



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ  
EXTENSIÓN CHONE**

**CARRERA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.**

## **TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

**LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.**

### **TEMA:**

**“ÉTICA PROFESIONAL EN LA COMUNICACIÓN RADIAL DEL  
CANTÓN CHONE”**

### **AUTORES:**

**ALVIA LOOR MIGUEL SEBASTIÁN  
SÁNCHEZ ÁLAVA RAMÓN BOLÍVAR**

### **TUTORA:**

**LIC. AURORA BARREIRO VERA MG. GE**

**CHONE - MANABÍ - ECUADOR**

**2015**

Lic. Aurora Barreiro Vera Mg. G.E, Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí extensión Chone, en calidad de TUTORA.

### **CERTIFICO:**

Que el presente TRABAJO DE TITULACIÓN cuyo tema es: “ÉTICA PROFESIONAL EN LA COMUNICACIÓN RADIAL DEL CANTÓN CHONE”, ha sido exhaustivamente revisado en varias sesiones de trabajo, se encuentra listo para su presentación y apto para su defensa.

Las opiniones y conceptos vertidos en este Trabajo de Titulación son fruto del trabajo, perseverancia y originalidad de sus autores: ALVIA LOOR MIGUEL SEBASTIÁN y SÁNCHEZ ÁLAVA RAMÓN BOLÍVAR, siendo de su exclusiva responsabilidad.

Chone, diciembre del 2015

Lic. Aurora Barreiro Vera Mg. G.E.

**TUTORA**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

La responsabilidad de las opiniones, investigaciones, resultados, conclusiones y recomendaciones presentadas en este Trabajo de Titulación, es exclusividad de sus autores.

Chone, diciembre del 2015

ALVIA LOOR MIGUEL  
**AUTOR**

SÁNCHEZ ÁLAVA RAMÓN  
**AUTOR**



**UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ EXTENSIÓN CHONE**

**CARRERA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL  
LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el informe de investigación, sobre el tema: **"ÉTICA PROFESIONAL EN LA COMUNICACIÓN RADIAL DEL CANTON CHONE"**, elaborado por los egresados Alvia Loor Miguel Sebastián y Sánchez Álava Ramón Bolívar de la Carrera de Comunicación Organizacional.

Chone, diciembre del 2015

Dr. Víctor Jama Zambrano

**DECANO**

Lic. Aurora Barreiro Vera Mg. G.E.

**TUTORA**

.....  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

.....  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

.....  
**SECRETARIA**

## **DEDICATORIA**

Al cumplir este nuevo reto de manera especial va dedicada al todo poderoso Dios, por permitirme ser parte de su creación.

A mis padres: SEBASTIÁN ALVIA y ANGELA LOOR por su apoyo, dedicación, esfuerzo y amor que siempre me han brindado.

A mí querida esposa: JOHANA ALCIVAR, por su amor, palabras de aliento, su incansable comprensión y por el deseo que culminara mis estudios superiores.

A mi hija: ALIX ALVIA, por ser mi motivo de inspiración.

A mi hermana: TANIA, por su deseo de verme progresar profesionalmente y absoluto apoyo.

Y demás familiares y amigos que siempre han estado allí con sus mejores deseos hacia mi persona, para quienes les digo PLABRAHECHA REALIDAD.

Sebastián Alvia

## **DEDICATORIA**

A Dios por verme fortalecido con toda mi vida.

A mi esposa: CARMEN ORDOÑEZ DE SANCHEZ, por su comprensión y permanente apoyo, por ser quien me anima moralmente y está siempre en mis logros y alegrías, por perdonarme cuando tenía que perdonarme, por creer en mí, ser una madre ejemplar y la esposa que todos desearían tener.

A mis dos hijos: Marlon Jefferson y Yaqueline Sánchez Ordoñez.

A mis dos nietecitas del alma: Marhey y Jarent.

Ramón Sánchez

## **AGRADECIMIENTO**

Al concluir una etapa tan importante en nuestras vidas, dejamos plasmado un inmenso agradecimiento:

A Dios nuestro creador que ha guiado e iluminado nuestras vidas en la senda que nos conduce a la meta trazada.

A la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí extensión Chone, a la carrera de Comunicación Organizacional, a todos los catedráticos que nos inculcaron sus conocimientos en nuestra formación académica durante toda nuestra carrera, por germinar la semilla del saber y que seguiremos multiplicando con dedicación, esmero y amor.

A la Lic. Felisa Meza, coordinadora de la carrera de Comunicación Organizacional, a la Lic. Bella Aurora Barreiro, directora de nuestra tesis, por la guía acertada para el desarrollo de la misma.

De manera especial al Lic. Byron Corral por sus conocimientos impartidos que para nosotros son de gran valor y atesoraremos todas y cada una de sus enseñanzas.

A todos nuestros compañeros y conocidos que de una y otra manera aportaron para que este trabajo de titulación sea una realidad.

Finalmente agradecemos a las radios de la localidad, sus dueños, locutores y radioescuchas por el aporte y la oportunidad brindada.

Sebastián y Bolívar

## ÍNDICE

<b>CONTENIDO</b>	<b>PAG.</b>
PORTADA	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE	viii
1. INTRODUCCIÓN	1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
2.1. Contextos	4
2.1.1. Contexto Macro	4
2.1.2. Contexto Meso	5
2.1.3. Contexto Micro	6
2.2. Formulación del Problema	7
2.3. Delimitación del Problema	7
2.3.1. Campo	7
2.3.2. Área	7
2.3.3. Aspectos	7
2.3.4. Delimitación espacial	7
2.3.5. Delimitación temporal	7
2.3.6. Problema	7
2.4. Interrogantes de la investigación	7
3. JUSTIFICACIÓN	9
4. OBJETIVOS	10
4.1. Objetivo General	10
4.2. Objetivos Específicos	10



## **CAPÍTULO I**

5. MARCO TEÓRICO	11
5.1. Ética profesional	11
5.1.1. Aspectos y características de la ética	12
5.1.2. Clasificación de la ética	13
5.1.3. Importancia	17
5.1.4. Tipos de ética	18
5.1.5. La moral humana	19
5.1.6. Características de la moral	19
5.1.7. Profesionalismo	20
5.1.8. Los valores humanos	21
5.1.9. Ética y medios de comunicación	27
5.2. Comunicación Radial	28
5.2.1. La Radio	29
5.2.2. Clasificación de la radio	30
5.2.3. Características generales de la radio	31
5.2.4. Lenguaje Radiofónico	32
5.2.5. Componentes del lenguaje radial	34
5.2.6. La comunicación en el ámbito laboral	34
5.2.6.1. Modelo de Comunicación	36
5.2.6.2. Elementos del proceso de comunicación	37
5.2.7. Tipos de Comunicación	38
5.2.8. Ventajas y desventajas de los medios de comunicación	42
5.3. Radios del cantón Chone	43
5.3.1. Radio Chone	43
5.3.2. Radio Romance	45
5.3.3. Radio Coqueta	47
5.3.4. Radio Libertad	49
5.3.5. Radio Unión	50

## **CAPÍTULO II**

6. HIPÓTESIS	52
6.1. Variables	52
6.1.1. Variable Independiente	52
6.1.2. Variable Dependiente	52
6.1.3. Término de relación	52

## **CAPÍTULO III**

7. METODOLOGÍA	53
7.1. Tipo de Investigación	53
7.2. Nivel de investigación	53
7.3. Métodos	53
7.4. Técnicas de recolección de información	54
7.5. Población y Muestra	54
7.5.1. Población	54
7.5.2. Muestra	55
8. MARCO ADMINISTRATIVO	57
8.1. Recursos Humanos	57
8.2. Recursos Financieros	57

## **CAPITULO IV**

9. RESULTADOS OBTENIDOS Y ANÁLISIS DE DATOS	58
10. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	88

## **CAPITULO V**

11. CONCLUSIONES	89
12. RECOMENDACIONES	90
13. BIBLIOGRAFÍA	91

13.1. Webgrafia	92
ANEXOS	94

## 1. INTRODUCCIÓN

La ética profesional debe concentrar su atención en el tema de la moral, la ética, los valores y los principios del ser humano y de las organizaciones. En relación a la comunicación radial, ésta tiene como objetivos: Informar, orientar, educar y entretener a sus oyentes, lo que representa también una serie de deberes y obligaciones que cumplir, constituyéndose en un conjunto de normas a exigirse en los profesionales de la comunicación.

Considerando “Que, el artículo 384 de la Constitución de la República, establece que el sistema de comunicación social debe asegurar el ejercicio de los derechos a la comunicación, la información y la libertad de expresión y fortalecer la participación ciudadana.”

Los medios de comunicación radial juegan un papel importante en la comunidad, ya que por estos medios se facilita la información, por lo que esta debe ser veraz, concisa y oportuna, es aquí donde las empresas radiales y los comunicadores que cubren estos espacios, deben tener amplios conocimientos de la comunicación social como lo exige la Ley Orgánica de Comunicación.

