



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



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

TEMA:

ANÁLISIS DEONTOLÓGICO EN LA PRÁCTICA PROFESIONAL DE LOS
COMUNICADORES SOCIALES QUE DIFUNDEN CONTENIDOS
INFORMATIVOS EN EL CANAL 6 DE LA CIUDAD DE
BABAHOYO, AÑO 2020

AUTOR:

Jessica Cristina Onofre Pisco

TUTORA:

MSc. Cecilia Elizabeth Dahik Solis

BABAHOYO - ECUADOR

2020



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



DEDICATORIA

El Estudio de Caso lo dedico con todo mi amor y cariño a mis padres **Sra. Elsa Teodoro Pisco Herrera, Sr. Joffre Eusebio Onofre Farías** pues ellos son el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional, me enseñaron a ser responsable y a querer superarme en cada meta. En ellos tengo el espejo en el cual me quiero reflejar pues sus virtudes infinitas y su gran corazón me llevan a admirarlos cada día más. Gracias Dios y a mis ángeles que me protegen en cada paso que doy y sigo firme en seguir alcanzando más metas en mi vida. A mi querido novio **Sr. Roberto Saquinga Toapanta** por su apoyo incondicional.

Jessica Cristina Onofre Pisco



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme otorgado una familia maravillosa, quienes han creído en mí siempre, dándome el ejemplo de superación, humildad y sacrificio; sobre todo a mis padres **Sra. Elsa Teodoro Pisco Herrera, Sr. Joffre Eusebio Onofre Farías** quienes son la luz de mis ojos porque desde pequeña fomentaron en mí la determinación, el deseo de superación y de triunfo en la vida. Lo que ha contribuido a la consecución de este logro. También a mi tutora del Estudio de Caso **MSc. Cecilia Elizabeth Dahik Solis** quien me brindó su apoyo y ayuda invaluable en este largo proceso, gracias a sus conocimientos, experiencia y cariño concluimos con éxito este Estudio de Caso. Asimismo agradezco a los comunicadores Sociales de Canal 6 de la ciudad de Babahoyo, en especial al presentador de noticias **Lcdo. Marlon Goya** egresado de esta prestigiosa Universidad por su aporte fundamental para alcanzar cada objetivo. Por último a mis amigos y amigas compañeros y compañeras que siempre estuvieron con sus palabras de éxito y apoyo incondicional.

Jessica Cristina Onofre Pisco

RESUMEN

El presente estudio de caso precisa los argumentos que se deben incorporar a un código de ética para el ejercicio de la profesión del comunicador social en el canal 6 de televisión de la ciudad de Babahoyo y cuyos contenidos forman parte de un productivo debate en las aulas universitarias de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo; como una de las mejores Alma Mater del Ecuador. La calidad de la comunicación social concierne a los propios comunicadores, pero también a los medios de comunicación y a los ciudadanos que reciben la información. La indagación se estructura en este estudio de caso: donde se analiza deontológicamente al comunicador social, como elemento de autorregulación de los contenidos de la información que se vierten en el canal 6 de televisión de la ciudad de Babahoyo. Tenemos la definición del problema, la justificación, los objetivos, actores y segmento poblacional, la sustentación teórica y las fundamentaciones del Código de Ética para los comunicadores sociales de TV; las estrategias metodológicas, el tipo, diseño de la investigación; técnicas aplicadas, resultados obtenidos y la respectiva recomendación que se orienta a la aplicación de principios éticos encaminado a renovar la práctica profesional del comunicador social en el noticiero de televisión del canal 6 en horario estelar de la ciudad de Babahoyo en el año 2020.

Palabras clave: Deontología, Práctica Profesional, Comunicador Social

ABSTRACT

This case study specifies the arguments that must be incorporated into a code of ethics for the exercise of the profession of social communicator on channel 6 of television in the city of Babahoyo and whose contents are part of a productive debate in university classrooms of the Career of Social Communication of the Technical University of Babahoyo; as one of the best Alma Mater in Ecuador. The quality of social communication concerns the communicators themselves, but also the media and the citizens who receive the information. The inquiry is structured in this case study: where the social communicator is analyzed deontological, as an element of self-regulation of the content of the information that is discharged on channel 6 of television in the city of Babahoyo. We have the definition of the problem, the justification, the objectives, actors and population segment, the theoretical support and the foundations of the Code of Ethics for TV social communicators; methodological strategies, type, design of the research; applied techniques, results obtained and the respective recommendation that is oriented to the application of ethical principles aimed at renewing the professional practice of the social communicator in the television newscasts of channel 6 in primetime of the city of Babahoyo in the year 2020.

