitidas a través de los medios radiales no siempre se contrastan lo que preocupa de manera general porque la audiencia confía en las estaciones de su preferencia y es influenciada por los contenidos que se transmiten.

Es más productivo para los medios de comunicación radial tratar temas políticos que acompañados de un poco de polémica elevan la sintonía más que otros temas.

El empirismo influye en la falta de profesionalismo pues los comunicadores radiales de la provincia encuestados no son profesionales en el área adecuada o simplemente no tienen vocación y observan la oportunidad de estar en radio con otros fines o como una plaza más de trabajo.

La situación laboral y remunerativa de los comunicadores de radio no es la establecida por la ley por lo que los trabajadores de la comunicación radial buscan otras alternativas para equilibrar sobre todo la parte económica.

Gracias a este estudio se ha logrado observar el ejercicio profesional de los comunicadores radiales de la provincia de Santa Elena y establecer que el desconocimiento del código de ética periodística es determinante para demostrar la falta de profesionalismo en los comunicadores radiales por varios factores que se convierten en causales.

RECOMENDACIONES

El tema “El código de ética periodística y su incidencia en los comunicadores radiales en temas políticos Provincia Santa Elena 2010-2011.” Sin duda ha alcanzado a visibilizar realidades latentes en diferentes ámbitos por lo que se hace necesario realizar otros estudios que profundicen la investigación, abarcando otros problemas también presentados en la comunicación radial y serán los organismos y entes actuales y venideros del área quienes amplíen estos conocimientos, mientras puedo recomendar:

- Constante capacitación y campañas de concienciación para reducir el empirismo.
- Realizar estudio de factibilidad para especializar en periodismo radial por parte de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Regular la situación laboral y remunerativa de los trabajadores de la comunicación radial.
- Actualizar la ley de ejercicio profesional del periodista

CAPITULO IV

LA PROPUESTA

TÍTULO

**MANUAL DEONTOLÓGICO DE PROCEDIMIENTOS PARA LOS
COMUNICADORES RADIALES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**

JUSTIFICACIÓN

Un Manual Deontológico de Procedimientos para los comunicadores radiales de la provincia de Santa Elena permitirá facilitar y viabilizar el trabajo comunicacional, pues es el periodista radial quien debe asumir compromisos éticos en todas sus actividades creando una conciencia moral colectiva de la profesión.

Es importante que los comunicadores radiales cuenten con un manual de las características que aquí presento pues un código de ética o un orgánico funcional no abarca los aspectos y problemas reales que enfrentan los trabajadores de esta noble profesión.

Los beneficiarios directos de este manual en primera instancia serán quienes actualmente ejercen la actividad periodística radial que con un manual de procedimientos deontológicos tendrán una garantía para la libertad de acción, porque este permite defender sus criterios frente a las presiones externas.

Es necesario porque aumenta el prestigio de la profesión y la confianza de la ciudadanía en los periodistas radiales, por su compromiso de trabajar de acuerdo a principios morales, y siempre al servicio de la sociedad.

Un Manual Deontológico de Procedimientos para los comunicadores radiales es la oportunidad para encaminar las buenas acciones éticas de los futuros licenciados en Comunicación Social y a través de la práctica demostrar su profesionalismo y compromiso moral con la ciudadanía.

DIAGNÓSTICO

Los medios de comunicación radial son la primera alternativa de información de gran parte de la población peninsular por sus características y alcance, por esta razón el grado de credibilidad en los comunicadores radiales es más efectivo, pero esto ha ido cambiando en los últimos años, ya los oyentes saben con qué objetivo se revela tal información o cual será el siguiente capítulo de una crónica política, ya no hay mucho por imaginar ni código de ética que se respete y eso también lo saben, sin embargo la popularidad se mantiene.