En el **Capítulo I**, se puntualiza la fundamentación teórica, que es la base que sustenta al tema de investigación y a la vez será la explicación y el estudio del problema; todas las subcategorías que se encuentran en esta investigación, servirán para aplicarlas y propiciar una exitosa ética profesional en la comunicación radial, para el desarrollo del Cantón y los medio radiales.

En este capítulo se conceptualiza la ética como la aplicación y al estudio de las reglas morales, partiendo desde un punto de vista filosófico, actualmente la ética se la mira desde una perspectiva convencional, que la determina como la moral pensada desde todos los aspectos posibles.

Por otra parte la radio es uno de los medios de comunicación más antiguos, es de tipo masivo y permite a través de ella la interacción con la sociedad, se da con muchos fines, principalmente el informativo, para Romo Gril (1987) la radio es “un conjunto de técnicas que emiten las ondas, permitiendo la transmisión de la palabra y de los sonidos”

En el **Capítulo II**, se describe la hipótesis establecida en este trabajo investigativo, con sus respectivas variables como son: dependiente e independiente, que permitirán cumplir los objetivos propuestos en la presente investigación. La hipótesis planteada fue: “La ética profesional incide en la comunicación radial del Cantón Chone durante el segundo semestre del 2014”.

En el **Capítulo III**, se puntualiza la metodología que se aplicó en la investigación, en la cual están detallados los métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos, además la población, muestra y el marco administrativo en el que se despliega los recursos humanos y financieros.

En el **Capítulo IV**, se encuentran los resultados obtenidos mediante las técnicas e instrumentos aplicados sobre el tema investigado, con su respectiva tabulación, gráficos estadísticos, que permiten la ilustración de los datos acompañados de sus análisis.

En el **Capítulo V**, se establecen las conclusiones y las recomendaciones que los autores de la investigación plantean para que las radios locales mejoren en cuanto a la aplicación de la ética en la comunicación, para un correcto ejercicio de esta profesión.

Por tal razón es de vital importancia, la presente investigación que estudió la problemática planteada y su incidencia en la comunicación que imparten los medios de comunicación radiales del Cantón Chone.

En cuanto la ciudadanía, esta puede dar sus opiniones, comentarios y sugerencias, en relación con los medios de comunicación, ya que lo único que se busca es mejorar el nivel Profesional, mediante: seminarios, capacitaciones “actualización e innovación permanente” de los locutores, para que puedan llevar adelante programaciones nuevas y actualizadas de interés social.

## **2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **2.1. Contextos**

#### **2.1.1. Contexto Macro**

La Escuela de Periodismo de la Universidad de Lousiana, el Instituto of Society, Éticas and the Life Sciences de Nueva York y la Gannett Foundation. Reconocen que la ética profesional es un tema de suma relevancia y que el ejercicio del periodismo, o de la comunicación, parece necesitar de una cierta responsabilidad profesional<sup>1</sup>.

La Ética Profesional actualmente es fundamental en todo tipo de empresa a nivel mundial, sean estas públicas o privadas, resultante de la necesidad que el ser humano tiene a efecto del proceso evolutivo de la humanidad. De igual manera en las estaciones radiales se debe aplicar la ética profesional, en la medida en que los oyentes han mejorado la captación de la información difundida a través de las radios y se han convertido en los principales jueces de la comunicación que se aplica en estos medios.

Los medios de comunicación (radiales) para cumplir con: objetividad, veracidad, oportunidad y pluralidad, en su función social de informar a la sociedad. Ya que algunos comunicadores procuran comportarse en forma contraria a la ética, por las diversas orientaciones y caminos, los conducen a resultados diferentes, y es aquí donde se observa la controversia sobre la importancia y posibilidad de lograr un tratamiento ético en la información que se difunde a la sociedad.

La frase “información es poder” va posponiendo los intentos de una legislación real, factible de realizarse y no sólo hipotética. Este es un compromiso que tienen que adquirir los ejecutivos y locutores de los medios; los investigadores, profesores o

---

<sup>1</sup> <http://eticaycomunicacionkarenramos.blogspot.com/>

conocedores del tema, y en mayor medida la sociedad (radioescucha), porque a través de los años se han permitido faltas y violaciones al derecho de todo ser humano de estar informado.

### **2.1.2. Contexto Meso**

La misión de las empresas radiales del Ecuador están exigidas por la Ley Orgánica de Comunicación a emplear una prestación eficiente, ético y profesional en la buena formación y práctica de sus funcionarios para mejorar lo difundido ante el oyente y de esta manera poder brindar una información de calidad<sup>2</sup>.

La Ética profesional en la Comunicación Radial de las Estaciones Radiales del Ecuador, generalmente, representan un rol que se necesita en la práctica diaria, para lograr alcanzar los resultados eficaces y eficientes a nivel Nacional. Para aquello precisamente las estaciones radiales deben aplicar la Ética Profesional para mantener una comunicación constante y veraz con su radioescucha.

Cuando se informa sobre un tema y se incluyan todos los personajes y puntos de vista involucrados; se deben dar los antecedentes de los datos que día a día aparecen en las noticias; se deben brindar las mismas posibilidades de expresión a los diferentes grupos sociales y por ende brindar una información sin matices ni adornos, que sólo marcan diferencias y favoritismos por parte de la empresa comunicadora; estando en posibilidades de afirmar que los comunicadores han realizado una aportación notable o denótale.

Por lo cual actualmente el gobierno nacional, busca constantemente obtener los avances tecnológicos, de igual manera profesionales y por qué no institucionales, para que los directivos y funcionarios continúen con el estándar de calidad y calidez que la globalización exige, una correcta práctica en el periodismo, con ética y

---

<sup>2</sup> <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>



responsabilidad, respetando la actual ley de comunicación vigente en el Ecuador, por lo tanto se deben tomar las medidas necesarias para que se hagan cumplir estas leyes a cabalidad, a fin de que se garantiza el ejercicio eficiente y el manejo de información adecuado en todos los medios de comunicación.

### **2.1.3. Contexto Micro**

Los medios de comunicación radial del cantón Chone, como son: radio Libertad, Coqueta, Unión, Chone y Romance, son estaciones radiales, creadas estratégicamente para mantener informado al cantón y sus parroquias, y brindar la información eficaz, eficiente y oportuna.

La ciudad de Chone al estar en una ubicación geográfica estratégica y tener una población numerosa y una gran extensión territorial, en el entorno regional, ha permitido la apertura de cuatro estaciones radiales en FM (frecuencia modulada) y una en AM (amplitud modulada).

Desde su creación han servido a la ciudadanía chonense manteniéndolos informados, con noticias locales, nacionales e internacionales. Por tal motivo la ética profesional que utilizan en cada uno de estos medios de comunicación, representan un rol importante requeridos por el código de comunicación, conocimientos y tecnología. Los cuales deben mejorar continuamente.

El problema principal que se presenta en las radios locales, es la escasa ética profesional, que impide mejorar la comunicación radial de las estaciones de radio, catalogándose como una debilidad en las Radios: Libertad, Coqueta, Unión, Chone y Romance.

En los últimos años han logrado ser más sintonizadas y ampliar el número en audiencias, con variedad en sus programaciones, aún así, es fundamental destacar que una ética responsable conlleva al progreso de estas estaciones radiales, existen

algunos factores que intervienen en la correcta práctica del periodismo en estos medios de comunicación, es necesario implementar estrategias de mejoramiento, capacitaciones a nivel profesional y tecnológico que mejoren la calidad del servicio.

## **2.2. Formulación del problema**

¿Cómo incide la ética profesional en la comunicación radial del cantón Chone durante el segundo semestre del 2014?

## **2.3. Delimitación del problema.**

El presente trabajo de titulación se encuentra delimitado así:

### **2.3.1. Campo de estudio:** Comunicación

### **2.3.2. Área:** Ética

### **2.3.3. Aspectos:**

a) Ética profesional y

b) Comunicación Radial.

### **2.3.4. Delimitación Espacial:** Radios locales del Cantón Chone.

### **2.3.5. Delimitación Temporal:** Segundo Semestre del 2014

### **2.3.6. Problema:** Escasa ética profesional en la comunicación radial

## **2.4. Interrogantes de la Investigación**

¿Es utilizada la Ética Profesional en los medios de comunicación radial del Cantón Chone?

¿Por qué es importante la Ética Profesional en los medios radiales del Cantón Chone?

¿Cuál es el nivel de la comunicación radial en las radios locales del Cantón Chone?

¿Cuál es el criterio de los oyentes sobre la comunicación radial del Cantón Chone?

¿Qué estrategias se podrán aplicar para mejorar la ética profesional en la comunicación radial del cantón Chone?

### 3. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación es de mucho **interés** tanto para los dueños de los medios radiales, ya sean públicos o privados, como para las personas involucradas en los mismos, por lo que se tuvo en consideración la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación y cada uno de sus artículos, para que sean puestos en práctica por cada profesional que esté al frente, en las diversas programaciones.

Es **importante**, porque tiene como objetivo principal determinar la influencia de la ética profesional aplicada en los medios radiales de la comunidad, lo que permitirá en lo profesional aplicar las herramientas adecuadas en la comunicación radial y lograr ser un aporte positivo para el oyente contribuyendo a mejorar la calidad de vida, tanto de ellos como de la sociedad en general.