Keywords: Deontology, Professional Practice, Social Communicator

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN.....	iii
ABSTRACT	iv
I. INTRODUCCIÓN	1
II. DESARROLLO.....	3
JUSTIFICACIÓN	3
OBJETIVO	5
SUSTENTOS TEÓRICOS.....	5
Deontología Profesional	5
La Ética Profesional.....	6
Aplicación de estudios en la ética periodística.....	7
Práctica cotidiana de la comunicación social	7
Problemas de Credibilidad	8
Profesional de la Comunicación	8
Código Deontológico	10
Normas y Principios Deontológicos.....	11
Referidos a la Dignidad Humana	11
C6 Evitara Difundir.....	12
Sanciones.....	13
TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	13
Modalidad de la investigación.....	13
TIPO DE INVESTIGACIÓN A APLICARSE	14
Investigación exploratoria	14
Investigación descriptiva	14
MÉTODOS Y TÉCNICAS.....	14
Método inductivo - Deductivo.....	14
INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	15
Cuestionario de Preguntas	15
Guía de Entrevista	15
RESULTADOS OBTENIDOS.....	16

BIBLIOGRAFÍA	21
ANEXOS.....	1
ANEXO °1	1

I. INTRODUCCIÓN

El Comunicador Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, conoce desde su formación académica la importancia que tiene la difusión veras del acontecer nacional e internacional, que debe tener principios éticos en la práctica profesional del periodista y el garantizar el derecho humano fundamental que es la libertad de información (Art. 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU), el presente estudio de caso precisa motivar al comunicador social que labora en el canal 6 de la ciudad de Babahoyo la aplicación de normativas en el ejercicio de sus funciones.

La ética profesional, y en particular la deontología del comunicador social, poseen una importancia más subjetiva que los códigos jurídicos, el encontrar un equilibrio entre la libertad de expresión y la responsabilidad en el ejercicio profesional de la carrera no dependen tan sólo de las decisiones juiciosas del comunicador social, sino también de la práctica de los medios de información y del contexto social.

El presente estudio de caso considera los diferentes ejemplos de autorregulación de la comunicación social televisiva que se pueden utilizar en la práctica profesional, desde una clasificación de diferentes códigos de ética del canal 6 de televisión de la ciudad de Babahoyo y que se aplican también en los diferentes canales de televisión del País. Igualmente se reseñan otros elementos de autorregulación y de rendición de cuentas que han desarrollado los propios medios de comunicación televisiva, en la actualidad en el Ecuador la Ley de Comunicación contribuye a la deontología periodista.

El presente estudio, definitivamente, se detiene en los temas y argumentos que deberían contener un código de ética para el ejercicio profesional de la comunicación

social en el canal 6 de televisión de la ciudad de Babahoyo y cuyos argumentos deben formar parte de un amplio debate en las aulas universitarias, en especial en la carrera de Comunicación Social como plan piloto y precursor en la formación de periodistas del Ecuador.

El análisis deontológico del comunicador social como elemento de autorregulación del contenido que se trasmite en el canal 6 de televisión de la ciudad de Babahoyo es la motivación del presente trabajo de titulación, el cual se fundamenta en saber cómo se efectúa el libreto antes de salir al aire una nota informativa. La aplicación ética comprende: la responsabilidad de ser veras, estar dispuesto a encontrar la realidad de lo sucedido, ser objetivo, diferenciar las notas periodísticas con otras fuentes que sean determinantes, contrastar con honestidad entre información y opinión, respecto ante la sospecha de inocencia y reparación de las notas periodísticas erróneas, entre otras.

La cadena de sucesos internacionales y locales en nuestra colectividad, influyen sin duda al momento de instaurar innovaciones y determinaciones en el código deontológico; por ejemplo la subversión, las catástrofes naturales, la violencia intrafamiliar y un sinnúmero de acontecimientos que hacen noticia en el acontecer noticiosos mundial, permiten la aparición de sugerencias, manifiestos y códigos éticos para el comunicador social que involucra en la práctica profesional.

La línea de Investigación aplicada al estudio de caso es Periodismo Investigativo Sustentable aplicado a las Nuevas Tecnologías, y su Sub línea es Vinculado a la Deontología y Periodismo Responsable.

II. DESARROLLO

JUSTIFICACIÓN

Todos los medios que se dedican a la comunicación, en específico los medios televisivos, son los que más impacto inmediato tiene en los televidentes, para efecto, las investigaciones, observaciones y análisis que se conceptúan de conocimientos de indagación son de gran beneficio y coste para mejorar en las omisiones que se presentan en este ejercicio.

El estudio de caso apunta hacia el análisis de los procesos deontológicos y éticos que se deben aplicar en el proceso de creación de la nota informativa y particularmente la que se realiza en el Canal 6 de la ciudad de Babahoyo. Los avances que registra el canal 6 de televisión en comparación a otros medios televisivos que operan en el País, influye en la sintonía. Conociendo la trayectoria y experiencia en el medio televisivo, se seleccionó a los profesionales a consultar, ya que son quienes poseen la autoridad académica y la formación para formular reflexiones sobre las notas informativas que se efectúan en este medio de comunicación.

La argumentación de este segmento le adjudica gran importancia al presente estudio de caso, ya que ostenta los puntos de vista de los profesionales de la comunicación social que pueden contribuir significativamente a optimizar este desarrollo en comunicación televisiva en la ciudad de Babahoyo. El presente trabajo de investigación constituye una invitación a la reflexión sobre las posibilidades de generarse nuevos códigos deontológicos y éticos en el periodismo televisivo que en la actualidad y debido a los avances tecnológicos serían de mucha valor y que respondan realmente a las

necesidades de normas de una sana ciudadanía, así como a los retos que supone la nueva era de la información televisiva.

