



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**LA DEONTOLOGÍA Y SUS EFECTOS EN EL PERIODISMO RESPONSABLE EN LOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDITIVOS DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2021**

AUTOR:

SOLIS VALLES EUNICE JAMILET

DOCENTE TUTOR:

MSc. CASTRO TORRES FATIMA DEL ROCIO

QUEVEDO- LOS RIOS-ECUADOR

2021

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a DIOS, a mi abuelita por el deseo de superación, amor y fuerzas que me ha brindado cada día en me han sabido guiar por el sendero de la verdad desde el principio de mi vida, y a mi madre que es una mujer valiente, luchadora, padre y madre que me apoya en todo momento y me da concejos para hacer de mí una mejor persona.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi madre por su ayuda y apoyo, a la Universidad Técnica de Babahoyo “Ext. Quevedo”, por darme la oportunidad de ser parte de esta prestigiosa institución, así como a los Lic. Y Msc. que supieron impartir y compartir sus conocimientos y guiarme en mi vida estudiantil, a la MSc. Castro Torres Fatima Del Rocio por la guía su colaboración, paciencia y ayuda que me ha brindado en la dirección de este trabajo monográfico.

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo conocer la deontología y sus efectos en el periodismo responsable en los medios de comunicación auditivos de la ciudad de Quito, la investigación se basa en el enfoque mixto intersubjetivo. Esta investigación es de tipo Descriptiva y Bibliográfica, con diseño de campo no experimental. Las técnicas usadas son, observación y encuestas, con los resultados de las respuestas se procede con su análisis. En la investigación, una vez conocidos los puntos de vista de los ciudadanos y de los profesionales de la rama periodística, se propone un plan de conciencia que incluyen varias acciones adecuadas a los medios de comunicación auditivos, tendentes a mejorar las relaciones entre los medios, con el objetivo de que los estudiantes y profesionales de la Carrera se puedan sentir a gusto y apliquen el periodismo responsable con un alto sentido de responsabilidad a favor de la comunidad, el país y el mundo.

Como resultado de este proyecto de investigación será realizar que los maestros tengan en consideración la implementación de guías didácticas para el buen manejo de la deontología y así se mantengan actualizados en temas relacionados del periodismo responsable.

PALABRAS CLAVES: DEONTOLOGIA – RESPONSABLE – PERIODISMO–
EFECTOS – COMUNICACION

SUMMARY

The objective of this study is to know the deontology and its effects on responsible journalism in the auditory media of the city of Quito, the research is based on the mixed intersubjective approach. This research is Descriptive and Bibliographic, with a non-experimental field design. The techniques used are, observation and surveys, with the results of the answers we proceed with their analysis. In the investigation, once the views of citizens and professionals in the journalistic branch are known, an awareness plan is proposed that includes various actions appropriate to the auditory media, aimed at improving relations between the media, with the objective that the students and professionals of the career can feel comfortable and apply responsible journalism with a high sense of responsibility in favor of the community, the country and the world.

As a result of this research project it will be to ensure that the teachers take into consideration the implementation of didactic guides for the good management of deontology and thus stay updated on issues related to responsible journalism.

KEY WORDS: DEONTOLOGY - RESPONSIBLE - JOURNALISM - EFFECTS -
COMMUNICATIO

Contenido

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
RESUMEN	IV
SUMMARY	V
INTRODUCCIÓN	6
1. SUSTENTO TEORICO.....	7
1.1. DEFINICION DEL TEMA CASO DE ESTUDIO	7
1.1.1. Marco contextual	7
1.1.1.1. Contexto internacional	7
1.1.1.2. Contexto Nacional.....	8
1.1.1.3. Contexto local	8
1.2. Situación del problema	8
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.3.1. Problema general.....	10
1.3.2. Sub problemas y derivados	10
1.4. JUSTIFICACIÓN	11
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.5.1. Objetivo general	12
1.5.2. Objetivos Específicos	12

1.6.	Fundamentación Teórica	13
1.6.1.	La deontología.....	13
1.6.2.	El código de ética	13
1.6.3.	En el cruce de las transparencias.....	13
1.6.4.	Aplicación de la Ley Orgánica.....	14
1.6.5.	Medios Audiovisuales	14
1.6.6.	Normas básicas de carácter deontológico	15
1.6.7.	Respeto irrestricto a la verdad.....	15
1.6.8.	Responsabilidad en el tratamiento informativo.....	15
1.6.9.	Deontología periodística frente a la participación de los ciudadanos en el proceso informativo	16
1.6.10.	Autocontrol en el periodismo.....	16
1.6.11.	Objetivos de la deontología.....	17
1.6.12.	Conciencia profesional.....	17
1.6.13.	La costumbre como comportamiento deontológico	18
1.6.14.	La actitud del periodista ante las fuentes de información	18
1.6.15.	Contrastar información.....	18
1.6.16.	Comunicación Responsable	19
1.6.17.	Reputación Corporativa.....	19
1.7.	Marco referencial	20

1.7.1.	Antecedentes Investigativos	20
1.7.2.	Postura teórica	20
1.8.	HIPÓTESIS.....	22
1.8.1.	Hipótesis General	22
1.8.2.	Sub hipótesis o derivados	22
1.9.	Variables	23
1.9.1.	Variable independiente	23
1.9.2.	Variable dependiente	23
2.	TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACION ...	24
2.1.	Metodología	24
2.1.1.	Método documental.....	24
2.1.2.	Método empírico	24
2.1.3.	Método estadístico.....	24
2.2.	Tipos de Investigación	25
2.2.1.	Investigación descriptiva.....	25
2.2.2.	Investigación de campo	25
2.2.3.	Investigación bibliográfica.....	25
2.3.	Población Y Muestra.....	26
2.3.1.	Población.....	26
2.3.2.	Muestra.....	26