Es **original**, porque fue investigado y ejecutado por primera vez en el cantón Chone, donde sus autores apuestan en contribuir a futuras generaciones, con el conocimiento adquirido y con las conclusiones y recomendaciones a las que se llegue con la información, lo que permitirá corregir errores y suplir aquellas falencias que todavía existen en la comunicación radial.

Es **factible**, porque fue financiado por sus autores y va en beneficio de la comunidad, contando con la predisposición de los autores de esta investigación, para de esta manera **beneficiar** a los dueños de los medios radiales, a quienes ejercen esta labor a diario y a sus fieles radioescuchas.

Se **sustenta** y se ampara, a través de su MISIÓN y VISIÓN, que pretende guiar y forjar profesionales de calidad, luchando constantemente para que estos estándares sean cumplidos para alcanzar todas las metas y objetivos planteados ya sean a corto o a largo plazo, logrando de esta manera que el nombre de esta Alma Mater quede bien representado.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1. Objetivo General**

Determinar la incidencia de la ética profesional en la comunicación radial del cantón Chone en el segundo semestre del año 2014

### **4.2. Objetivos Específicos**

Investigar si la ética profesional es utilizada en los medios de comunicación radial del Cantón Chone.

Analizar la importancia que tiene la ética profesional en los medios radiales del Cantón Chone.

Establecer el nivel de la comunicación radial en los medios radiales de la localidad.

Diagnosticar el criterio de los oyentes sobre la comunicación radial del Cantón Chone.

Diseñar estrategias que permitan mejorar la ética profesional en la comunicación radial del cantón Chone.

## CAPÍTULO I

### 5. MARCO TEÓRICO

#### 5.1. Ética Profesional

Según, Edward Gross “un profesional es una persona que tiene amplios conocimientos que se pueden aplicar en la resolución de conflictos, lo cual obliga a realizar trabajos competentes, es decir que pueden identificarse con otras personas profesionales en la misma rama” (Matute Genaro, 2011).

La ética viene del griego que significa carácter, está estrechamente relacionada con la moral y el proceder del ser humano, es decir su accionar y comportamiento en todas las circunstancias de la vida, las mismas que se rigen por los principios y valores que el ser humano tenga y practique en su diario vivir, en todas las circunstancias de la vida.

“La responsabilidad de una persona reside en su obligación de responder por sus propios actos. La misma se ve condicionada por la libertad y la voluntad. En lo que respecta a la ética profesional, la responsabilidad de un individuo lo obliga a desarrollar de forma ética y justa su trabajo, intentando cooperar, en la medida que pueda, con el bien común”.<sup>3</sup>

La ética se refiere a la aplicación y al estudio de las reglas morales, partiendo desde un punto de vista filosófico, actualmente la ética se la mira desde una perspectiva convencional, que la determina como la moral pensada desde todos los aspectos posibles.

Está muy relacionada con la moral y los modales de las personas, ya que estudia las acepciones de la conducta humana si lo hace desde la filosofía, aun así la ética no es cuestión de seguir o cumplir reglas, más bien del pensamiento y el razonamientos de dichas reglas establecidas en la vida del ser humano.

---

<sup>3</sup> <http://definicion.de/etica-profesional/>

### 5.1.1 Aspectos y características de la ética

- a) **La ética desde el estudio de la moral:** la moral se basa en los principios filosóficos y la ética estudia directamente aquellos principios, por lo cual se puede decir que la ética estudia a la moral y la moral se basa en los principios filosóficos.
- b) **Las reglas que se deben seguir:** las reglas pueden estar establecidas en un papel o simplemente en el pensamiento de la persona, lo que cuenta es que estas reglas se cumplan y no se encuentren limitadas por la voluntad del individuo o persona.
- c) **Coerción:** la coerción no es aplicable en la ética, porque la ética no obliga a cumplir nada, aun así hay quienes necesitan sentirse forzados al cumplimiento de las reglas.
- d) **La tradición:** las tradiciones representan una gran influencia para la ética y la moral y a su vez de la naturaleza
- e) **Las influencias religiosas:** dentro de la religión católica existen los mandamientos, quienes rigen el comportamiento de las personas y deben ser cumplidos, estos pueden ser una fuerte influencia para la ética, ya que están directamente relacionados con el buen comportamiento y conducta.
- f) **Ética profesional:** en toda empresa es indispensable aplicar la ética y en toda profesión también para garantizar un trabajo responsable, o un servicio correcto, se refiere a lo que como profesional se debe o no se debe hacer partiendo de lo que es bueno y lo que es malo.
- g) **La humanidad:** la ética se encarga de la conciencia humana, los principios humanos y sus conjeturas.
- h) **Los valores:** los valores juegan un rol importante en la práctica de la ética porque representan normas de convivencia que permiten un mejor trato social

si son seguidos correctamente, rigen la personalidad y crean un juicio de valor en cada persona.

### 5.1.2 Clasificación de la ética

La ética puede clasificarse en:

- Ética de Epicuro
- Ética cristiana
- Ética utilitarista
- Ética del deber
- Ética estoica
- Ética marxista

**a) Ética de Epicuro.-** La ética de Epicuro se basa en el placer, ya que este personaje por el cual lleva el nombre, afirmó que es bueno todo aquello que produce placer, para el ese es el principio y el fin de una vida feliz. Para hacer real el placer se lo debe moderar, controlar y racionalizar.

Para Epicuro el placer es la satisfacción de las necesidades del cuerpo y la tranquilidad del alma, destacando así que los placeres del alma son superiores a los del cuerpo, buscando siempre la paz interior, para acabar con temores o inquietudes del cuerpo.

En cuanto a lo considerado malo en la ética de Epicuro, esta todo aquello que pueda producir dolor al ser humano, ya sea en el sentido espiritual y a nivel corporal, afectando de una u otra manera la tranquilidad y la paz de la persona. Cabe rescatar que al hablar de placer Epicuro no se refiere necesariamente al placer sexual, sino a todo aquello que pueda producir un placer, como un simple día de campo o escuchar su música favorita.



En esta ética se resaltan dos aspectos muy diferentes, el placer y el dolor. El placer como lo bueno y el dolor como lo malo, es decir, una necesidad satisfecha o una necesidad insatisfecha. De esta manera Epicuro busca alcanzar la felicidad en la vida del ser humano.

**b) Ética cristiana.-** La ética cristiana es conocida como la teología moral, que es una rama de la teología. Esta ética trata del bien y del mal en los comportamientos del ser humano, basadas en una religión que rigen lo que está bien y lo que está mal en la vida de las personas.

La ética cristiana se basa en los principios derivados de la fe cristiana, por lo cuales las personas actúan y se comportan, un claro ejemplo de los principios que rigen esta ética son los 10 mandamientos, los cuales dicen claramente lo que es correcto e incorrecto para el ser humano.

La Biblia es parte de la ética cristiana porque es el principal medio guía para el ser humano, en donde dice lo bueno y lo malo, muchas personas llevan su vida en base a lo que dice las escrituras y basadas en su fe cristiana, la moral y los buenos comportamientos.

Existen muchas religiones actualmente, cada una tiene sus propias ideologías y principios, pero sin duda alguna todas hablan de un mismo Dios y tienen un mismo fin, el bien para la humanidad y la creencia en un Dios bueno y generoso que se preocupa porque sus hijos vivan en paz y en fe.

**c) Ética utilitarista.-** La ética utilitarista es una teoría basada en tres propuestas, estas son las siguientes:

- Lo que es intrínsecamente valioso para el ser humano
- El mejor estado de las cosas es donde la suma de lo valioso es lo más alta posible, y
- Lo que debemos hacer es lo que determina el mejor estado de las cosas

La ética utilitarista es consecuencialista, es decir que el valor moral de una acción es medido en base de sus consecuencias. Por esto se puede decir que el utilitarismo rige las acciones de las personas de acuerdo a las consecuencias que ha logrado con aquello.

**d) Ética del deber.-** La ética del deber es la que se basa en lo que las personas deben hacer, en cuando a su comportamiento, proceder y en la toma de decisiones que son importantes y en las menos importantes también, porque estas determinan el tipo de vida de la persona.

La ética del deber es conocida también como la ética deontológica o simplemente ética kantiana, se basa en la buena voluntad y a la obediencia de la ley moral, las acciones del ser humano deben estar basadas en un principio de universalidad, que sea permisible.

“La clave de bóveda de la ética del deber es el imperativo categórico. Su contenido viene a ser éste: tu libertad acaba donde empieza la de los demás. La idea es que los demás tienen derechos y son libres de hacer aquello a lo que tienen derecho; limitar estos derechos es atentar contra la dignidad de las personas. Derechos, libertad y dignidad son tres palabras clave. La moral no trata, como en el utilitarismo, de qué debo hacer para beneficiar a las personas, sino de lo que debo hacer para respetar su dignidad y no violar sus derechos. No se trata de lo que debo hacer por los demás como de lo que no debo hacerle a los demás”<sup>4</sup>.