Es una necesidad imperiosa, por ello, cualquier estudio que ponga de manifiesto la consideración de estos temas en función de crear espacios para la crítica y la abstracción trasladará sin vacilación alguna, a mejorar los procesos en la práctica profesional, por lo que, se espera que el producto del análisis de estos contenidos logren ser dirigidos al debate en el ámbito académica especialmente en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo.

La alcance del presente estudio de caso, lo establece los principios académicos y la ética profesional con la que el comunicador social de la Escuela de Comunicación Social le corresponde aplicar en el ejercicio de sus funciones al momento de emitir notas informativas a través de un medio de comunicación, en este caso el canal 6 de televisión de la ciudad de Babahoyo.

Sin duda analizar el presente estudio de caso determina y justifica la propuesta de investigar los principios éticos y deontológicos que un comunicador social debe aplicar en el ejercicio de sus funciones y que va orientado a mejorar la práctica periodística en los programas de noticia difundidos a través de un medio televisivo en horario estelar en la ciudad de Babahoyo y de quienes se estén formando como futuros comunicadores sociales en la Universidad Técnica de Babahoyo

La preponderancia del presente trabajo “Estudio de Caso” está proporcionada, porque los principios deontológicos y la libertad de expresión son un derecho fundamental reconocido en los convenios y acuerdos mundiales de los cuales nuestro País es digno signatario. Mediante la presente investigación se podrá observar las actividades que realizan los comunicadores sociales y cómo se desempeña en el campo profesional; así se podrá determinar la importancia de aplicar la deontología y la ética en los comunicadores sociales.

Es trascendente realizar el presente estudio de caso ya que la sociedad resultaría beneficiada debido a que podría experimentar de que si aplican los valores éticos y deontológicos al momento de informarse a través de los medios de comunicación social como lo es los canales de televisión en este caso el canal 6 de televisión de la ciudad de Babahoyo.

OBJETIVO

- Examinar el impacto deontológico del periodista de televisión en la práctica profesional de los comunicadores sociales que difunden contenidos informativos en el canal 6 de la ciudad de Babahoyo, año 2020.

SUSTENTOS TEÓRICOS

Deontología Profesional

Según el investigador establece que la definición deontología fue recalado por primera vez por Bentham Jeremy, que la especifica como

la estirpe del arte y de la ciencia cuyo objetivo tiene en hacer en cada ocasión lo que es correcto y apropiado. (Union Profesional, 2019)

La Deontología Profesional hace hincapié al compendio de reglas y principios que un profesional debe tener dentro de su actividad profesional, estas reglas comprueban si el profesional está presto para la actividad laboral.

La Ética Profesional

La ética profesional va más allá de poseer una entidad intelectual, es de tener claros sus principios en la praxis de sus actividades periodísticas.

La ética tiene como función orientar e inspirar actitudes, comportamientos y la toma de decisiones independientemente del entorno y el nivel jerárquico. Todo código de ética profesional en general, y la relacionada con los medios de comunicación en particular, es producto de la necesidad de normar actitudes y conductas dentro de una organización, sobre todo de quienes tienen el contacto con fuentes de información para emitir hechos noticiosos. (Chillon, 2016)

Como indica el autor la ética como tal tiene la orientación de inspirar y tener conocimientos de acuerdo a sus principios otorgados desde la infancia, hablando en general es importante mencionar que en los medios de comunicación es donde más deben primar la ética profesional ya que eso habla de cada profesional que labora dentro de este sector.

El ejercicio profesional de los comunicadores sociales, en lo que atañe a los componentes de autorregulación de los importantes gremios de medios de comunicación masiva y proyectos de comunicación social. La metodología del estudio fue básicamente documental, en el que se empleó el estudio de información.

Aplicación de estudios en la ética periodística

En el presente estudio de caso se propone analizar la presencia de los elementos éticos afines, con el ejercicio profesional de los comunicadores sociales, en lo que atañe a los componentes de autorregulación de los importantes gremios de medios de comunicación masiva y proyectos de comunicación social

Los efectos de la exploración demuestran una insuficiente presencia de la aplicación de elementos éticos en la comunicación social de información, sin embargo, se pudo apreciar que si prevalecen algunas modelos que se relacionan de forma indirecta con esta especialidad de comunicación social.
(Diaz & Chaparro, 2016)

Como indican los autores de esta investigación mencionan que: Muchos de los medios de comunicación carecen de principios y de ética profesional, lo cual hace que los medios padezcan de pérdida de credibilidad ante la audiencia.

Práctica cotidiana de la comunicación social

Los comunicadores sociales están en la necesidad de disminuir los perjuicios, dado que el morbo no es admisible, por los perjuicios que produce a los

protagonistas y al público en general, es por eso que las noticias deben tener un equilibrio, sin deformar el escenario.

Para finalizar el compendio asevera que, los comunicadores sociales deben servir a los intereses del público y no a objetivos de ciertos sectores políticos y mucho menos propios, debido a que se deben suponer que la información es un bien social, lo que simboliza que en la práctica profesional de su profesión no asumirá beneficios personales con la manipulación de la información. (FOFEA, 2015)

Sin duda, el periodismo es servicio, vocación, responsabilidad social apegada a valores, normativas jurídicas y virtudes morales que la profesión exige. La acción o acciones más acertadas, dependen de la ética periodística de los medios televisivos.