2.4. RESULTADOS OBTENIDOS	27
2.5. Resultados de la investigación	35
2.5.1. Desarrollo del caso	35
2.5.2. Situaciones detectadas	35
2.5.3. Soluciones planteadas.....	36
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	37
CONCLUSIONES.....	37
RECOMENDACIONES.....	38
BIBLIOGRAFÍA	39
<i>Tabla 1</i>	26
<i>Tabla 2</i>	27
<i>Tabla 3</i>	28
<i>Tabla 4</i>	29
<i>Tabla 5</i>	30
<i>Tabla 6</i>	31
<i>Tabla 7</i>	32
<i>Tabla 8</i>	33
<i>Tabla 9</i>	34
<i>Ilustración 1</i>	27
<i>Ilustración 2</i>	28
<i>Ilustración 3</i>	29

<i>Ilustración 4</i>	30
<i>Ilustración 5</i>	31
<i>Ilustración 6</i>	32
<i>Ilustración 7</i>	33
<i>Ilustración 8</i>	34

INTRODUCCIÓN

Entendemos por código deontológico la interpretación de los principios generales de una profesión y de las actitudes a observar en las actividades profesionales. Es la ordenación sistemática de principios, normas y reglas establecidos por un grupo profesional, en nuestro caso los periodistas, para orientar su propia vida, con el fin de regular y dirigir la conducta de sus miembros y sus relaciones mutuas.

Un código deontológico es de esta forma la constelación de criterios y principios o normas y reglas que de forma explícita y sistematizada un grupo profesional se compromete a respetar y seguir en sus comportamientos como tales profesionales. Los códigos de ética o principios deontológicos se consideran un requisito esencial en la configuración de una profesión. Manifiestan la toma de conciencia de una profesión y el comportamiento debido, para que se considere una práctica como práctica profesional.

Una forma de entender la influencia de los medios es que ésta deriva básicamente de su “poder para informar” (Goddard, 2000), suponiéndose que llevan adelante una actividad basada en valores generales unidos a la práctica periodística desde muy antiguo, como la búsqueda de la verdad y la no violencia, principios que en la actualidad tienden a universalizarse cuando se habla de la ética de los medios de comunicación.

Incluyendo el comportamiento ético. La percepción de esta gran capacidad de influencia ha llevado a que se considere necesaria la existencia de guías orientadoras para el quehacer periodístico, cuyos profesionales además deben dar cuenta de realidades cada vez más complejas. Y en sí, cuerpo de la investigación consta un marco teórico que desglosan el marco referencial y los antecedentes de la investigación que contiene un análisis previo y científico sobre el tema tratado.

1. SUSTENTO TEORICO

1.1.DEFINICION DEL TEMA CASO DE ESTUDIO

LA DEONTOLOGÍA Y SUS EFECTOS EN EL PERIODISMO RESPONSABLE EN
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDITIVOS DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2021

1.1.1. Marco contextual

1.1.1.1.Contexto internacional

La deontología informativa en todos los países según Kant, ayuda a construir una sociedad democrática, mejorando la calidad de vida mediática, optimizando el derecho a la información, creando grupos de recepción crítica de medios en la sociedad, optimizando el conocimiento de los propios periodistas, garantizando la independencia del periodismo y estableciendo importantes ámbitos de protección de los derechos de los ciudadanos (López, 2002).

Alrededor del planeta existen muchos tipos de códigos según su alcance (regional, nacional, internacional), la organización que lo promueve (un colectivo profesional, un medio), el tipo de periodismo (científico, político, económico...) y de soporte (radio, prensa y televisión) o el tratamiento de algún aspecto particular (la protección de la infancia, por ejemplo). Unos y otros se complementan y enriquecen un mundo comunicativo donde no existe un único tipo de periodismo (Villanueva, 2003).

1.1.1.2.Contexto Nacional

Los avances en términos deontológicos, en Ecuador, se han visto seriamente influenciados por dos leyes vinculadas a la comunicación, separadas por casi cuatro décadas. La primera de ellas, la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista, de 1975, se trataba de un bagaje legislativo en el que no aparecía ni siquiera mencionada una sola vez la palabra deontología, y que depositaba en la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador la responsabilidad de elaborar un Código de Ética Profesional (Barredo D. , 2015).

1.1.1.3.Contexto local

En la actualidad la ciudad de Quito, cuenta con varios medios de comunicación tanto digitales como de prensa, radio y televisión, estos medios poseen un staff de profesionales que ayudan a elevar la calidad del periodismo en dicha ciudad. Cada medio es responsable de todos los contenidos que se transmiten a diario así también se preocupan por informar a la audiencia noticias de interés local con un código de ética o deontología, pero aun así son escasos los medios que no realizan las comunicaciones como lo dictan los códigos de la ley orgánica de comunicación (Análisis, 2013).

1.2.Situación del problema

El poder ha secuestrado la palabra a lo largo de los tiempos y los medios de masas han monopolizado esa palabra a su conveniencia. Así, el periodismo también ha sido instrumento de

adoctrinamiento y alienación. Ahora vemos que el ruido distrae sobremanera y los medios de comunicación reemplazan nuestra experiencia individual, En este sentido el periodista se enfrenta a los problemas de todos los hombres en la mundialización y además vive en la exigencia constante de procesar información en cada vez menos tiempo con información totalmente inventada y falsa encubriendo todo tipo de ley en cualquier país del mundo (Pérez, 2011)..

En temas de justicia en el Ecuador, existen muchos casos mediáticos que han evidenciado la manipulación del régimen en especial, casos de observancias a la reforma judicial y controversias ligadas al acaparamiento del poder judicial por parte del gobierno, denuncias de falta de independencia en la actuación de operadores de justicia, problemas de corrupción, entre otros.

Y en algunos casos como la problemática del mal uso de los canales visuales al momento de dar una información a la ciudadanía en Quito, como manipulación de prensa e información, formas de llamar la atención con imágenes de mal gusto para varios de los espectadores (Pérez, 2011).

En la ciudad de Quito, son considerados los medios de comunicación como inseguros e incompetentes al momento de utilizar una deontología con medios auditivos. (Barreto).