Los que ejercen la comunicación radial en la provincia de acuerdo a nuestras encuestas no cumplen el perfil idóneo para esta función por lo que se concluye que no conocen el código de ética que si existe a nivel nacional, este tema lo manejan ampliamente los agremiados en el colegio de periodistas del Ecuador y su delegación en Santa Elena, otra situación que se presenta es la falta de difusión del mismo código pues fue aprobado por el Comité Ejecutivo Nacional de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, en la ciudad de Cuenca, el 17 de noviembre de 1978 y promulgado en el Registro Oficial No. 120, de 4 de febrero de 1980 es decir hace tres décadas aproximadamente. El tiempo ha transcurrido y los trabajadores del periodismo radial han sido remplazados, aunque exista la intención para que los empíricos también se acojan al código esto no es posible sin una socialización oportuna.

En el Código de Ética Profesional para los periodistas del Ecuador busca normar la conducta, sin embargo se establece de manera general dejando interrogantes sin resolver de acuerdo al medio en el que se labora como es el caso de la radio donde se presentan conflictos que no se observan en televisión o la prensa escrita.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA

La comunidad profesional periodística titulada del país trata de mantener determinados niveles de exigencia, de competencia y de calidad en el trabajo. Por ello, controla y supervisa, de alguna manera el adecuado ejercicio de las tareas propias de su profesión.

La información y la comunicación constituyen actividades sociales y laborales en las que el periodista desempeña una labor de mayor responsabilidad, debido a que dispone de más margen de decisión personal con determinados efectos para los individuos. Por este motivo, los códigos deontológicos resultan más necesarios para profesiones como el periodismo, actividad pública que requiere la asunción de compromisos éticos.

Los esfuerzos por conquistar audiencia han llevado a casi todas las asociaciones de periodistas a dotarse de códigos deontológicos, estos códigos no son leyes, sino recomendaciones de carácter profesional. Aunque muchos de los organismos emisores de tales códigos disponen también de mecanismos para el control de su cumplimiento, esta función depende también del voluntarismo de profesionales y la responsabilidad ante la opinión pública al informar o guardar silencio.

Sin embargo hasta ahora asociación o gremio alguno en esta provincia han elaborado un manual deontológico de procedimientos para los comunicadores radiales, por lo tanto sería una novedad para la colectividad peninsular que con una buena socialización tendrían un mejor criterio de la profesión.

Legal

Actualmente la normativa legal ecuatoriana refiere los medios de comunicación de manera general y nuestro país se encuentra a la espera de una nueva ley con un concejo regulador de contenidos o de medios mientras se encuentran en vigencia otras que necesitan ser actualizadas.

El trabajo de investigación tiene un sustento legal en la Constitución de la República del Ecuador que en su Sección Tercera de los derechos del buen vivir expresa:

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

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa a cerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

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

Código de Ética: UNESCO

Principios internacionales de ética profesional en periodismo

Principio IV: La Integridad Profesional Del Periodista. El papel social del periodista exige que la profesión mantenga los mayores niveles de integridad, incluyendo el derecho del periodista de rechazar aquel trabajo que vaya en contra de sus convicciones o de divulgar fuentes de la información, así como el derecho de participar en la toma de decisión del medio en el cual está empleado. La integridad de la profesión no permite que el periodista acepte ninguna forma de soborno o ventaja de ninguna persona contrario al bienestar general. Asimismo pertenece a la ética profesional el respeto a la propiedad intelectual y, concretamente, a rechazar el plagio.

Principio VI: Respeto a la intimidad y a la dignidad humana Una parte fundamental de los valores profesionales del periodista es el respeto al derecho del individuo a la intimidad y a la dignidad humana, en conformidad con las provisiones del derecho internacional y nacional referente a la protección de los derechos y de la reputación de otras, prohibiendo la difamación, la calumnia, el soborno y la difamación.