Problemas de Credibilidad

Por ello el periodista responsable debe tener en cuenta las causas y consecuencias de su accionar. Así mismo reconoce que: “Los problemas de credibilidad de los medios surgen por la falta de adecuación entre la praxis periodística y las expectativas de los públicos cuando estos saben que no están recibiendo el servicio público que se merecen” (García Avilés, 2019)

Profesional de la Comunicación

Lo que es corroborado por el autor al señalar que: “El profesional de la comunicación no puede eludir una realidad incontestable ya que, el compromiso personal

con la verdad tiene una inmediata repercusión social, o como lo expresa la Declaración de Principios Internacionales de Ética Profesional del Periodismo de la UNESCO: la responsabilidad social del periodista se da porque la información se entiende como un bien social y no un simple producto” (Agejas, 2015)

La deontología lo que quiere es que todos los profesionales en comunicación social mantengan su labor periodística de forma adecuadas sin rayar en la vulgaridad periodística, sin embargo es necesario reflexionar sobre el tema, ya que muchos medios de comunicación aún no cuenta con ello.

La presente investigación analiza la formación ética de los profesionales de los medios televisivos, como soporte y requerimiento del presente ejercicio, establecido en el código deontológico, que exige a cualquier profesional a desarrollar sus acciones apegadas a la ética y la responsabilidad.

Inciden condiciones sindicadas a la relación entre la ética profesional y deontología, recalando que no puede una simplificar a la otra, sino que componen un binomio que se halla unido al ejercicio de esta profesión, en conclusión se presenta como parte de las abstracciones del estudio los diferentes problemas éticos y los medios más convenientes para abordarlos en una propuesta de manual que establecen los autores. (Agejas & Lopez, 2016)

Canal 6 de televisión de la ciudad de Babahoyo.

El canal televisivo C6, desde su creación el 09 de marzo de 2009, por Erick Westerberg, se estableció que este medio de comunicación, está direccionado a brindar

información, como un servicio privado, con contenidos educativos e informativos, para los ciudadanos babahoyenses. La señal de canal C6, se transmite por cine cable en frecuencia 6 a nivel local, y por una página digital en Facebook, para así poder llegar a ser sintonizados por más personas de afuera. Cuentan con un número de 5 mil suscriptores y el nivel de Raiting lo miden por medio de interacciones vía Whatsapp y por llamadas.

Código Deontológico

Capítulo I

Definición y ámbito de aplicación

Artículo 1.- El presente Código Deontológico consta de principios y reglas que han de mejorar y orientar la conducta profesional del personal que labora en C6 televisión, dentro del proceso comunicacional.

Cualidades éticas y valores morales de sus colaboradores

Los Colaboradores de C6 Televisión, son personas en las cuales priman las siguientes cualidades éticas y valores:

- **Disciplina:** Apego a las normas y disposiciones establecidas.
- **Integridad:** Rectitud y honestidad en el pensar, decir y actuar;
- **Lealtad:** Identificación y compromiso pleno con la visión, misión y valores:
- **Perseverancia:** Persistencia y tenacidad en el logro de metas, objetivos y resultados establecidos;
- **Prudencia:** Ser moderado es el decir y en el actuar;

- **Respeto:** Aceptar y ser consecuentes con las diferencias y los derechos de las demás;
- **Responsabilidad:** Cumplir cabalmente con nuestras obligaciones, funciones y compromisos delegados y acobardados;
- **Servicio:** Hacer nuestro trabajo en beneficio de los demás; y
- **Superación:** Disposición al mejoramiento continuo a nivel personal, profesional e institucional.

Normas y Principios Deontológicos

Artículo 5.- Normas deontológicas: C6 Televisión, acata las siguientes normas deontológicas determinadas en la Ley Orgánica de Comunicación para lo cual:

- Se abstiene de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios;
- Referidos a la dignidad humana:
- Respetar la honra y la reputación de las personas;

Referidos a la Dignidad Humana

- Evitar la representación positiva o a valorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas
- Respetar la intimidad personal y familiar.
- Respetar los derechos humanos y promueve su plena aplicabilidad.

RELACIONES CON LOS GRUPOS DE ATENCIÓN PRIORITARIA, C6 TELEVISIÓN, DARÁ CUMPLIMIENTO A LO SIGUIENTE:

- Los periodistas de C6 televisión, respetan los presupuestos constitucionales y legales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general;
- Se abstendrán de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas; así como obtener información o imágenes con métodos ilícitos;

Relacionada con La Práctica de la Comunicación

Los colaboradores de C6 Televisión Respetaran y pro-mueven la obediencia a la constitución y el ordenamiento jurídico vigente; así como la libertad de expresión, de comentario y de crítica.

- Rectificara, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;
- Respetará el derecho a la presunción de inocencia,

C6 Evitara Difundir

Evitar difundir, las conductas irresponsables con el medio ambiente, ya sea de forma que dicha información sea canalizada de manera que pueda mostrarse de manera positiva o dando un tratamiento irrelevante de la misma;

- Asumirá la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan.