**e) Ética estoica.-** En la ética estoica no existen los actos malos en sí mismo, sino que es el mal moral lo que impide una correcta voluntad humana para reaccionar y actuar, además los contrarios se implican, es decir, no se puede entender la verdad sin la mentira.

Esta ética se enfoca bastante en los problemas de conducta, busca también que el ser humano viva conforme a la ley de la naturaleza, ya que el universo a su vez es

---

<sup>4</sup> <http://blocs.xtec.cat/jorgeminguiez1/2008/11/11/etica-del-deber/>

regido por una ley natural, con sentido amplio, adaptando las conductas esenciales a la razón y formando una unidad.

Ninguna acción puede ser de por sí considerada buena o mala, los estoicos consideran que la virtud es el bien, es por ello que lo que no es ni virtud ni vicio no se puede considerar bueno ni malo, sino diferente. En la ética estoica existen virtudes cardinales, estas son:

- La prudencia
- La templanza
- La fortaleza
- La justicia

**f) Ética marxista.-** La ética marxista es originada por la teología, la filosofía, la biología, la economía y la historia marxista. Los marxistas tienen un enfoque determinado hacia cinco disciplinas que se refieren al principio, con una visión dialéctica de lucha.

Según la ética marxista el universo se encuentra en un constante estado de cambios e inclusive la sociedad también, cambiando así diferencias sociales, de clases y económicas, ocasionando a su vez cambios en los ideales morales de toda una sociedad.

“Muchas incertidumbres rodean a la ética marxista. Aunque virtualmente todos los marxistas concuerdan con la base materialista dialéctica para la moral y la inevitabilidad de la evolución de los preceptos morales, no pueden predecir cómo sería la ética de una sociedad sin clases. Los marxistas etiquetan de "inmoral" a la ética cristiana, porque mantiene teóricamente el dominio de la burguesía sobre el

proletariado. Pero los marxistas no pueden concebir un esquema moral diferente a la vaga idea de la "creación de un nuevo hombre moral"<sup>5</sup>.

**5.1.3. Importancia.-** Está relacionado a la Responsabilidad Laboral como no solo el cumplimiento de las tareas asignadas en Tiempo y Forma, sino también en la correcta realización de la tarea, haciendo uso de las Aptitudes Profesionales para garantizar el mayor éxito posible, como la aplicación de la Metodología y Técnica Profesional, evitando el margen de error y que estas tareas se cumplan por mera acción del azar.<sup>6</sup>

La ética es importante para el ser humano, ya que sin ética todo sería un caos en la sociedad, no existiera el progreso ni mucho menos el desarrollo, porque nadie haría lo correcto sino lo que crean conveniente según sus intereses, pasando por encima de quien sea y atropellando sus valores y principios, sin importarle lo que esté bien y lo que está mal.

Por eso la ética es fundamental, ya que con ella se ha logrado determinar una sociedad mejor, no perfecta pero si con una base establecida de valores, moral y principios, que no todos asumen en sus vidas pero que muchos si lo hacen y esto permite que gran parte de la sociedad proceda de buena manera sus acciones y sus comportamientos no afecten a los demás.

A nivel personal permite mantener buenas relaciones, con los miembros de la familia, los vecinos, compañeros, amigos y hasta con los desconocidos, ya que se forjan personas con valores, capaces de diferenciar lo bueno de lo malo, para tomar sus propias decisiones en base aquello.

En el ámbito laboral también juega roll importante, porque la ética es una guía que ayuda al profesional cumplir con sus funciones de manera correcta y adecuada, con principios y valores que harán de él una mejor persona y un mejor profesional capaz y respetado por la sociedad.

---

<sup>5</sup> <http://www.allaboutworldview.org/spanish/etica-marxista.htm>

<sup>6</sup> [www.importancia.org/profesionalismo.php](http://www.importancia.org/profesionalismo.php)

#### **5.1.4. Tipo de ética:**

- Autónoma: esta ética es la que depende de la propia persona
- Heterónoma: la persona se basa en lo que los demás digan
- Formal: se basa en las leyes universales
- Material: se guía por lo que se considera esta bien
- Teleológica: busca alcanzar algo en específico
- Deontológica: busca cumplir con el deber de forma independiente de las consecuencias que puedan generar
- Cognitivista: la persona esta consiente de lo que está bien y como debe de actuar
- No cognitivista: no conoce lo que está bien.
- Fundamentación ética: en basa a la felicidad y el deber
- La Felicidad
- Moral: como normas a seguir
- Ética: de manera reflexiva
- Deber: cumplir los compromisos establecidos por las normas de conducta

#### **Al tener derechos también tenemos deberes.**

- Deberes jurídicos: como por ejemplo los impuestos
- Deberes morales: que dependen de cada persona, de sus costumbres y normar de conducta establecidas en su vida.

### **5.1.5. La moral humana**

Para Aristóteles la moral es “como una disposición voluntaria adquirida que se dirige por la razón y que consiste en el término medio entre estos dos juicios”. Por otro lado para Sócrates la moral es “la virtud que identifica el conocimiento”, lo que supone una doctrina que controla las acciones del ser humano, está estrechamente relacionada a la ética y a los principios, además determina la educación en valores de la persona.

La palabra moral viene del latín mos-moris, que significa costumbre, modo de vivir, el carácter o la forma de ser tanto de un individuo como de una sociedad, aunque también alude a norma, precepto. Siguiendo así, a los antiguos romanos, vamos a definir la moral humana como el conjunto de<sup>7</sup>:

- Las normas que se encargan de regir la conducta humana en la sociedad y
- Las valoraciones que el ser humano hace sobre sus actos desde la perspectiva de lo bueno o malo, lo justo o lo injusto, etc.

### **5.1.6. Características de la moral**

Para que una acción humana sea considerada del tipo moral debe reunir alguna de las siguientes características:

- Se realizan en base a normas y valores, que definen lo que es bueno, malo, egoísta, generoso, justo o injusto, entre otros.
- Es voluntad de cada ser humano elegir y decidir sobre su código moral, el mismo que no debe ser impuesto por la sociedad.
- Ser responsable de los actos, a la hora de actuar con libremente para ser valorada moralmente

---

<sup>7</sup> [http://recursostic.educacion.es/secundaria/edad/4esoetica/quincena2/quincena2\\_contenidos\\_1a.htm](http://recursostic.educacion.es/secundaria/edad/4esoetica/quincena2/quincena2_contenidos_1a.htm)

- Se debe conocer lo que se debe hacer
- Hay que tener voluntad

### **5.1.7. Profesionalismo**

Se denomina profesionalismo a la capacidad para el desempeño de una labor por lo que se logra un beneficio. Así, el profesionalismo es una noción primordialmente atada al mercado laboral, en donde existen solicitudes de personas con conocimiento en determinadas áreas y que pretenden ser cubierta.

Un profesional es una persona capacitada para cubrir debido a sus conocimientos un lugar con exigencias determinadas. Además, el profesionalismo involucra un cierto compromiso con la tarea a realizar, responsabilidad que refleja una dedicación que dé lugar a una mejora continua en el servicio.

Según, Juan Lengua. "Define que las fuentes de información en una radio local no difieren básicamente con las de cualquier otro medio informativo. Por tanto, en el análisis de las mismas buscaremos los aspectos o matices que en la radio local sean más frecuente. A modo de ejemplo analizaremos las más usuales en cualquier radio, con especial atención a las denominadas >>ruedas de prensa>> que cada vez más acogotan a las redacciones, incapaces de valor informativo o de interés para los escuchantes." (Juan, 2009).

Si bien no es rigurosamente necesaria de una instrucción formal para hacer referencia al profesionalismo, lo cierto es que en general el término connota el desempeño de una determinada carrera o educación de índole formal. Es por ello que la capacitación es un mecanismo de formidable importancia en lo que respecta al profesionalismo. No obstante, en la actividad, existe mucho cambio para capacitarse que antes eran totalmente imposible de imaginar.

Puede decirse que el profesionalismo “tiene una correlación estrecha con la denominada división del trabajo. Esta consiste principalmente en la especialización y cooperación de los recursos humanos a partir de diferentes roles cuyo desempeño se conoce mejor”.<sup>8</sup>

### **5.1.8. Los valores humanos**

Los valores humanos son muy importantes dentro de la sociedad porque son los que permiten que las personas sean más humanas. El pensador Josef Seinfert, rector de la Academia Internacional de Filosofía de Liechtenstein, mencionó seis pistas de los valores que considera esenciales para la vida, los cuales son los siguientes:

#### **a. El respeto**

El respeto es uno de los valores humanos más importante para el desarrollo personal y social, ya que este permite mantener buenas relaciones y tratos adecuados entre las personas que conforman un grupo social, en la familia, trabajo, escuela o simplemente en la calle.

Existen muchos tipos de respeto, está el respeto a uno mismo, este debe estar sobre los demás tipos de respeto, puesto que para poder respetar a los demás debemos respetarnos a nosotros mismos primeros, y eso implica respetar nuestro cuerpo, sentimientos, ideales y principios.