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.3.1. Problema general

- ¿Cuál es el efecto la deontología en el periodismo responsable de los medios de comunicación auditivos en la ciudad de Quito?

1.3.2. Sub problemas y derivados

- ¿En que influye la ética en el periodismo responsable en los medios audio visuales?
- ¿Cuál es la incidencia del comportamiento en el periodismo responsable en los medios audio visuales?
- ¿En que influyen las leyes en el periodismo responsable en los medios audio visuales?

1.4. JUSTIFICACIÓN

La problemática de los métodos usados por el periodismo de investigación ha sido, desde muchas décadas atrás, una constante en las controversias sobre el periodismo en general, los medios de comunicación y las relaciones de estos con la ciudadanía. Este tipo de periodismo ha sufrido vaivenes en su apreciación pública, su prestigio y sus resultados.

Es por ende el presente trabajo tiene como objetivo La deontología y sus efectos en el periodismo responsable, para así realizar respectivas investigaciones sobre el comportamiento, la ética, y la responsabilidad de los comunicadores al momento de la elaboración y la reproducción de la misma en método audiovisual.

Y, así, Esta investigación muestra sobre cómo puede afectar una mala realización del periodismo, y en la cual está centrada en el problema y los efectos negativos de una mala reseña de investigación y elaboración de información que se dirige a los televidentes.

El planteamiento del mismo beneficiara a los estudiantes especializados en el área de comunicación social o ramas de la misma, y a personas que actualmente laboran en los centros de comunicación en ciudad de Quito, así los lugares que realicen la actividad de noticias en la ciudad, tengan personal que labore con ética responsable y mantenga en cuenta la deontología para mantener efectos positivos en la comunicación audiovisual.

Uno de las causas de realizar la investigación son los aportes de conocimientos de una comunicación con valores y autonomía de ética, a base de esto como estudiantes de comunicación social saber cómo actuar y en qué momentos determinados realizar cualquier tipo de comunicación con métodos audiovisuales.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo general

- Analizar la deontología y sus efectos en el periodismo responsable en los medios de comunicación auditivos de la ciudad de Quito, año 2021.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Investigar la influencia de la ética en el periodismo responsable en los medios audio visuales.
- Identificar la incidencia del comportamiento en el periodismo responsable en los medios audio visuales.
- Determinar en la influencia de las leyes en el periodismo responsable en los medios audio visuales.

1.6.Fundamentación Teórica

1.6.1. La deontología

Deontología es la ciencia del deber o de los deberes y deontología informativa, remite al conjunto de principios éticos aceptados voluntariamente por los profesionales del periodismo, lo cual ayuda a construir una sociedad democrática, mejorando la calidad de vida mediática, optimizando el derecho a la información, creando grupos de recepción crítica de medios en la sociedad (Navarro, 2013).

1.6.2. El código de ética

El código deontológico o código de ética es el instrumento normativo principal para lograr estos objetivos y el mecanismo de autorregulación más común y extendido, Recoge un conjunto de criterios, normas y valores formulados y asumidos por quienes ejercen la profesión y que, a diferencia de los reglamentos que regulan los aspectos superficiales de un trabajo, se ocupan de los aspectos fundamentales que lo distinguen. El código abstrae los valores éticos voluntariamente aceptados y los transforma en reglas de conducta (Warckentin, 2003).

1.6.3. En el cruce de las transparencias

Si las personas emplean la información y logran, con ello, organizarse, es posible que la sociedad cambie, que la vida cambie (Tapscott, 2009). Pero la falta de una cultura de participación

en la realidad latinoamericana anula cualquier posibilidad de cambio profundo. Así, con los individuos inconexos, desaparece cualquier tipo de acción solidaria conjunta. Consecuentemente, ante la ausencia de servicios públicos de comunicación que no sean cercanos al poder gubernamental, se aprecia el empleo de los medios gestionados por el gobierno como cajas de resonancia del discurso oficial (Barredo C. , 2002).

1.6.4. Aplicación de la Ley Orgánica

En la aplicación de la ley Orgánica de Comunicación y marcos legales similares y disposiciones administrativas como restricciones al acceso a información pública, el Estado de Ecuador regula el trabajo de la prensa y sus expresiones profesionales por antonomasia: los espacios informativos en los medios. Juicios, interrupciones de noticieros para cuestionar a periodistas y difundir un punto de vista oficial en calidad de réplica (Escobar, 2010).

1.6.5. Medios Audiovisuales

Podemos definir los medios audiovisuales como los medios técnicos de representación que permiten ampliar las capacidades propias de los sentidos de la vista y el oído. Amplían estos sentidos en sus dimensiones espacial y temporal, los cuales representan la realidad a partir de referentes de luz y sonido, creando un "mundo audiovisual" que modifica la organización y la propia estructura del "mundo real" (Gonzales, 2014).

1.6.6. Normas básicas de carácter deontológico

La actividad comunicativa, como cualquier otra profesión, requiere de vocación. Es fundamental en ella la entrega absoluta ya que esta profesión tiene una tarea singular: integrar a los seres humanos. Es decir, de actuar conforme a las características propias de la naturaleza física, intelectual, volitiva, emocional y sensitiva (Izquierdo, 2012).

1.6.7. Respeto irrestricto a la verdad

La verdad ético-moral es la congruencia entre lo que se expresa con lo que realmente se piensa, cree o siente. Esta no se puede dar si no hay primero una relación coherente objeto-sujeto mediante un esfuerzo para percibir la realidad lo más completa posible.

El Comunicador tiene la responsabilidad de buscar la verdad lógica para transmitir la información con veracidad, objetividad y certeza a fin de que los receptores tomen decisiones adecuadas a sus intereses, los cuales afectan muchas veces directamente a los comunicadores mismos (Izquierdo, 2012).

1.6.8. Responsabilidad en el tratamiento informativo

El hombre es un ser social por naturaleza, por esa razón requiere de la constante interacción con sus semejantes. La vida del hombre no tendría sentido sin la comunicación.