- Se Abstendrá de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiendo por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o por terceros, a través de los medios de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública

Sanciones

- En caso de que una persona natural o jurídica, se sienta aludida por la falta de observancia al presente código, podrá presentar una queja directamente ante el representante legal de C6 televisión, con copia al Defensor de Audiencias, a fin que éste arbitre las medidas internas pertinentes, sin perjuicio de lo determinado en el siguiente numeral.
- De conformidad con La Ley Orgánica de Comunicación, el incumpliendo de las normas deontológicas adoptadas de dicha Ley podrán ser denunciadas por cualquier ciudadano y organización ante la Superintendencia de la Información y Comunicación.

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Modalidad de la investigación

En el presente estudio de caso se va a implementar la modalidad de campo y documentas, ambas permitirán recabar información verificada de acuerdo al objeto de estudio, la de campo porque se tendrá al objeto de estudio de manera personal y documental porque se buscara antecedentes de temas similares los mismos que ayudaran de manera significativa en la investigación.

TIPO DE INVESTIGACIÓN A APLICARSE

Investigación exploratoria

Este tipo de investigación es muy importante la misma que como su palabra menciona permite explorar al objeto de estudio y poder analizarlo en todo su contexto, es la mejor forma de obtener resultados eficientes y verificados a fin de mantener la investigación.

Investigación descriptiva

La investigación descriptiva permite analizar de manera estructural al objeto de estudio, permite conseguir diversas posturas del mismo tema, en este caso se utilizaran las entrevistas y las encuestas, las mismas que son las más utilizadas para este tipo de investigación.

De acuerdo a la investigación, se realizó una encuesta a los Profesionales que laboran en el medio de Comunicación Canal 6 de Babahoyo y se utilizaron las siguientes técnicas y métodos.

MÉTODOS Y TÉCNICAS

Método inductivo - Deductivo

En esta investigación se utilizarán el método inductivo – deductivo, el cual es el mas factible para este tipo de investigación porque permite clasificar, observar y poder

analizar al objeto de estudio en este caso a los Profesionales que laboran en el Canal 6 de Babahoyo.

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Cuestionario de Preguntas

El cuestionario de preguntas es un medio que sirve para recabar información, es uno de los instrumentos primordial en toda investigación, el cual contendrá preguntas objetivas con el fin de encontrar las problemáticas de la investigación, en este caso se aplicará a los Profesionales que laboran en el Canal 6 de Babahoyo.

Se realizó una encuesta a 10 profesionales de la Comunicación que laboran en el medio Televisivo Canal 6 de la ciudad de Babahoyo.

Guía de Entrevista

La guía de entrevista es otro instrumento que permite conseguir información para la investigación en este caso se realizará a 10 profesionales de la Comunicación que laboran en el medio Televisivo Canal 6 de la ciudad de Babahoyo.

Las entrevistas estarán dirigidas a profesionales y académicos especializados en comunicación social. Y nos permitirá entender la aplicación de los códigos deontológicos una nota periodística televisiva que en ocasiones puede ser considerado transmedia “La narrativa transmedia, narración transmedia o narrativa transmediática (en inglés Transmedia storytelling), es un tipo de relato donde la historia se despliega a través de

múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión”. Asimismo, al obtener las perspectivas de profesionales de la comunicación, permitirá realizar un análisis apegado a la contemporaneidad y realidad de la situación actual en el país.

El análisis estará relacionado en una dualidad en conjunto con la compilación de información del caso de estudio. Por lo tanto, la entrevista “se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (Hernández Sampieri, 2014, pág. 403).

RESULTADOS OBTENIDOS

El análisis de resultado del presente estudio de caso, parte de la información recabada mediante las técnicas e instrumentos de investigación que se implementaron a los profesionales que laboran en el medio Televisivo Canal 6 de la ciudad de Babahoyo, dando como resultados obtenidos varias situaciones que se divulgaran a lo largo de este documento.

Si bien es cierto un medio de comunicación debe contar con profesionales en el área para que el desempeño del medio sea exitoso también es importante tener en cuenta que la ética debe ser parte fundamental de cada profesional, ya que es lo que marca tanto al profesional como a la cadena televisiva.

Se pudo constatar que muchos de los profesionales carecen de Ética profesional el cual impide que se desarrollen de manera adecuada, de tal manera que son despedidos de manera paulatina de los medios de comunicación, porque brindan información amarillista a la teleaudiencia o muchas de las veces en vez de informar, desinformar por no tener códigos deontológicos bien arraigados los mismos que permitan caer en esa provocativo mundo amarillista.

Otro de los análisis que se pudo observar dentro de la investigación fue la notoria falencia que ha existido en los centros educativos que estos profesionales se han formado de la enseñanza deontológica, la cual afecta de manera directa a los profesionales, ya que muchos de ellos no lo hacen con el afán de provocar daños comunicacionales, sino que no poseen estos principios o reglas.

El respeto hacia el televidente es un aspecto clave en el ejercicio profesional, más que una censura por alguna nota periodística realizada, lo que el profesional debe hacer es un acto de análisis y reflexión de lo que realmente se va a dar a conocer a los televidentes, es una regla que desde las aulas deben enseñar, de esa forma se evita enfrentamientos, denuncias o juicios que pudieran ser planteados por las personas afectadas.