Pacto De San José De Costa Rica

Artículo 11. Protección de la Honra y de la Dignidad

1. Toda persona tiene derecho al respeto de su honra y al reconocimiento de su dignidad.
2. Nadie puede ser objeto de injerencias arbitrarias o abusivas en su vida privada, en la de su familia, en su domicilio o en su correspondencia, ni de ataques ilegales a su honra o reputación.
3. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra esas injerencias o esos ataques.

Artículo 13. Libertad de Pensamiento y de Expresión

1. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

2. El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar:

- a) el respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o
- b) la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.

LEY DE EJERCICIO PROFESIONAL DEL PERIODISTA ECUATORIANO

CAPÍTULO III

DEL EJERCICIO DE LA PROFESIONAL

Art. 19.- Las remuneraciones de los periodistas a quienes se refieren en los artículos anteriores, podrán estipularse libremente entre el empleador y el trabajador, pero en ningún caso serán inferiores a los que señale el Ministerio de Trabajo y Bienestar Social.

Art. 22.-Tampoco están obligados a contratar periodistas profesionales para el desempeño de funciones exclusivas los empresarios o propietarios de medios de comunicación colectiva que cumplan dos de los siguientes requisitos...; contar con menos de 25 trabajadores en todas sus dependencias.

Código De Ética Periodística En El Ecuador

Artículo 13.- El periodista demandará del Estado la defensa de los derechos de los trabajadores, su capacitación, salarios justos, seguridad social y estabilidad.

OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

Objetivo General

Garantizar el ejercicio informativo del periodista radial mediante la defensa de sus criterios a través de la base planteada en el manual de procedimientos.

Objetivos Específicos

Vincular a los comunicadores radiales de la provincia y estudiantes de comunicación social del alma mater peninsular con la colectividad.

- Socializar la propuesta y motivar a los comunicadores de radio su aplicación.
- Integrar a los comunicadores radiales empíricos, profesionales y en proceso de profesionalización de la provincia.
- Generar debates alrededor del tema a fin de buscar nuevas alternativas de autorregulación.
- Motivar la actualización de leyes vigentes acorde con la realidad actual.

FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA

Financiera

Es viable la propuesta aquí presentada porque económicamente representa una oportunidad de inversión para los potenciales patrocinadores preferentemente de la empresa privada.

Legal

Será posible su elaboración porque este instrumento ayudara a encaminar procesos hacia una política pública de comunicación equilibrada como lo establece el inciso 2 del art. 384 de la República del Ecuador.

“...El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos.”...

Recursos Humanos

Se trabajará en primera instancia con una socialización dirigida a quienes realizan labores informativas en radios de la provincia con la colaboración directa de los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Política

Será un aliciente para el ambiente político de la provincia y se verá reflejado en el diario accionar de los periodistas y los que están inmersos en la política partidista tendrán claro en trabajo informativo radial.

DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

El Manual Deontológico de Procedimientos para los comunicadores radiales de la provincia de Santa Elena es un proyecto social que orienta el procedimiento y la conducta del comunicador radial, definiendo desde una realidad actual y local los roles de los trabajadores de la comunicación en una estación radial en la provincia de Santa Elena, en relación de sí mismo y de la sociedad a la que se debe bajo los principios ya establecidos para esta profesión.

PRINCIPIOS DEL COMUNICADOR RADIAL

Los principios deberán distinguirse por la humildad de la comunicación radial con proyección social, basadas principalmente en la búsqueda de mejores condiciones laborales, profesionales y sociales tanto para los comunicadores radiales como para los oyentes.

Para su fácil aplicación este manual está dividido en seis partes:

DEBERES DEL COMUNICADOR

- ✓ Informar de manera, exacta, amplia y oportuna a la audiencia de la provincia de Santa Elena.

- ✓ Contrastar las informaciones para entregar a la audiencia noticias veraces.

- ✓ Interpretar y opinar desde el interés común pensando como sujeto individual con conciencia social.

- ✓ Ser los principales veedores y críticos constructivos de las acciones emprendidas por empleados de la función pública.
- ✓ Divulgar vigorosamente el contenido de este manual buscando su aplicación para marcar la diferencia en el presente proyectando una buena imagen en el futuro.