La información, como elemento de la comunicación, debe estar regulada por los criterios éticos, porque de la calidad de la misma dependerán las decisiones de una persona. Por lo tanto, es necesario que esta tenga diferentes cualidades esenciales para el logro de sus fines: objetividad, veracidad, certeza, pertinencia, oportunidad y relevancia social (Izquierdo, 2012).

1.6.9. Deontología periodística frente a la participación de los ciudadanos en el proceso informativo

Según Dumont, el término “periodismo ciudadano” es delicado, porque da a entender que todo el mundo puede ser periodista en el sentido profesional de la palabra. Hay que especificar y diferenciar el periodista profesional del que no lo es. El periodismo ciudadano es aquel que parece periodismo, pero sin dar la garantía al público de credibilidad y respeto a la deontología periodística.

En primer lugar, hay que diferenciar entre ciudadanos, ya que hay status diferentes. Un testigo, un experto, un actor y colaborador de prensa, aquel que comparte información como fuente para el periodista (Villegas, 2016).

1.6.10. Autocontrol en el periodismo

Para la vigilancia del cumplimiento de estos principios deontológicos, deben crearse organismos o mecanismos de autocontrol, integrados por editores, periodistas y asociaciones de ciudadanos usuarios de la comunicación, representantes de la universidad y de los jueces, que

emitirán Resoluciones sobre el cumplimiento de los preceptos deontológicos en el periodismo, con el compromiso previamente asumido por los medios de comunicación de publicar tales resoluciones (Núñez, 1993).

1.6.11. Objetivos de la deontología

Todo profesional está y debe estar sometido a controles sociales más o menos rigurosos que permitan exigirle responsabilidades de muy diversa índole en relación con sus actos, de ahí la necesidad de establecer unos principios éticos. Independientemente de la propia conciencia, que debiera ser quién más rigiera el cumplimiento de los códigos morales, existe la figura de los colegios profesionales para mantener, promover y defender la deontología (González, 2014).

1.6.12. Conciencia profesional

La conciencia humana es individual, pero tiene varias dimensiones: la conciencia reflexiva (porque es consciente de sí misma) y la conciencia ética, que añade a la conciencia individual la condición de ser, además, una conciencia responsable. Es decir, que con la primera cada persona se relaciona con las demás, pero la conciencia ética nos responsabiliza en la forma de trato hacia esas otras personas. Además de estas dos hay una clase de conciencia más, constituida como un concepto muy importante relacionado con la deontología profesional: la conciencia profesional (González, 2014).

1.6.13. La costumbre como comportamiento deontológico

La costumbre son normas que crean una sociedad y que le dan un hecho jurídico palpable. Tienen al igual que ocurre con las leyes, consecuencias cuando son violadas. El profesional debe regirse por su código de ética propio, pero también tiene que tener en cuenta un marco de costumbre. La gran mayoría de los autores coinciden al señalar que el fundamento de la responsabilidad es la libertad de la voluntad (González, 2014).

1.6.14. La actitud del periodista ante las fuentes de información

Las fuentes en el periodismo informativo son la base sobre la que se construye la noticia. Por eso, el medio de comunicación de más prestigio será el que esté mejor informado y, normalmente, el medio de comunicación mejor informado es aquél que dispone de mejores fuentes de información (Martinez, 2010).

1.6.15. Contrastar información

Con el fin que los diferentes grupos de interés sientan un vínculo más estrecho con la empresa, la comunicación se debe basar en hechos reales y verificables. De esta manera la compañía deberá proporcionar los medios adecuados para que los comunicadores contrasten la información que deseen ampliar.

A los canales tradicionales de comunicación con los grupos de interés se le deben añadir herramientas que posibiliten que los comunicadores interactúen con la compañía. De allí radica la importancia de que por ejemplo las redes sociales no sean solo un instrumento de comunicación comercial, sino que sean el enlace directo que resuelva las necesidades de información de los grupos de interés (Ferre, 2013).

1.6.16. Comunicación Responsable

toda la comunicación debería ser responsable, tanto si es para comunicar un producto o servicio, o una estrategia de negocio. Sus características son ser veraz, accesible, comprensible, relevante, oportuna, comparable, creíble, respetuosa, bidireccional, completa, continua y contrastable. Una comunicación responsable es sinónimo de una gestión responsable. Comunicar responsablemente es dar a conocer con honestidad el comportamiento de la empresa (Akerlof, 2016).

1.6.17. Reputación Corporativa

Es el conjunto de percepciones que tienen sobre la empresa los grupos de interés con los que se relaciona con la comunicación con medios audiovisuales, tanto internos como externos. Es el resultado del comportamiento desarrollado por la empresa a lo largo del tiempo y describe su capacidad para distribuir valor a los mencionados grupos (Akerlof, 2016).

1.7. Marco referencial

1.7.1. Antecedentes Investigativos

Establecer los antecedentes del periodismo con la deontología es lo mismo que datar los inicios del periodismo. El interés por las noticias, por conocer, es connatural con la humanidad. Por lo que la búsqueda de noticias, de conocimientos, sobre lo que ocurre en el entorno de cada uno puede retrotraerse hasta los orígenes del género humano (Corominas, 2003).

Sin embargo, tradicionalmente las primeras investigaciones planteadas fueron las de Kant con el tema “Plato del Día” lo cual ha considerado el principio del periodismo en general en el *Acta diurna populi Romani*, que Cayo Julio César colgó en el Foro Romano en el año 59 a C. En realidad, dicha acta estaba diseñada con niveles de comportamientos deontológicos como de un noticiero, dado que se trataba de las decisiones que tomaba el Senado las cuales iban desde la fecha de las fiestas religiosas, pasando por edictos y decisiones senatoriales, hasta, con el tiempo, noticias que hoy llamaríamos de sociedad, como bodas, nacimientos u óbitos de personas señaladas de la sociedad romana (Mompart, 2003).