Las observaciones que se han realizado se ha podido visualizar que como ente de comunicación ha tenido muchos reclamos por parte de las personas por la información que se emite en el medio televisivo afectando a sus derechos ya que no se han cumplido las normas establecidas por la Ley de Comunicación.

Es importante que los profesionales en Comunicación Social tengan presente que es importante el análisis Deontológico en la vida del comunicador o solo el pararse a una pantalla e informar, sino analizar la noticia, fundamentarla de manera objetiva y con responsabilidad para que no existan ningún tipo de sanciones al canal televisivo.

CONCLUSIONES

- Los profesionales en función y académicos de la Comunicación Social encuestados en el presente estudio de caso, proporcionan un fervoroso modelo de la ética periodística y sostienen que es un principio base fundamental que los periodistas deben poseer para ejercer la carrera de una manera competitiva.
- Por otra parte, los entrevistados estimaron que los comunicadores sociales no están totalmente comprometidos a los códigos deontológicos desde el principio de su actividad laboral, misma que están provocando que su carrera se deteriore por su deficiente profesionalismo.
- Los fundamentos teóricos desarrollados en la presente investigación prueba que la información desarrollada por este medio local informativo, incide profundamente en las ideologías de los ciudadanos Babahoyenses, debido a este criterio se hicieron recomendaciones, para que emitan espacios noticiosos que se adhieran a la línea de ética periodística.
- Según los profesionales consultados exponen que ciertos medios de comunicación televisivos con el objetivo de conseguir la preferencia, algunos periodistas hacen a un lado lo profesional y practican su información de acuerdo a su necesidad provocando que esta información no llegue adecuadamente y viendo claramente lo poco ético que el medio informativo es.
- Sin embargo, analizando lo observado en el medio de comunicación televisivo a saber el canal 6 de la ciudad de Babahoyo sí cumplen el rol ético periodístico en la construcción de sus notas informativas.
- Las notas periodísticas de los medios televisivos en la actualidad son una extensión de medios tradicionales para contribuir con el rol fundamental en la sociedad que es la de informar verazmente conservando los principios básicos y elementales que un comunicador social debe poseer que es de buscar la verdad, ser responsables y actuar con transparencia ante los televidentes.

RECOMENDACIONES

- Se debe consolidar la formación académica de los nuevos Comunicadores Sociales fundamentados en la ética y el conocimiento de la deontología periodística para que constituyan una carta de presentación personal moral y que los medios de comunicación televisivos los acojan como referente en las futuras contrataciones.
- Los Comunicadores Sociales egresados de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo son profesionales que anteponen sus fundamentos éticos, morales y deontológicos ante la sociedad, tal es el caso del presentador de noticias , Licenciado Marlon Goya egresado de nuestra prestigiosa Universidad como un profesional imparcial y veras en su accionar periodístico al ser imparcial al momento de informar con veracidad y sin dejarse moldear o manipular por el medio en el que labora.
- Los medios de comunicación televisiva deben exponer información contrastada y libre de manipulación, sujeta a la ética y deontología periodista, la cual no solamente es un derecho legal, sino que ellos como medios de comunicación están obligados a ser éticos en las noticias que transmiten, puesto que la información puede ser manipulada en los ciudadanos, y mientras más falseada este la nota periodística, mayor es la posibilidad de crear el caos en la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

- Agejas. (2015). *Profesional de la Comunicación*.
- Agejas, & Lopez. (2016). *Ética en los medios de Comunicación*.
- Chillon, J. (2016). *La ética Profesional*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15311/1/JUAN%20%20CARLOS%20DONOSO.pdf>
- Diaz, & Chaparro. (2016). *Ética y periodismo de datos en los códigos de los medios españoles*.
- FOFEA. (2015). *Práctica cotidiana de la comunicación social*.
- García Avilés. (2019). *Problemas de Credibilidad*.
- Muñoz. (2014). *Definición de Deontológico*.
- Union Profesional. (Abril de 2019). *Deontología Profesional*. Obtenido de http://www.unionprofesional.com/estudios/DeontologiaProfesional_Codigos.pdf
- Avila, A. (2007, p. 22). *Iniciacion a la Red de Internet*. Retrieved from *Iniciacion a la Red de Internet*: <https://books.google.com.ec/>
- Aznar, H. (2014). *Democracia deliberativa*. *Ilemata*, año 6, 37-60.
- Barrios, R. A., & Zambrano, A. M. (2015). *Convergencia digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista*. *Anagramas de la Universidad de Medellin*, 221- 240.
- Carvajal, J. (2012). *El código de ética periodística y su incidencia en los comunicadores radiales en temas político, provincia Santa Elena*. *La libertad: Universidad Estatal Pensínsula de Santa Elena*.
- Casasús, J. (2001). *Perspectiva ética del periodismo electrónico*. *Universidad Pompeu Fabra. Barcelona*(7), 79 - 55.
- Cerbino, M., Chiriboga, C., & Tutivén, C. (2001). *Culturas Juveniles. Cuerpo, música, sociabilidad & género*. Colombia: *Convenio Andrés Bello*. Retrieved junio 15, 2018, from http://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1424&context=abya_yala
- Chillón, J. (2012). *La ética periodística como ética aplicada*. *Revista de Filosofía.*, 44, 163 - 183.
- Cobos, T. (2010). *Twitter como fuente para periodistas latinoamericanos*. *Universidad de los Hemisferios*(73), 120 - 133.
- Comité Ejecutivo Nacional de Federación Nacional. (1978). *Código de ética profesional*. Cuenca. Retrieved 2019, from *Comité Ejecutivo Nacional de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador*
- Díaz-Campo, J., Chaparro-Domínguez, M. Á., & Segado-Boj, F. (2016). *Ética y Periodismo de datos en los códigos de los medios españoles*. *Rioja, España* : *Universidad Internacional de la Rioja*