OBLIGACIONES INTRÍNSECAS

- ✓ Coordinar diariamente su trabajo periodístico, aunque la radio es un medio auditivo se percibe la organización y formatos en las programaciones lo que demuestra profesionalismo, no siempre se puede improvisar.
- ✓ Aprovechar al máximo los recursos tecnológicos a su alcance, existen nuevas alternativas de comunicación que deben ser utilizadas con ética.
- ✓ Ilustrarte diariamente en lo que sirva para el trabajo: actualizarse con el marco legal vigente en nuestro país; estar al tanto de lo que suceda a nivel nacional y mundial; aprender del funcionamiento de la radio (explorar otros campos de acción sin causar malestar)

RESPONSABILIDADES PARA CON LA COMUNIDAD

- ✓ Procurar mayores alternativas de comunicación para su audiencia.
- ✓ Estar siempre en contacto directo con las comunidades rurales.
- ✓ Orientar en términos entendibles aquellos temas que puedan influir en nuestra colectividad.
- ✓ Brindar entretenimiento sin ridiculizar a otras personas y respetar las leyes existentes en cuanto a contenidos.

POLÍTICAS INDIVIDUALES DEL COMUNICADOR RADIAL

- ✓ Trabajar siempre en equipo.
- ✓ Separar el trabajo periodístico de la publicidad radial
- ✓ Por ningún concepto el comunicador radial podrá pedir o recibir bienes de cualquier tipo a cambio de direccionar sus opiniones o manipular informaciones.
- ✓ No permitir injerencias políticas ni de funcionarios públicos en su trabajo periodístico
- ✓ No aceptará una remuneración por debajo de lo señalado en la ley.
- ✓ Denunciar de inmediato el irrespeto a sus derechos laborales y demás.

- ✓ No permitirá ser utilizado ni él ni sus espacios por los sujetos políticos como plataforma o trampolín.

- ✓ Respetar siempre al entrevistado.

CARGOS Y ROLES

Para el mejor procedimiento dentro de una estación radial presento la siguiente propuesta de orgánico funcional incluida en el Manual Deontológico de Procedimientos para los comunicadores radiales de la provincia de Santa Elena. Y tabla de roles específicos.

- ✓ **Concesionario:** Responsable legal, obligaciones económicas.

- ✓ **Director General:** Formula planes formatos, y producciones radiales; se encarga también del área financiera y maneja la publicidad.

- ✓ **Director de Programación:** Maneja el área de sonido y programación establecida en nuestro medio llamado también el control master, en los diferentes programas ayuda a recrear sonidos y efectos.

- ✓ **Director de Noticias:** Domina varias áreas de la Radio. Responsable de la información que se emite, criterio de ecuanimidad para el manejo de quienes están s sus órdenes. Un guía y orientador, un estratega y un magnifico orientador de inquietudes.

- ✓ **Sub-Director de Noticias:** En ausencia de Director de noticias asume la responsabilidad temporal, organiza junto al director la agenda informativa.
- ✓ **Comunicador Radial:** Maneja varios temas comenta y puede hacer reportajes
- ✓ **Locutor de Noticias:** Es un excelente lector; lo hace con cierta rapidez y ritmo, sin perder la vocalización y la dicción. Antes que leer la noticia la cuenta pero no comenta a profundidad.
- ✓ **Comentarista:** Emite opiniones con criterio analítico y equilibrado para no estar en la postura fácil de atacar por atacar o defender intereses creados.
- ✓ **Reportero:** Trabaja en el campo crea notas, noticias e informaciones de interés general, recaba información y la difunde.
- ✓ **Mantenimiento:** Mantiene la imagen de limpieza de los estudios de la estación radial.