El respeto a los demás, se requieren para mantener buenas relaciones con las otras personas, así como en el respeto a uno mismo, el respeto a los demás implica respetar sus ideales, actitudes, pensamientos, creencias, religión e ideología política, entre otras cosas.

El respeto en el ambiente laboral es sumamente importante, para que todo fluya de forma adecuada y las personas trabajen de manera eficaz, sin discusiones, malos entendidos y conflictos de comunicación. El respeto crea canales de comunicación

---

<sup>8</sup> Definición.mx/profesionalismo



más efectivos, ayuda a que la comunicación se dé sin inconvenientes, con una escucha activa y atenta que logre entender la información como se espera.

El respeto se gana con mucho esfuerzo pero se puede perder con una mala acción, por eso las personas deben cultivar este valor tan importante, que determina gran parte de las buenas relaciones y los buenos modales. Además muchas personas exigen respeto sin darlo, esta situación es bastante complicada.

Cuando no somos capaces de respetar a otra persona, no estamos en condiciones de exigir respeto para nosotros, ya que ninguna persona que ha sido tratada con respeto se siente con las ganas de brindarle respeto a la otra persona, eso no significa que será irrespetuoso, eso sería actuar como la otra persona y lo correcto es mostrarle que está actuando mal.

#### **b. La gratitud**

Más que un valor es una virtud el poder reconocer aquello que los demás hacen por nosotros y a cambio mostrar gratitud, es decir poder agradecer o ser agradecido, hace de las personas mejores seres humanos, mostrando así la educación y formación adecuada.

Dar las gracias, no es solo cuando recibimos un favor de alguien, decir gracias va más allá de eso, es una palabra que debemos usar siempre y en todo momento, para hacer sentir bien y útil a la persona que lo escucha, permitiendo una comunicación grata y amena.

Gracias cuando alguien nos atiende, gracias por un consejo, gracias por la comida, gracias por despertar y vivir un día más, este y muchos motivos más son los que dan pie a ser agradecidos, es una palabra pequeña que no cuesta nada decirla y puede dar grandes beneficios.

El agradecimiento ocurre cuando una persona recibe de otra un servicio, regalo o favor que de una u otra forma ha beneficiado a quien lo recibe, de ahí surge la

necesidad de agradecer y sentirse agradecido, porque el ser humano tiene la capacidad de entender aquello.

Dar las gracias es muy gratificante tanto para el que las da, como para el que las recibe, además crea vínculos afectivos positivos y fomenta las buenas relaciones entre las personas, ya sean amistades o compañeros de trabajo, e incluso dentro de la familia.

### **c. La paciencia**

La paciencia es uno de los valores más difíciles de practicar, para muchas personas resulta casi imposible, pero es cuestión de voluntad y empeño para poder practicarla, ayuda a tener una mejor calidad de vida y menos problemas con las personas.

La paciencia es importante en todos los ámbitos de la vida, en lo social permite mantener buenas relaciones, ayuda a evitar peleas o rencillas entre las amistades, por desacuerdos o diferencias que se presenten en algún momento de la vida o por actitudes que no soportamos.

En lo académico, la paciencia permite desarrollar mejor las habilidades y destrezas para que los estudiantes aprendan, los docentes deben tener mucha paciencia, porque muchas veces existen estudiantes con problemas de aprendizaje o de comportamiento.

En lo laboral, se debe fomentar mucho la paciencia, por el estrés de los papeleos, tareas o diligencias que se deban realizar, la presión de los jefes o los clientes molestos, conllevan a perder la paciencia, mantenerse calmado será más productivo para la empresa.

Tener paciencia es todo un desafío actualmente, ya que las personas tienen estilos de vida apresurados y agitados lo que dificulta tolerar ciertas situaciones que se pueden presentar en el transcurso del día, así como también limita el tiempo de las personas.

#### **d. La humildad**

La humildad en las personas, habla mucho de ella, es parte de su personalidad y determina la opinión que los demás pueden tener de la persona, lo que es, como se comportan y sin dejar de reconocer sus orígenes y el de los demás, reconociéndolas como personas importantes.

La humildad es mantenerse al nivel de los demás aun estando más alto, porque en cualquier momento se puede desvanecer la torre que lo sostiene y volver al suelo donde los demás se encuentran, por ello es importante, porque si se es humilde se vive como los demás sin sentirse diferente ni superior a nadie, ya que nadie vale más que nadie.

Ser humilde ayuda a mantenerse el lugar que se está de forma centrada, sin enemigos y alejados de la envidia que es un mal de toda la sociedad. Además es un valor muy bonito que hace ver a las personas de forma más agradable y tratable ante los demás.

Una persona humilde es querida y bien recibida en todo lugar, las personas hablan bien de ella y genera en los demás un buen criterio, lo cual a nivel profesional es sumamente importante para que la persona sea considerada como tal y con buenas referencias, permitiéndose así ser reconocido por su trabajo, su educación y sus buenos valores.

#### **e. El perdón y el arrepentimiento**

El perdón y el arrepentimiento es de valientes, reconocer los errores, arrepentirse y pedir perdón, quita un peso de encima a cualquiera, ayuda a alivianar la carga y permite que la persona pueda continuar su vida con tranquilidad y libre de malos sentimientos o pensamientos que agobien la conciencia.

Perdonar, también es de humanos y este perdón cuando se da, debe ser de corazón para que la persona se libere de sentimientos negativos, como el odio, el rencor, el

resentimiento, entre otros, que lo único que hacen es agriar los corazones y amargar la vida de las personas y de quienes lo rodean.

Por eso como personas hay que saber arrepentirse cuando se realiza algo que no es correcto, si se ofende a alguien o se hiere de alguna manera, pedir perdón es el siguiente paso y el más difícil, pero el más importante, dar o recibir un perdón alivia el alma.

#### **f. El amor y la esperanza**

El amor es una de los sentimientos más sublimes que el ser humano posee, es el motor que mueve al mundo y por amor se han cometido las más grandes locuras y hazañas de la historia del mundo, amor es una palabra que engloba grandes significados, hay quienes aún no lo conocen.

Existen muchos tipos de amor, está el amor de padres, el amor a Dios, el amor a la pareja, a la familia y a los amigos, todos son muy distintos y se dan de diferentes formas, unos más intensos que otros, pero sentimientos que de igual forma solo buscan el bien de la persona amada.

La esperanza está muy ligada al amor, es el sentimiento que consiste en esperar siempre algo, tener la idea de algo que se cumplirá, llegará o se realizará, esperar con fe lo que nuestra mente desea, sabiendo en el fondo que sucederá en algún momento de la vida.

Otros valores:

- Honestidad
- Tolerancia
- Justicia
- Paz

- Libertad
- Solidaridad
- Responsabilidad
- Laboriosidad
- Generosidad
- Perseverancia
- Bondad
- Agradecimiento
- Amistad
- Prudencia
- Fortaleza
- Lealtad
- Confianza
- Compañerismo

Por otra parte también existen los antivalores, estos son:

- La esclavitud
- Deshonestidad
- Arrogancia
- Odio

- Irrespeto
- Irresponsabilidad
- Soberbia
- Envidia
- Injusticia
- Infidelidad
- Ignorancia
- Desconfianza
- Deslealtad
- El orgullo
- La mentira
- La falsedad
- La calumnia
- La imprudencia

#### **5.1.9. Ética y Medios De Comunicación**

La ética en los medios de comunicación es muy importante porque rige el proceder y el profesionalismo de quienes se encuentran ejerciendo una profesión ya sea a través de un televisor, un micrófono o un papel, en donde emiten información que debe ser verificada y objetiva.

Los medios de comunicación deben practicar la ética, como en toda profesión se debe hacer, ya que esta determina el profesionalismo de la persona y garantiza su veracidad, en la radio la información brindada debe estar ligada a una correcta práctica de ética, por ello actualmente existe una Ley de Comunicación en el Ecuador, esta busca regir el cumplimiento de estas normativas a fin de garantizar el ejercicio de calidad de la comunicación y el periodismo.

Las principales líneas que deben perseguir los medios de comunicación para desempeñar su cargo social de informar a la sociedad son: objetividad, veracidad, oportunidad y pluralidad.

Cuando estos criterios no se consideran en la información presentada, esta es imparcial y las faltas más relevantes son:

- Omitir información
- Presentar la información necesaria que pueda acompañarse de adjetivos denominadores
- Uso de los planos televisivos para ensalzar o perjudicar la imagen de algunos actores sociales.
- No dar la información necesaria para comprender el dato
- Manipular el medio para la defensa o autopromoción.
- Inducción en las preguntas durante las entrevistas

## **5.2. Comunicación Radial**

### **5.2.1 La radio**

La radio es uno de los medios de comunicación más antiguos, es de tipo masivo y permite a través de ella la interacción con la sociedad, se da con muchos fines,

principalmente el informativo, para Romo Gril (1987) la radio es “un conjunto de técnicas que emiten las ondas, permitiendo la transmisión de la palabra y de los sonidos”.