1.7.2. Postura teórica

El código deontológico del periodista es un documento que recopila los fundamentos generales que regulan el comportamiento de los informadores. El contenido de este código tiene como objetivo mejorar el tratamiento informativo de algunas de las cuestiones sociales de mayor

actualidad. Las recomendaciones que desarrolla en su interior deben ser puestas en práctica no sólo por los profesionales de los medios, sino paralelamente, por los estudiantes de comunicación (González, 2014).

Por lo consiguiente, los derechos relacionados con la comunicación, tales como la libertad de expresión, comunicación, y acceso a la información, se ubica en el centro del sistema de protección, elemento clave para la construcción del concepto de los derechos humanos universales, y su concreción efectiva en la Carta de las Naciones Unidas y en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (Guerra, 2010). Generando esto nuevas perspectivas de la comunicación con hechos reales y en sí, más claros y éticos con la deontología aplicada a los métodos audiovisuales teniendo una gran influencia positiva en la ciudad de Quito y en el Ecuador.

1.8. HIPÓTESIS

1.8.1. Hipótesis General

- Analizando la deontología y sus efectos en el periodismo en medios auditivos, podremos mejorar el buen uso de los medios y brindar información más clara, precisa y verdadera.

1.8.2. Sub hipótesis o derivados

- Analizando la influencia de la ética en el periodismo responsable en los medios audiovisuales podremos mantener un periodismo más sano en la ciudad de Quito.
- Identificando la incidencia del comportamiento del periodismo responsable podremos implementar bases y normas de conducta al momento de redactar la información hasta la emisión de la misma.
- Estudiando la influencia de las leyes en el periodismo responsable en medios audiovisuales, podremos controlar cualquier tipo de información con índices de control como lo estipula la ley de comunicación.

1.9. Variables

1.9.1. Variable independiente

- La deontología y sus efectos en el periodismo responsable

1.9.2. Variable dependiente

- Los medios de comunicación auditivos en la ciudad de Quito año, 2021

2. TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACION

2.1. Metodología

2.1.1. Método documental

El modelo de investigación incluye el uso de herramientas como periódicos, revistas, libros, tesis e incluso soportes digitales que ayudan a obtener nuevas ideas y conclusiones críticas, por lo que esta investigación documental es un desarrollo que requiere de información selecta con un valor académico.

2.1.2. Método empírico

En este punto la investigación busca confirmar o rechazar la idea principal de lo que se está investigando.

2.1.3. Método estadístico

Recoger y seleccionar información que luego se los graficará en cuadros o en barras de las encuestas realizadas a ciudadanos y periodistas de la ciudad de Quito.

2.2. Tipos de Investigación

2.2.1. Investigación descriptiva

El propósito de esta investigación es conocer las características relevantes del problema y mostrar unos resultados más precisos a la realidad investigativa.

2.2.2. Investigación de campo

Con el fin de indicar a estudiantes y docentes sobre la importancia de la deontología y sus efectos en el periodismo responsable en los medios de comunicación auditivos, se utilizará herramientas como encuestas las cuales se realizarán en la ciudad de Quito.

2.2.3. Investigación bibliográfica

Se reunirá información relevante de fuentes como libros, tesis, periódicos, medios digitales con el objetivo de desarrollar el tema de investigación.

2.3. Población Y Muestra

2.3.1. Población

En esta investigación se realizará una encuesta a los ciudadanos residentes y profesionales de la rama periodística ubicados en el Ciudad de Quito y con la utilización de gráficos se detallarán los resultados. El trabajo a encuestar se dará con el apoyo de 150 ciudadanos.

2.3.2. Muestra

Detalles	Población	Muestra	%
Ciudadanos	150	150	100%
Total	150	150	100%

Tabla 1

Elaborado por: Eunice Jamilet Solis Valles

Fuente: Ciudadanos de la Ciudad de Quito.

= Tamaño de la muestra

N= Población O Universo

E= Error de muestreo

Fórmula: $n = \frac{N}{e^2(N-1)+1}$

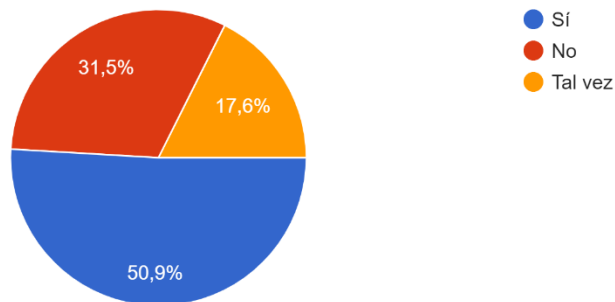
$$n = \frac{150}{0,05^2(150-1)+1} = \frac{150}{0,0025(150)+1} = \frac{150}{1.38} = 108 \text{ encuestas a realizar}$$

2.4. RESULTADOS OBTENIDOS

Ilustración 1

1 TIENE CONOCIMIENTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION AUDITIVOS DE LA CIUDAD DE QUITO?

108 respuestas



<i>Items</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>SI</i>	<i>55</i>	<i>50,9%</i>
<i>NO</i>	<i>34</i>	<i>31,5%</i>
<i>TAL VEZ</i>	<i>19</i>	<i>17,6%</i>
<i>Total</i>	<i>108</i>	<i>100%</i>

Tabla 2

Elaborado por: Eunice Jamilet Solis Valles

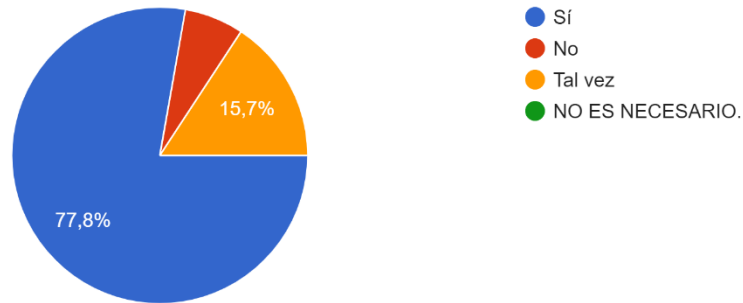
Fuente: Ciudadanos de la Ciudad de Quito.