Grafico # 26



Gráfico # 27

PROCESO DE LA NOTICIA EN RADIO



Gráfico # 28

PERSONAJES DEL PROCESO DE LA NOTICIA EN RADIO



BIBLIOGRAFIA

Libros:

- MSc. Wilson Gonzalo Paredes Garcés. Como desarrollar una tesis
- David Hume; Tratado de la naturaleza humana (1740)
- Charles L. Stevenson; Ética y lenguaje (1944)
- Marcelo Contreras, presidente de Observatorio de Medios Fucatel, La autorregulación del periodismo manual de ética periodística
- Martínez Ramos Emilio, Uso De Los Medios De Comunicación
- Oyarce Cruz, Orígenes del Periodismo Radial en el Perú I-Sur: Arequipa, Cusco, Moquegua, Tacna y Puno. Colección: Serie Historia del Periodismo
- Rafael Labrada Díaz, La planificación como elemento rector del periodismo radial
- Breton Philippe, Utopía de la comunicación.
- Faundes M., J. J. (1998). Una perspectiva estratégica y **compleja del** periodismo latinoamericano.
- Recuperado el 08 de 07 de 2010, de Diálogos de la Comunicación (Revista de la FELAFACS, N°51):
<http://www.dialogosfelafacs.net/articulos/pdf/51JuanFaundes.pdf>
- Faundes M., J. J. (2001). ¿Ocaso del periodismo de investigación en Chile y América Latina?
- Recuperado el 7 de Julio de 2010, de Razón y Palabra (México) N°22:
http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n22/22_jfaundes.html
- Artículo de Miguel Ángel Quintana Paz (profesor de la Universidad Europea Miguel de Cervantes) sobre la ética periodística y el uso de las cámaras ocultas
- Artículo de César Coca (profesor de la Universidad del País Vasco): "Códigos éticos y deontológicos en el periodismo español"
- AGUIRRE, Marisa, El deber de formación en el informador, Ediciones Universidad de Navarra, S. A., Pamplona, 1988, 426 pp.

La historia y el periodismo radial por Andrés García Suárez

Documentos y Leyes

Ley de creación de la Provincia de Santa Elena *Congreso Nacional*,
17/oct./2007

Constitución de la República del Ecuador

Convención Americana Sobre Derechos Humanos Suscrita en la
Conferencia Especializada Interamericana Sobre Derechos Humanos.
San José, Costa Rica 7 al 22 de noviembre de 1969

Código De Ética Periodística en el Ecuador, Promulgado en el Registro
Oficial No. 120, de 4 de febrero de 1980

Revistas:

Revista de Filosofía, 3.ª Época, vol. XIII (2000), núm. 23, págs. 35-60.
Servicio de Publicaciones, Universidad Complutense. Madrid
Beltrán de Felipe, Miguel y González García, Julio V., Las sentencias
básicas del Tribunal Supremo de los Estados Unidos de América, Madrid,
CEPC, BOE, 2005, p. 191.

Instituciones:

Academia Nacional de Periodismo – Argentina

<http://www.academiaperiodismo.org.ar/>

Colegio de periodistas de la provincia Santa Elena- La Libertad, Santa
Elena

Federación Nacional De Periodistas- Quito, Ecuador

Unión Nacional De Periodistas

<http://unp>

Eventos:

Seminario Internacional “COMUNICARE” 2010 por Colegios de periodistas del Guayas y
Santa Elena.

ANEXO 1

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ENCUESTA 1 PARA COMUNICADORES RADIALES

Objetivo: Conocer la incidencia del Código de Ética Periodística en los comunicadores radiales en temas políticos provincia Santa Elena 2009- 2010.