ANEXOS

ANEXO °1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS,
SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



ANÁLISIS DEONTOLÓGICO EN LA PRÁCTICA PROFESIONAL DE LOS COMUNICADORES SOCIALES QUE DIFUNDEN CONTENIDOS INFORMATIVOS EN EL CANAL 6 DE LA CIUDAD DE BABAHOYO, AÑO 2020

1.- ¿Considera usted que la ética del ejercicio de la comunicación social se halla asociado a valores humanos?

Tabla 1, pregunta 1 ¿Considera usted que la ética del ejercicio de la comunicación social se halla asociado a valores humanos?

Encuestados	Categoría	Porcentaje
10	Sí	100
0	No	0
10	Total	100

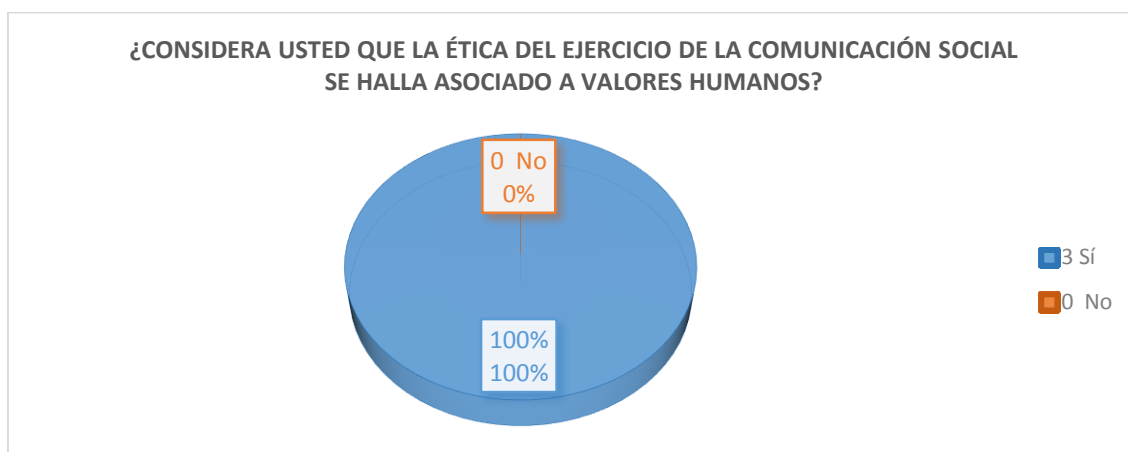


Figura 1 ¿Considera usted que la ética del ejercicio de la comunicación social se halla asociado a valores humanos?

Elaborado por: Jessica Onofre Pisco

Análisis: De los encuestados, en su totalidad el 100% afirman que la que la ética del ejercicio de la comunicación social se halla asociado a valores humanos?

2.- ¿Usted cree que la ética en el ejercicio periodístico es esencial?

Tabla 2, pregunta 2 ¿Usted cree que la ética en el ejercicio periodístico es esencial?

Encuestados	Categoría	Porcentaje
10	Sí	100
0	No	0
10	Total	100

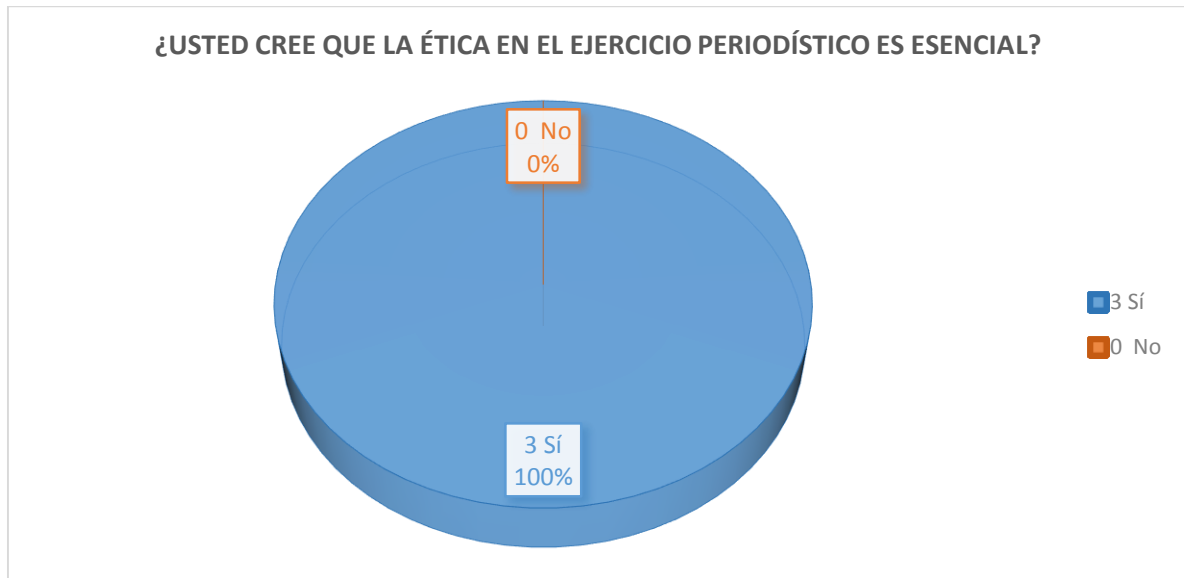


Figura2 ¿Usted cree que la ética en el ejercicio periodístico es esencial?