Análisis de Interpretación: EL 50,9% de los ciudadanos encuestados si tienen conocimientos sobre los medios de comunicación auditivos, el 17,6% tal vez tiene conocimiento, mientras que el 31,5% desconocen sobre el tema.

Ilustración 2

2 TIENE CONOCIMIENTO DE QUE ES EL PERIODISMO RESPONSABLE?

108 respuestas



<i>Items</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>SI</i>	<i>84</i>	<i>77,8 %</i>
<i>NO</i>	<i>7</i>	<i>6,5%</i>
<i>TAL VEZ</i>	<i>17</i>	<i>15,7%</i>
<i>NO ES NECESARIO</i>	<i>0</i>	<i>0%</i>
<i>Total</i>	<i>108</i>	<i>100%</i>

Tabla 3

Elaborado por: Eunice Jamilet Solis Valles

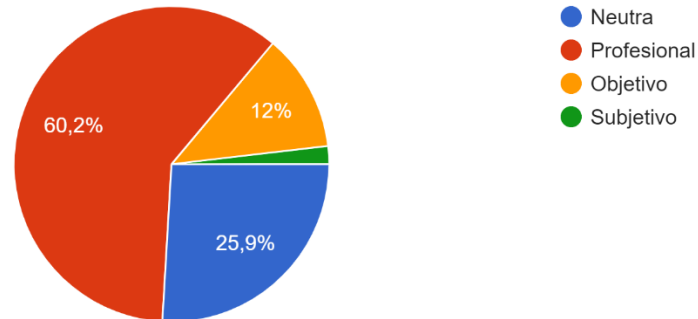
Fuente: Ciudadanos de la Ciudad de Quito.

Análisis de Interpretación: EL 77,8% de los ciudadanos encuestados si tienen conocimientos sobre el periodismo responsable, el 15,7% tal vez tiene conocimiento, mientras que el 6,5% desconocen sobre el tema, dando como un 0% que no es necesario.

Ilustración 3

3 La actitud del periodista ante las fuentes de información debe ser:

108 respuestas



<i>Items</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>NEUTRA</i>	<i>28</i>	<i>25,9 %</i>
<i>PROFESIONAL</i>	<i>65</i>	<i>60,2%</i>
<i>OBJETIVO</i>	<i>13</i>	<i>12%</i>
<i>SUBJETIVO</i>	<i>2</i>	<i>1,9%</i>
<i>Total</i>	<i>108</i>	<i>100%</i>

Tabla 4

Elaborado por: Eunice Jamilet Solis Valles

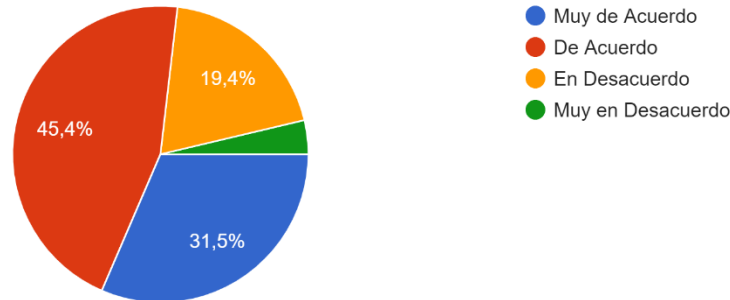
Fuente: Ciudadanos de la Ciudad de Quito.

Análisis de Interpretación: EL 60,2% de los ciudadanos encuestados consideran que La actitud del periodista ante las fuentes de información debe ser profesional, el 25,9% consideran que debe ser neutra, mientras que el 12% piensa que debe ser objetivo, dando un restante de 1.9% de ciudadanos que consideran que debe ser subjetivo

Ilustración 4

4 Considera Usted que: ¿El término “periodismo ciudadano” es delicado, porque da a entender que todo el mundo puede ser periodista en el sentido profesional de la palabra?

108 respuestas



<i>Items</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>MUY DE ACUERDO</i>	<i>34</i>	<i>31,5 %</i>
<i>DE ACUERDO</i>	<i>49</i>	<i>45,4%</i>
<i>EN DESACUERDO</i>	<i>21</i>	<i>19,4%</i>
<i>MUY DESACUERDO</i>	<i>4</i>	<i>4,7%</i>
<i>Total</i>	<i>108</i>	<i>100%</i>

Tabla 5

Elaborado por: Eunice Jamilet Solis Valles

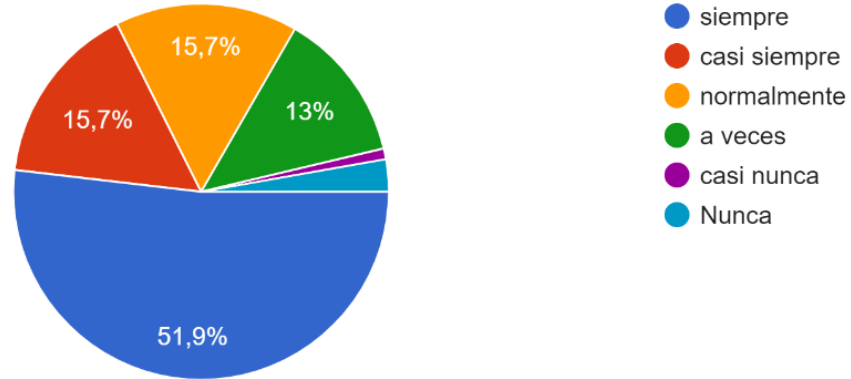
Fuente: Ciudadanos de la Ciudad de Quito.

Análisis de Interpretación: EL 45,4% de los ciudadanos encuestados están de acuerdo que el término “periodismo ciudadano” es delicado, porque da a entender que todo el mundo puede ser periodista en el sentido profesional de la palabra, el 31,5% está muy de acuerdo, mientras que el 19,4% está en desacuerdo con el término “periodismo ciudadano” es delicado, dando un restante de 3.7% de ciudadanos en muy desacuerdo con el término.