La radio es también un elemento que permite la realización de la comunicación social, ya que posibilita la relación con grupos sociales, para transmitir información. Anda Gutiérrez (2004) considera que la comunicación masiva, al igual que la comunicación colectiva o social contienen implícitos los conceptos personalizantes y concientizadores que la radio puede ejercer en una sociedad, por ellos es considerado un medio de comunicación masiva, que llega a grandes grupos sociales.

### **5.2.2. Clasificación de la radio**

La radio como medio de comunicación presenta dos tipos en su clasificación, los cuales son:

- La radio comunitaria
- La radio comercial

**La radio comunitaria.-** La radio comunitaria es la que brinda espacios de recomposición social, en donde se representan las identidades culturales y de construcción de democracia, en el que la comunidad puede participar y tiene libre acceso, la finalidad de estas radios es beneficiar a una comunidad.

Según Mena (2010) las características de los medios comunitarios son:

- Son propiedad de una asociación sin fines de lucro
- Son dirigidas por un colectivo ciudadano



- No hay reparto de beneficios
- Su gestión es participativa y horizontal
- Profundizan la democracia
- No realizan proselitismo religioso ni partidista

**La radio comercial.-** La radio comercial son las que tienen fines de lucro, son medios de comunicación de masas, en las que se difunde todo tipo de información de interés público, tienen anuncios publicitarios y se financian con los mismos, además pertenecen a un dueño o dueños específicos.

Sus principales características son:

- Pertenecen a una persona o grupo de personas, o al estado
- Son con fines de lucro
- Se manejan mediante la publicidad pagada
- Son medios de comunicación masivos
- Su audiencia potencial es mayor
- Es selectiva y flexible
- Ofrece la participación en el acontecimiento de la noticia

### **5.2.3. Características generales de la radio.**

Para Dennis McQuil, un profesor de Comunicación de Masa de la Universidad de Amsterdam, la radio tiene siete características principales, las cuales son las siguientes:

- a) La necesidad de una organización formal
- b) Se dirige a públicos amplios
- c) Sus contenidos son públicos y abiertos a todos
- d) Su público es heterogéneo
- e) Tiene un gran alcance simultáneo
- f) La relación entre el emisor y los receptores es impersonal
- g) Su público tienen intereses comunes aun sin conocerse entre sí (Gil, 1987)

Además la UNESCO en 1970 estableció algunas de las funciones de los medios de comunicación masivos, en los que se incluye la radio y estos son:

- Información
- Educación y cultura
- Desarrollo
- Movilización política y social
- Entretenimiento y recreación
- Publicidad y anuncios

#### **5.2.4. Lenguaje Radiofónico**

El lenguaje radiofónico es el conjunto de formas sonoras y no sonoras, las cuales generan la programática radial, se destacan dos elementos: el guión y la materialización sensible sonora, estos elementos conforman el lenguaje de los niveles superpuestos en su organización.

En cuanto a la materialización sensible sonora, este construye lo que se conoce como mensaje sonoro, que según Balsebre (1994:163) “es la sucesión ordenada y continua, sintagmática, de los contornos sonoros de la realidad, representando la palabra, la música, los efectos de sonido y el silencio”.

Lenguaje radiofónico o radial es lo que se genera a través de este medio de comunicación, en donde predomina la palabra, los sonidos, los efectos y la música, que juntos generan un mensaje que sea atractivo para el oído de quien escucha, ya que no existen las imágenes.

Por otro lado Ortíz y Marchamalo (1994:23) señalan que “la radio fundamenta su capacidad de comunicar en cuatro tipos de mensajes o lenguajes”, la palabra previas a la radiodifusión como un lenguaje hablado, es lo mismo que sucede con el lenguaje musical.

Los tipos lenguaje radiofónico son:

- Verbal
- Música
- Efectos sonoros
- Silencio

a) **Lenguaje Verbal.**- El lenguaje verbal tiene tres funciones principales:

- Función expresiva
- Función informativa o denotativa
- Función apelativa o conativa

b) **Lenguaje Musical.-** El lenguaje musical tiene cinco principales funciones:

- Función expresiva
- Función gramatical
- Función descriptiva
- Función ambiental
- Función reflexiva

c) **Efectos Sonoros.-** Los efectos de sonido tienen tres funciones principales:

- Función narrativa
- Función expresiva
- Función ambiental

d) **Silencio.-** El silencio tiene dos funciones principales:

- Función expresiva
- Función enfática

**5.2.5. Componentes del Lenguaje Radial.-** Hacer radio es lograr la conjunción perfecta de:

- la palabra,

- la música,
- los efectos,
- el silencio.

#### **5.2.6. La Comunicación en el ámbito laboral.**

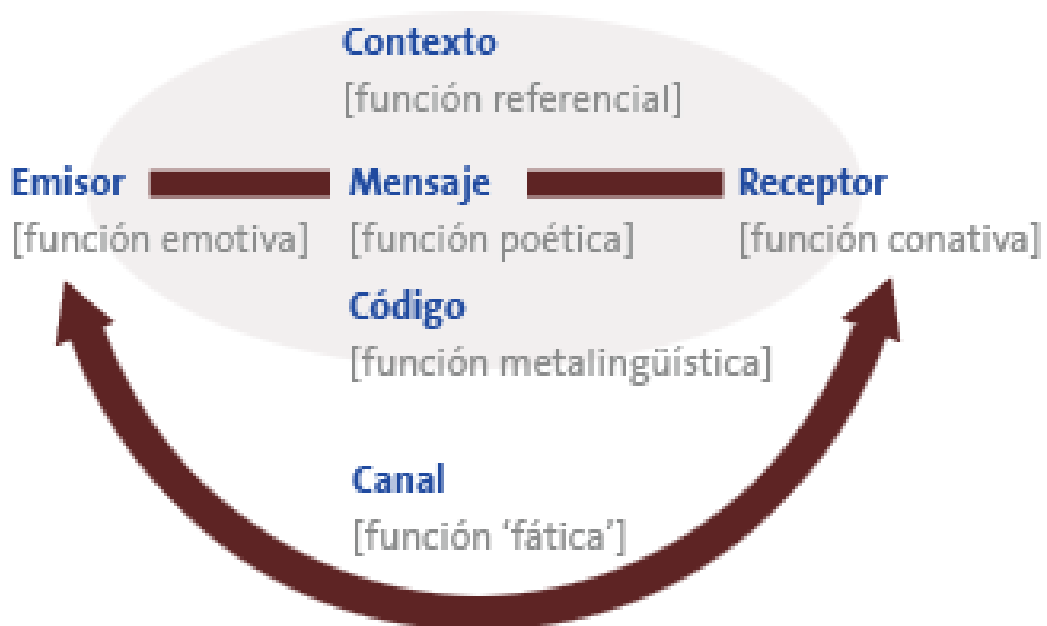
La comunicación es según Chiavenato (2006:110) “el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social”.

En el ámbito laboral es importante mantener buenas comunicaciones y que los canales a través de los cuales se efectúa sean claros y directos, para evitar ruidos en la comunicación, al igual que en todo proceso requiere de un correcto cumplimiento y desarrollo.

En los medios de comunicación con mucha más razón estos canales deben fluir de la mejor manera, la correcta aplicación del periodismo es indispensable, acompañada de la ley de comunicación, que rige el correcto uso de estos medios y de la información que ahí se difunda.

En el proceso de comunicación intervienen varios elementos fundamentales para garantizar su realización, estos elementos se establecen de muchas formas según diferentes autores, el modelo que establece Jakobson describe seis factores para el proceso a la acción comunicativa y a su vez atribuye sus respectivas funciones de la siguiente manera:

## MODELO DE JAKOBSON SOBRE LOS FACTORES DE LA COMUNICACIÓN Y LAS FUNCIONES DEL LENGUAJE



Infoamerica.org

Gráfico 1

Fuente: infoamerica.org

**Función emotiva:** hace referencia a la expresividad del emisor y el remitente del mensaje, así como a la voluntad activa para comunicar, los estados de ánimo y los sentimientos que intervienen en la ejecución del proceso de comunicación en el que intervienen las personas.

**Función conativa:** esta función va dirigida a quien recibe el mensaje, es decir, el receptor, de modo que logre una apelación o persuasión, atendiendo así sus requerimientos transmitidos, para obtener una respuesta del receptor y efectuar la retroalimentación.

**Función referencial:** es la relación del contenido informativo y del mensaje, contextualizando sin ningún tipo de valoración.

**Función: metalingüística:** es la traducción que corresponde de acuerdo a la naturaleza del código y se aplica la lengua de la misma que se habla.

**Función fática:** es el hecho físico en donde se establece la comunicación y para mantener activo el canal por donde se transmite.

**Función poética:** produce sentimientos o efecto en el receptor o destinatario, alcanzando los valores constructivos del mensaje, mediante las modulaciones expresivas.