Elaborado por: Jessica Onofre Pisco

Análisis: De los encuestados, en su totalidad el 100% afirman que la ética en el ejercicio periodístico es esencial

3.- ¿Cree usted que la línea editorial del canal 6 de televisión de la ciudad de Babahoyo promueve la ética periodística?

Tabla 3, pregunta 3 ¿Cree usted que la línea editorial del canal 6 de televisión de la ciudad de Babahoyo promueve la ética periodística?

Encuestados	Categoría	Porcentaje
10	Sí	100
0	No	0
10	Total	100

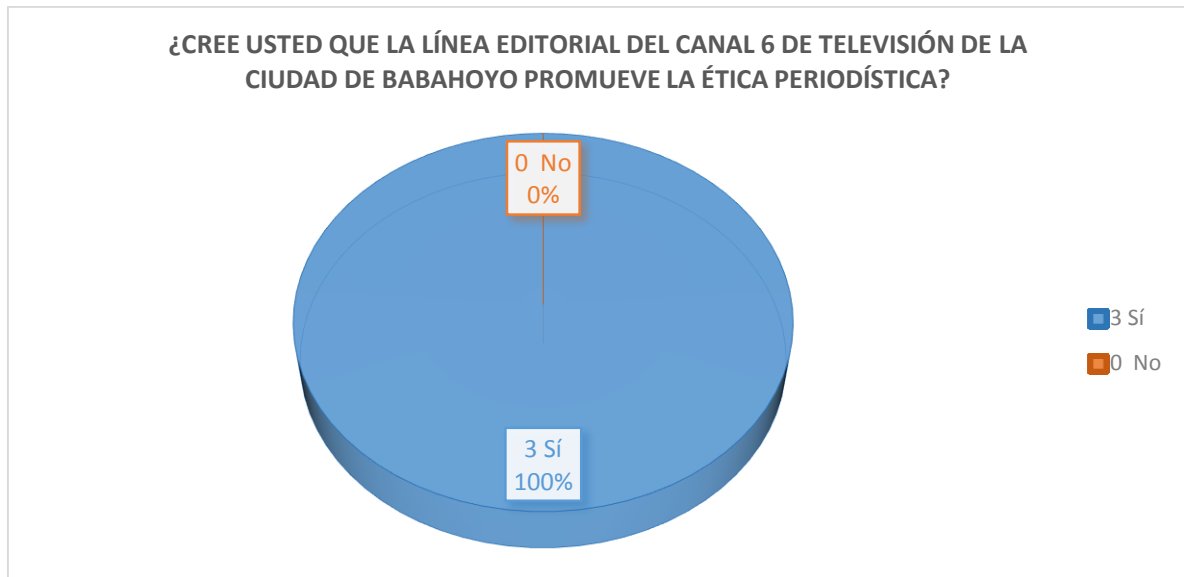


Figura 3 ¿Cree usted que la línea editorial del canal 6 de televisión de la ciudad de Babahoyo promueve la ética periodística?

Elaborado por: Jessica Onofre Pisco

Análisis: De los encuestados, en su totalidad el 100% afirman que la línea editorial del canal 6 de televisión de la ciudad de Babahoyo promueve la ética periodística

4.- ¿Usted considera que los medios de comunicación televisivos en el país gozan de buena imagen y credibilidad?

Tabla 4, pregunta 4 ¿Usted considera que los medios de comunicación televisivos en el país gozan de buena imagen y credibilidad?

Encuestados	Categoría	Porcentaje
10	Sí	100
0	No	0
10	Total	100



Figura 4 ¿Usted considera que los medios de comunicación televisivos en el país gozan de buena imagen y credibilidad?

Elaborado por: Jessica Onofre Pisco

Análisis: De los encuestados, en su totalidad el 100% afirman que los medios de comunicación televisivos en el país gozan de buena imagen y credibilidad

5.- ¿Usted considera que los cales de televisión tradicionales en el país poseen una buena imagen y credibilidad?

Tabla 5, pregunta 5 ¿Usted considera que los cales de televisión tradicionales en el país poseen una buena imagen y credibilidad?

Encuestados	Categoría	Porcentaje
10	Sí	100
0	No	0
10	Total	100



Figura 1 ¿Usted considera que los cales de televisión tradicionales en el país poseen una buena imagen y credibilidad?

Elaborado por: Jessica Onofre Pisco

Análisis: De los encuestados, en su totalidad el 100% afirman que los cales de televisión tradicionales en el país no poseen una buena imagen y credibilidad?