Ilustración 5

5 ¿En la ética periodística está incluida la humildad de la persona?

108 respuestas



<i>Items</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentaje</i>
SIEMPRE	56	51,9 %
CASI SIEMPRE	17	15,7%
NORMALMENTE	17	15,7%
A VECES	14	13%
CASI NUNCA	1	0,9%
NUNCA	3	2,8%
Total	108	100%

Tabla 6

Elaborado por: Eunice Jamilet Solis Valles

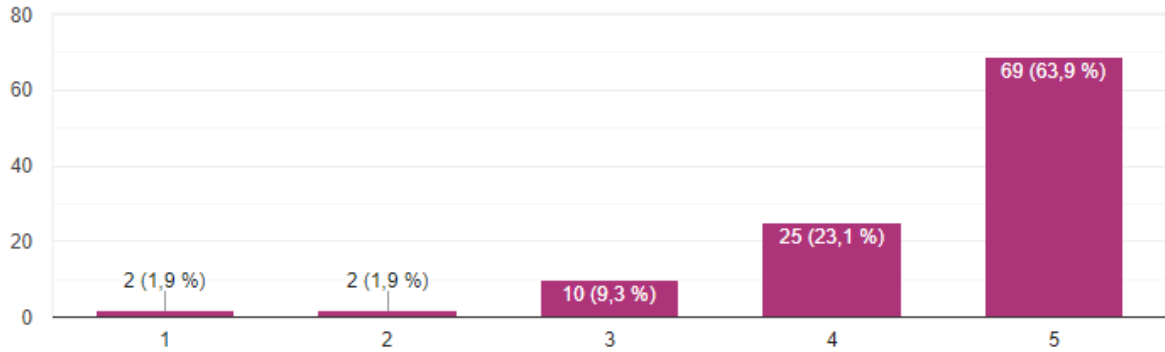
Fuente: Ciudadanos de la Ciudad de Quito.

Análisis de Interpretación: EL 51,9% de los ciudadanos encuestados consideran que siempre en la ética periodística está incluida la humildad de la persona, el 15,7% se mantiene con casi siempre y normalmente, el 13% piensa que debe ser a veces, el 2,8% considera que nunca la ética periodística está incluida la humildad de la persona, dando un 0,9% de ciudadanos que piensan que casi nunca.

Ilustración 6

6 ¿En escala del 1 al 5 qué tan importante el periodismo para usted?

108 respuestas



<i>Items</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>1,9 %</i>
<i>2</i>	<i>2</i>	<i>1,9%</i>
<i>3</i>	<i>10</i>	<i>9,3%</i>
<i>4</i>	<i>25</i>	<i>23,1%</i>
<i>5</i>	<i>69</i>	<i>63,9%</i>
<i>Total</i>	<i>108</i>	<i>100%</i>

Tabla 7

Elaborado por: Eunice Jamilet Solis Valles

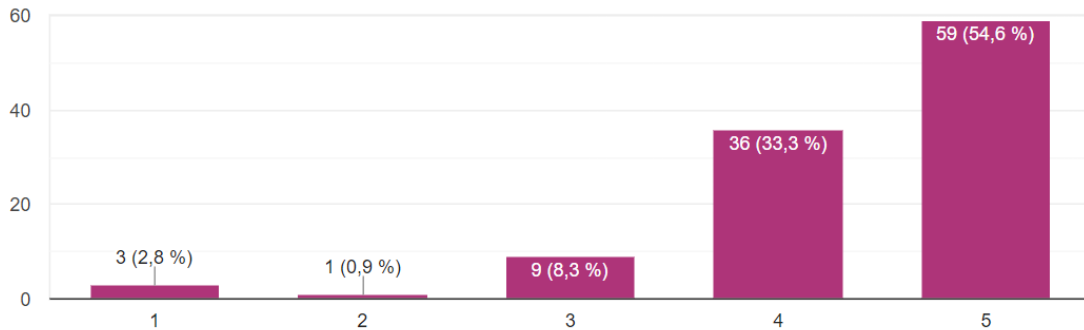
Fuente: Ciudadanos de la Ciudad de Quito.

Análisis de Interpretación: EL 63,9% de los ciudadanos encuestados califican con un 5 que es importante el periodismo, el 23,1% califica con un 4, mientras que el 9,3% considera un 3, quedando el 1,9% de ciudadanos en 2 y 1 como importante el periodismo.

Ilustración 7

7 En escala del 1 al 5 cuan importante es la Deontología en la profesión?

108 respuestas



<i>Items</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>1</i>	<i>3</i>	<i>2,8%</i>
<i>2</i>	<i>1</i>	<i>0,9%</i>
<i>3</i>	<i>9</i>	<i>8,3%</i>
<i>4</i>	<i>36</i>	<i>33,3%</i>
<i>5</i>	<i>59</i>	<i>54,6%</i>
<i>Total</i>	<i>108</i>	<i>100%</i>

Tabla 8

Elaborado por: Eunice Jamilet Solis Valles

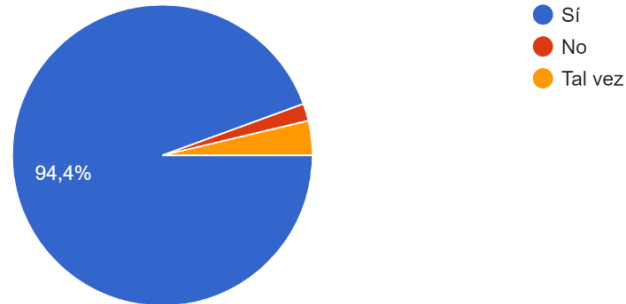
Fuente: Ciudadanos de la Ciudad de Quito.

Análisis de Interpretación: EL 54,6% de los ciudadanos encuestados califican con un 5 que es importante la deontología, el 33,3% califica con un 4, mientras que el 8,3% considera un 3, el 2,8% considera el 1, quedando el 0,9% de ciudadanos en 2 como importante la deontología.