Edad: _____ **Sexo:** _____

Instrucción: Primaria Básica Media Superior

1. ¿Los trabajadores de este medio aplican un código de ética?
Si () No () No Contesta ()
2. ¿Recibe usted disposiciones al tratar temas políticos?
Si () No () No Contesta ()
3. ¿Conoce usted el significado de valores?
Si () No () No Contesta ()
4. De las siguientes opciones ¿Qué valor prioriza Ud. en su profesión?
a) honestidad ()
b) respeto ()
c) lealtad ()
d) responsabilidad ()
e) tolerancia ()
f) otro..... ()
g) no contesta ()
5. ¿La institución donde usted labora cuenta con un orgánico funcional donde se establezcan cargos y roles específicos?
Si () No () No Contesta ()
6. ¿Cree usted que es importante que las radios cuenten con un manual de procedimientos con el que los comunicadores sepan que hacer y quien debe proceder según los temas?
Si () No () No Contesta ()
7. La institución donde usted labora cuenta con un manual de procedimientos para los espacios de información?
Si () No () No Contesta ()
8. ¿Cree usted que influye su trabajo informativo periodístico en temas políticos?
Si () No () No Contesta ()
9. ¿Cuál es su posición acerca de los temas políticos en los espacios de información?

10. ¿Ha recibido presiones de sujetos políticos para dirigir sus opiniones?

Si () No () No Contesta ()

Si respondió sí

Señale la frecuencia con que se da esto:

- a) Siempre ()
- b) Frecuentemente ()
- c) A veces ()
- d) No contesta ()

11. ¿Cree usted que los espacios informativos radiales en la provincia están viciados?

Si () No () No Contesta ()

12. ¿El procedimiento para tratar temas políticos lo dirige:

- a) El dueño de la estación ()
- b) El director general ()
- c) El director de noticias ()
- d) El conductor de programa ()
- e) Un especialista en el tema ()
- f) No Contesta ()

13. De las siguientes opciones señale que tema le da mayor audiencia en los informativos.

- a) Comunitarios ()
- b) Educativos ()
- c) Culturales ()
- d) Políticos ()
- e) Deportivos ()
- f) Otros ()
- g) No Contesta ()

14. De las siguientes opciones señale cual es la forma de pago por su trabajo en la estación radial.

- a) Salario Básico Unificado ()
- b) Sueldo Básico Unificado Más Cupo Publicitario ()
- c) Sueldo Mínimo Más Cupo Publicitario ()
- d) Solo cupo publicitario ()
- e) Supera todas las anteriores ()
- f) No Contesta ()

ANEXO 2

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ENCUESTA 2 PARA SUJETOS POLITICOS

Objetivo: Conocer la incidencia del Código de Ética Periodística en los comunicadores radiales en temas políticos provincia Santa Elena 2009- 2010.

Edad: _____ **Sexo:** _____

Instrucción: **Primaria** **Básica** **Media** **Superior**

1. ¿Cree usted que los comunicadores radiales de la provincia aplican un código de ética en temas políticos?

Si () No () No Contesta ()

2. ¿Cree usted. que es importante que las radios cuenten con un manual de procedimientos con el que los comunicadores sepan que hacer y quien debe proceder según los temas?

Si () No () No Contesta ()

3. De los siguientes valores señale cuales debería priorizar un comunicador radial

- a) Honestidad ()
- b) Respeto ()
- c) Lealtad ()
- d) Responsabilidad ()
- e) Tolerancia ()
- f) Otro ()

4. ¿Ha percibido usted que la información en radio se maneja a conveniencia?

Si () No () No Contesta ()

5. ¿Cómo considera Ud. al periodismo radial de la provincia?

- a) Condicionado ()
- b) Complaciente ()
- c) Extorsivo ()
- d) Critico ()
- e) Independiente ()

f) No Contesta ()

6. ¿Cree usted q la información que proporcionan los comunicadores radiales en temas políticos debe ser contrastada?

Si () No () No Contesta ()

7. ¿Cree usted q la información que proporcionan los comunicadores sociales en temas políticos influyen en los resultados electorales?

Si () No () No Contesta ()

8. ¿Algún comunicador radial le ha pedido algo a cambio de un buen comentario que lo favorezca en las encuestas?