#### **5.2.6.1. Modelo de comunicación**

El modelo de comunicación de Lasswell responde a las preguntas:

- Quién dice qué
- En qué canal
- A quien
- Con que efecto

Estos elementos intervienen como un proceso, cada uno cumple una determinada función para que el mensaje llegue a su destino, Laswell los determina de la siguiente manera y lo representa en un diagrama:

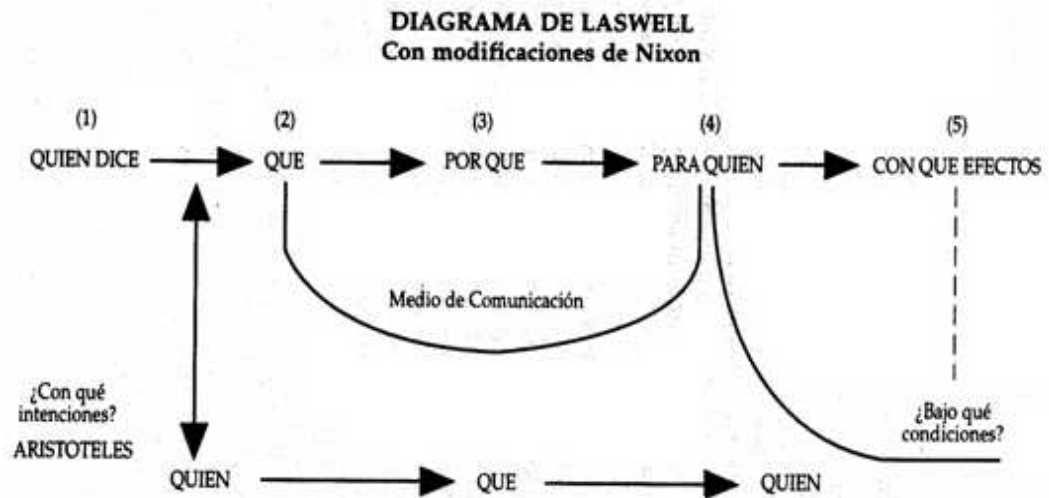


Gráfico 2

Fuente: Ángel Benito, Fundamentos de Teoría General de la información p. 188

Nixon añade dos elementos implícitos que son:

1. Las intencionalidades del sujeto que habla
2. Los efectos de la comunicación produce en quien la recibe

De esta manera se produce la comunicación, teniendo en cuenta los elementos mencionados y con la secuencia del gráfico, tomando en cuenta las intenciones y las condiciones en que se ejecuta.

### 5.2.6.2. Elementos del proceso de comunicación.

Los principales elementos del proceso de comunicación son:

- Emisor
- Código
- Mensaje
- Receptor



- Canales

### **5.2.7. Tipos de comunicación**

**a. La comunicación ascendente.-** “Es aquella que circula hacia arriba en la organización jerárquica de la compañía. La eficacia y la vigencia de este tipo de comunicación dependen mayormente de la cultura empresarial.

**Desarrolla, entre otras, las siguientes funciones:**

- Admite a sus superioridades conocer los inconvenientes del personal.
- Proporciona la unificación y colaboración de los recursos humanos.
- Interviene en una conveniente toma de decisiones.
- Promueve a una calidad mejorada”<sup>9</sup>.

Por otro lado, este tipo de comunicación en las empresas es poco aplicada o de poca fiabilidad. Los principales motivos se pueden sintetizar en las siguientes:

- Los canales ascendentes no son reglamentarios.
- El mensaje se transmite distorsionada.
- Los jefes no admiten de buen grado las críticas a su gestión.
- Existen canales de comunicación defectuoso
- Los jefes no aceptan sugerencias
- La comunicación interna es inadecuada

---

<sup>9</sup> [http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/cont\\_amblab.htm](http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/cont_amblab.htm)

**Algunos canales de comunicación ascendentes:**

- Encuestas
- Sondeos de opinión
- Manual de empresa
- Informes a la dirección
- Reuniones con subordinados
- Correos
- Memorándum
- Entrevistas
- Cartelera
- Videoconferencia

**b. La comunicación descendente.-** La comunicación descendente es aquella que se genera desde los superiores hacia los subordinados, dicho de otra manera de arriba hacia abajo jerárquicamente, con la finalidad de informar sobre las decisiones, actividades o requerimientos necesario de parte de la gerencia a los demás colaboradores de la organización.

**Se desenvuelve en base a las siguientes funciones:**

- Proporcionar instrucciones profesionales
- Razonamientos de las responsabilidades
- Formar los ordenamientos y experiencias

- La retroalimentación
- Adoctrinamiento de objetivos
- Motivar con la misión y visión

**Algunos canales de comunicación descendente:**

- Boletín o periódicos de empresa
- Circulares
- Manuales corporativos
- Cartelera de anuncios
- Folletería
- Conversatorios
- Capacitaciones
- Cartas
- Oficios
- Solicitudes

**Problemas de flujo comunicacional:**

- El exceso de confianza
- La sobrecarga de mensajes
- Oportunidad de información
- Filtración

- Mayor apertura de la comunicación ascendente
- Procesos interrumpidos
- Decisiones erróneas
- Falta de visión
- Problemas personales o internos en el equipo

**c. La comunicación horizontal.-** La transmisión de información entre grupos de trabajo o personas que están al mismo nivel jerárquico se denomina comunicación horizontal.

Este tipo de comunicación es fundamental para conseguir una coordinación entre los miembros de la empresa, aunque, frecuentemente, la organización empresarial se opone a la creación formal de flujos de información horizontal, porque considera que toda información debe ser tamizada por el escalón superior correspondiente.

Se sabe que la comunicación horizontal es más intensa que la vertical, dado que las personas se comunican con mayor sinceridad y libertad con sus iguales que con sus superiores. Además, la comunicación horizontal evita la pérdida de tiempo que supone e que cada información que se desee transmitir a un igual pase primero por el mando superior y luego baje al destinatario original de esa información.

**La comunicación horizontal en la empresa:**

- Fomenta el compañerismo y el espíritu de equipo.
- Evita malos entendidos.
- Enriquece la formación y experiencia de los trabajadores.
- Facilita la coordinación.

- Propicia el consenso en la toma de decisiones.
- Procedimientos de comunicación horizontal
- Debate
- Grupos de estudio
- Seminarios
- Visitas a departamentos.
- Trabajo coordinado en equipo
- Mayor rendimiento
- Canales de comunicación efectivos
- Decisiones acertadas

#### **5.2.8. Ventajas y desventajas de los medios de comunicación.**

##### **a. Ventajas de los medios de comunicación:**

- “El contenido es presentado de una forma directa y sencilla al público. Nos informamos de una manera rápida y concreta.
- Es posible que millones de personas estén comunicadas a la vez por cualquier medio de comunicación.
- Cuando nos conectamos a un medio de comunicación, ya sea a Internet, o cuando escuchamos una radio, es posible estar de forma anónima.
- En los medios de comunicación es posible aprender nuevos conocimientos y nos brindan diversión.

- Siempre es posible participar dando nuestra propia opinión al tema que se está hablando.
- Las películas en otros idiomas nos dan la posibilidad de aprender un nuevo vocabulario.

**b. Desventajas de los medios de comunicación:**

- Muchas veces en los medios de comunicación, como en programas de televisión, cuando nos informan algo, nos dan su opinión y no nos muestran la objetividad de la temática.
- A veces los medios de comunicación muestran contenido no apto para menores de 18 o 21 años, y esto puede traer consecuencias negativas al menor que lo esté presenciando a ese medio.
- Los medios de comunicación se usan para incentivar el consumo de las personas.
- A las personas que no tienen educación o principios básicos, los medios de comunicación les modifican los valores, siendo una fuente muy influyente en sus vidas.
- En estos últimos años, los costos han aumentado muchísimo con la innovación de los celulares, o con las empresas que dan servicios como Internet.
- Algunos medios de comunicación nos transmiten violencia, y esto puede repercutir en nuestras vidas de una manera negativa”.<sup>10</sup>

**5.3. Radios del cantón Chone**

**5.3.1. RADIO CHONE.**

Dial: 98.5 FM

---

<sup>10</sup> <http://gigatecno.blogspot.com/2012/05/ventajas-y-desventajas-de-los-medios-de.html>

Persona de contacto: ANDRADE ESPINOZA LUIS ARGEMIRO

Email: radio\_chone@yahoo.com

Dirección: WASHINGTON S/N y COLON

Ciudad: PORTOVIEJO

Provincia: MANABI

Teléfonos: 052337469

Ruc: 1391756224001

Actividad: Actividades de emisión de señales de audiofrecuencia a través de estudios e instalaciones de emisión de radio para la transmisión de programas sonoros al público, a entidades afiliadas o a suscriptores.