Ilustración 8

8 Cree usted que en las Universidades debería implementar una guía didáctica sobre la deontología y sus efectos en el periodismo responsable en los medios de comunicación auditivos.

108 respuestas



<i>Items</i>	<i>Respuestas</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>SI</i>	<i>102</i>	<i>94,4%</i>
<i>NO</i>	<i>2</i>	<i>1,9%</i>
<i>TAL VEZ</i>	<i>4</i>	<i>3,7%</i>
<i>Total</i>	<i>108</i>	<i>100%</i>

Tabla 9

Elaborado por: Eunice Jamilet Solis Valles

Fuente: Ciudadanos de la Ciudad de Quito.

Análisis de Interpretación: EL 94,4% de los ciudadanos encuestados si consideran que las Universidades debería implementar una guía didáctica sobre la deontología y sus efectos en el periodismo responsable en los medios de comunicación auditivos. sobre los medios de comunicación auditivos, el 3,7% consideran un tal vez, mientras que el 1,9% dice que no.

2.5. Resultados de la investigación

2.5.1. Desarrollo del caso

- Con la finalidad de cumplir los objetivos planteados se realizó una encuesta a los ciudadanos locales y profesionales de la rama de comunicación social de la ciudad de Quito.

2.5.2. Situaciones detectadas

- Los resultados obtenidos de las encuestas determinan que las Universidades del país deben implementar una guía didáctica sobre la deontología y sus efectos en el periodismo responsable en los medios de comunicación auditivos.
- Las encuestas detallan que no todos tienen conocimiento de los medios de comunicación auditivos de la ciudad de Quito
- Datos obtenidos de las encuestas indican que los ciudadanos consideran que siempre en la ética periodística está incluida la humildad de las personas.

2.5.3. Soluciones planteadas

- Diseñar una guía didáctica sobre la deontología y sus efectos en el periodismo responsable en los medios de comunicación auditivos de esta manera interactúen con los docentes y mantengan un mejor conocimiento.
- Conversar con los ciudadanos mediante talleres gratuitos dando a conocer la importancia de los medios de comunicación auditivos dentro de la sociedad.
- Determinar las posibilidades de la humildad de la persona dentro del buen manejo de la ética profesional.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Los mismos periodistas generalmente reconocen que sus actividades toman una vertiente poco ética. Puede observar o no el conjunto obligatorio de valores y morales de los símbolos periodísticos, pero no puede afirmar ignorancia. El código deontológico crea una conciencia colectiva ética en la profesión.
- El código deontológico representa una garantía para la libertad de trabajo de los periodistas, ya que le permiten mantener sus estándares frente a presiones externas. El poder y la influencia social de los medios crea el deseo de controlar la información de áreas como la política o la economía. En este sentido, los códigos protegen y apoyan el desempeño personal de los periodistas ante este tipo de presiones.
- Sin embargo, el periodista actualmente está cada vez más preocupado por servir intereses particulares y ha descuidado, su trabajo con la sociedad porque no tiene la libertad de expresarse libremente, debe hacerlo obedeciendo las reglas de su medio y está ansioso por publicar la información antes sin confirmarlo.

RECOMENDACIONES

- Como periodista, debe poder reconocer cuando la información es imparcial y decir la verdad no dejarnos llevar y atrae la atención del público sin principios éticos para diversos fines.
- Diseñar estrategias para el buen uso del periodismo responsable dando un servicio de interés colectivo, el periodista está en la obligación de ejercerlo, consciente de que cumple una actividad indispensable para el desarrollo integral del individuo y de la sociedad.
- Demostrar a los estudiantes la utilidad de una guía didáctica para el buen manejo de las leyes deontológicas en el periodismo responsable y así sus habilidades se desarrollen con eficacia.

BIBLIOGRAFÍA

- Akerlof, S. (2016). Comunicacin responsable . *Guia de una comunicacion responsable* , 23.
- Analisis, d. d. (2013). Zambrano, Maria. *SANTODOMINGO*, 21.
- Barredo, C. (2002). En el cruce de la transparencia. *Cuadernos artesanos* , 13.
- Barredo, D. (2015). Ética y deontología peridística . *Cuadernos del mundo* , 14.
- Barreto, C. (s.f.). problemas de comun,icacion en Ecuadorm .
- Corominas, M. (2003). Investigacion, y deontologia los antecedentes del periodismo . *Notitias*, 416.
- Escobar, J. (2010). Antenas híbridas o la construcción del. *Universidad de las americas* , 51.
- Ferre, O. (2013). contrastes de la informacion de la comunicacion . *razon y palabra* .
- González, G. (2014). Objetivos de la deontologia . *DEONTOLOGIA* , D/D.
- Gonzales, M. (2014). LOS MEDIOS AUDIOVISUALES. CONCEPTO Y TENDENCIA DE USO EN EL AULA . *UDLA* , 1.
- Grazziosi, J. (1978). codigos de profesion . *Dialnet*, 11.
- Guerra, C. (2010). Derchso de la comunicacion . *El Telegrafo* , 2.
- Izquierdo, J. (2012). Normas basicas de caracter deontologico . *Plantilla* , 12.
- López, M. (2002). La enselanza de la Deontologia . *MECDGOB*, 23.
- Martinez, H. (2010). La fiabilidad en el comunicador . *Comunicacion Hombre* , 8.
- Mompart, M. (2003). Populi Romani . *Periodismo antiguo* , S/D.
- Navarro, F. (2013). Conceptos de la comunicacion . *FLACSO ANDES* , 45.
- Núñez, M. (1993). Codigos de la deontologia . *S/D*, 4.

Peréz, M. (2011). Vencer la actualidad de el periodismo . *Cuadernos artesanos* , 21.

Villanueva, H. (2003). Derecho de la Información . *FLACSO DE LOS ANDES* , 143-145.

Villegas, S. (2016). Desafíos deontológicos del periodismo digital. *Mensaje periodistico* ,

8.

Warketin, G. (2003). Código deontológico . *Deontologia informativa* , 143.