Si () No () No Contesta ()

si contesta si debe elegir entre:

- e) Siempre ()
- f) Frecuentemente ()
- g) A veces ()
- h) No contesta ()

9. De las siguientes opciones ¿cuál considera que inciden en los comunicadores radiales para que cometan actos en contra de su ética?

- a) Desconocimiento del código de Ética ()
- b) Depende de la publicidad ()
- c) Empirismo ()
- d) Salarios bajos ()
- e) Intereses propios o de grupo ()
- f) No contesta ()

10. De las siguientes radios, según su criterio señale cual es la más política:

- a) Amor ()
- b) Playera ()
- c) Record ()
- d) Antena 3 ()
- e) Paraíso ()
- f) Canal 96.1 ()
- g) Otra..... ()
- h) No contesta ()

11. ¿Usted ha emitido disposiciones en el trabajo periodístico de un medio radial en temas políticos?

Si () No () Indirectamente () No Contesta ()

ANEXO 3

FICHAS DE OBSERVACION CIENTIFICA

N° 01

Investigador: Jennyffer Carvajal P.

Año 2009

ELECCIONES PRIMARIA

Los medios de comunicación radial y sus periodistas tomaron posturas también políticas, por elecciones primarias

Intentan ingresar al movimiento oficialista P. Cisneros (Alcalde de L.L) y D. Gonzabay (Alcalde de S.E) sin lograrlo lo que sorprendió pues en las elecciones anteriores para Prefecto de Santa Elena ellos apoyaron a la candidata oficialista (como ellos otros pre- candidatos fueron rechazados por no cumplir con los procesos y/o tiempo). Este hecho constituye un distanciamiento entre los sujetos políticos, pues, estos dos líderes se unieron al Movimiento Municipalista a nivel nacional que llegó a convertirse en la segunda fuerza política de la provincia, es entonces cuando los periodistas de radio empiezan a alinearse con los sujetos políticos tanto del oficialismo como del municipalismo se había formado también dos bandos de radio.

N° 02

Investigador: Jennyffer Carvajal P.

Año 2009

RADIOS Y COMUNICADORES RADIALES IDENTIFICADOS

En esta etapa del proceso ya la ciudadanía sabe que existen radios afines con la 35 PAIS y 24 MUNN pues se analizan los panoramas de ganar los unos o los otros aprovechando las circunstancias para resaltar a su candidato y opacar a los adversarios peor aun cuando se cometían errores, los camisetaos también se convierte un dilema para los comunicadores.

N° 03

Investigador: Jennyffer Carvajal P.

Año 2009

DESARROLLO DE LA CAMPAÑA POLÍTICA.

Todos contra todos cualquier recurso se utilizaba a favor y/o en contra, proliferan los noticieros y aparecen nuevos “comunicadores radiales”.

Es aquí donde se libra una guerra sin cuartel (con micrófonos y pasquines) los periodistas de radio en la mayoría de los casos dejan caer sus máscaras y se muestran de frente a una campaña apoyando su movimiento. Se valen de todo en los micrófonos y las cabinas de locución se convierten en tarimas de mítines políticos los problemas familiares y asuntos privados de los candidatos se convierten en el pan nuestro en las radios los comunicadores ventilaban hasta el más mínimo detalle ya no se emitía información ni noticias al 100%.

N° 04

Investigador: Jennyffer Carvajal P.

Año 2009-2010

EFFECTOS DE UNA CAMPAÑA INADECUADA

Contra todo pronóstico cambian las preferencias por el “aporte” que los periodistas de radio realizaron.

La intención del voto en el desarrollo de la campaña casi definía los resultados a pocas semanas de las elecciones, el municipalismo se atribuía la prefectura y las alcaldías de La Libertad y Santa Elena, el oficialismo tenía seguras las mayorías en los concejos cantonales y peleaba por la prefectura pero con todo lo que se ventilo por las radios sumando a los pasquines todo giro repentinamente y al final los ganadores fueron otros.