### **Análisis FODA**

#### **Fortalezas**

- Cuenta con instalaciones propias
- Equipos
- Es una radio reconocida en la localidad
- Su trayectoria

#### **Oportunidades**

- Puede llegar a tener posicionamiento en el mercado
- Lograr un relanzamiento
- Aprovechar los recursos que tiene

- Uso de las redes sociales
- Nuevos profesionales de comunicación en el cantón

### **Debilidades**

- No cuenta con profesionales del área
- Se encuentra abandonada
- Falta de programación
- No se explotan sus recursos
- Imagen
- Desinterés

### **Amenazas**

- Existen radios con mayor posicionamiento
- La competencia
- El mercado publicitario está abarrotado
- Ley de comunicación

### **5.3.2. RADIO ROMANCE.**

**Gerente General:** Francisco Núñez Márquez.

Dial: 102.1 FM



## **Misión**

La Radio Romance tiene como principal misión suministrar libremente a la ciudadanía toda información veraz y defenderá las libertades de expresión, información y opinión al servicio de una sociedad libre, solidaria, justa y pacífica.

## **Visión**

Radio Romance informará con objetividad, rigor, imparcialidad, responsabilidad y honradez, para que la ciudadanía obtenga los datos relevantes y pueda formarse su propia opinión, y se abstendrá de participar en actividades que supongan conflicto de intereses con su trabajo profesional.

## **Análisis FODA**

### **Fortalezas**

- Largo alcance en cobertura
- Buena señal
- Buen equipamiento
- El ambiente de trabajo es amplio y adecuado
- El tiempo que tiene al aire

### **Oportunidades**

- Puede llegar a públicos más extensos
- Tiene lo necesario para dar una buena programación
- Uso de las redes sociales
- Nuevos profesionales de comunicación en el cantón

### **Debilidades**

- Poco aprovechamiento de los recursos
- Escasa programación
- Poco personal
- Desaprovechamiento de los profesionales de comunicación
- Imagen
- Ubicación

### **Amenazas**

- La competencia
- Mercado monopolizado
- Ley de comunicación

### **5.3.3. RADIO COQUETA.**

**Gerente:** Lic. Xiomara Espinel

Dial: 96.5 FM

### **Análisis FODA**

#### **Fortalezas**

- Tiempo al aire
- Posicionamiento en el mercado
- Gran audiencia

- Locutores reconocidos
- Programaciones variadas
- Ubicación

### **Oportunidades**

- Ganar más audiencia
- Mayor publicidad
- Mayores ingresos
- Uso de las redes sociales
- Aprovechamiento de las voces
- Nuevos profesionales de comunicación en el cantón

### **Debilidades**

- Es solo local
- Falta planificación y guion para la realización de programas
- Personal empírico
- La imagen
- Los procesos de comunicación

### **Amenazas**

- La competencia
- Los equipos

- Ley de comunicación

#### **5.3.4. RADIO LIBERTAD.**

**Gerente:** Sr. Stalin Espinel

Dial: 740 AM

#### **Análisis FODA**

##### **Fortalezas**

- Llega donde las demás no lo hacen
- Público rural fidelizado
- Es la única AM del cantón
- Tiempo al aire
- Trayectoria

##### **Oportunidades**

- Poder de persuasión con su público
- Mercado posicionado
- Uso de las redes sociales
- Nuevos profesionales de comunicación en el cantón

##### **Debilidades**

- Falta actualización en recursos tecnológicos
- Falta de personal

- Poca programación
- Poco equipamiento
- Infraestructura

#### **Amenazas**

- La competencia
- La imagen
- Ley de comunicación

#### **5.3.5. RADIO UNION.**

**Gerente:** Lic. Alberto Espinel

Dial: 96.1 FM

#### **Análisis FODA**

##### **Fortalezas**

- Tiempo al aire
- Posicionamiento del mercado
- Público fidelizado
- Programaciones variadas
- Innovación
- Infraestructura

### **Oportunidades**

- Ganar mayor audiencia
- Obtener más recursos publicitarios
- Mejoras tecnológicas
- Uso de las redes sociales
- Nuevos profesionales de comunicación en el cantón

### **Debilidades**

- Sólo cobertura local
- Poco personal profesional del área
- Planificación y guion para sus programaciones
- Imagen

### **Amenazas**

- La competencia
- Ley de comunicación

## **CAPÍTULO II**

### **6. HIPÓTESIS**

La ética profesional incide en la comunicación radial del Cantón Chone durante el segundo semestre del 2014.

#### **6.1. Variables**

##### **6.1.1. Variable independiente**

Ética Profesional

##### **6.1.2. Variable Dependiente**

Comunicación Radial

##### **6.1.3. Término de relación:**

Incide

## CAPÍTULO III

### 7. METODOLOGÍA

#### 7.1. Tipo de Investigación

La metodología que se utilizó en esta investigación fue de tipo cuantitativo, que se presenta en la realidad bajo las siguientes características:

**Investigación de campo:** La investigación se realizó en las cinco estaciones de radios de nuestra Ciudad. Siendo estas instituciones privadas, por lo que también se tomó en cuenta al radioescucha, para la aplicación de las técnicas de recolección de datos.

**Bibliográfica:** Se la utilizó para la respectiva recolección y selección del material científico, que sustentan los aportes de autores reconocidos en la realización del marco teórico.

#### 7.2. Nivel de Investigación

**Exploratorio:** Este nivel de investigación permite explorar más de cerca el problema, obteniendo así datos más reales para la realización de la investigación y de esta manera determinar los objetivos que se trazaron, así como también permitió conocer mejor las causas y los efectos.

**Descriptivo:** este nivel ayudó al análisis del problema fenómeno de estudios, en base a los criterios de sus autores para el correcto uso de la Ética Profesional en la Comunicación Radial.

#### 7.3. MÉTODOS.

En esta investigación se utilizaron los siguientes métodos:



**Inductivo – Deductivo:** Es el que parte de un hecho particular o información individual para ser aplicado en el caso de estudio y llegar a comprobar la hipótesis planteada y obtener conclusiones generales.

**Analítico – Sintético:** Porque este divide al fenómeno estudiado en partes para analizarlo y conocer cada una de ellas, luego se reconstruyeron los elementos de las teorías estudiadas sobre los temas.

**Bibliográfico:** Se utilizó para la respectiva búsqueda de información empleado en el marco teórico.

**Estadístico:** Se basa en el procesamiento de la información: el ordenamiento, tabulación, representación gráfica e interpretación estadísticas de los resultados.

#### **7.4. Técnicas de recolección de información**

**Censo poblacional:** se aplicó un pequeño censo en el Centro Comercial del cantón Chone, para conocer si las personas que laboran dentro del mismo escuchan la radio y cuántas personas hay mayores de 18 años.

**Encuesta:** Se aplicó a la muestra que se escogió entre oyentes mayores de 18 años que laboran dentro del centro comercial y al personal, de Las Radios: Chone, Coqueta, Libertad, Unión, y Romance en las cuales se priorizará el problema.

**Entrevista:** Se aplicó a los Dueños de cada radio como son: Chone, Coqueta, Libertad, Unión, y Romance.

#### **7.5. Población y muestra.**

##### **7.5.1. Población**

Para realizar la investigación se escogió a los radioescuchas mayores de 18 años que laboran en el Centro Comercial del Cantón Chone, teniendo una población de

246, los 5 dueños de las radios locales y 4 locutores por cada una de las emisoras dando un total de 25 personas en la población radial de Chone.

### 7.5.2. Muestra

Al ser una población extensa se procedió a aplicar la siguiente fórmula para determinar la muestra:

Significados:

P = Probabilidad ocurrencia 50%

Q = Probabilidad de no ocurrencia 50%

N = Población 246

e = Nivel de significación 10%

Z = Nivel de confianza 1.645

n = Muestra

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

$$n = \frac{1.645^2 * 0.5 * 0.5 * 246}{1.645^2 * 0.5 * 0.5 + 246 * 0.10^2}$$

$$n = \frac{2.706025 * 0.5 * 0.5 * 246}{2.706025 * 0.5 * 0.5 + 246 * 0.01}$$

$$n = \frac{166.42}{0.676 + 2.46}$$

$$n = \frac{166.42}{3.136}$$

$$n = 53.06$$

n= 53 radioescuchas

**MUESTRA TOTAL:**

Radioescuchas que laboran en el centro comercial del cantón Chone	53
Locutores	20
Dueños de los Medios Radiales	5

Los autores de la presente investigación consideraron encuestar a los 53 radioescuchas y a los 20 locutores que trabajan en los medios radiales. Y la entrevista se la aplicó a los dueños de las radios locales.

## 8. MARCO ADMINISTRATIVO

### 8.1. Recursos Humanos

**Investigadores:** Miguel Sebastián Alvia Loor y Ramón Bolívar Sánchez Álava.

**Tutora:** Lic. Aurora Barreiro Vera. Mg. G.E.

### 8.2. Recursos Financieros

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. U.	VALOR TOTAL
Computadora	1	800,00	800,00
Internet	30	10,00	300,00
Impresiones	400	0,05	20,00
Movilización	40	1,00	40,00
Empastados	3	8,00	24,00
Anillados	8	1,50	12,00
Viáticos	10	3,00	30,00
Otros Gastos	150		150,00
SUBTOTAL			1.376,00
IMPREVISTO DEL 10%			137,60
<b>TOTAL</b>			<b>1.513,60</b>

Son mil quinientos trece con sesenta centavos de dólares americanos

## CAPÍTULO IV

### 9. RESULTADOS OBTENIDOS Y ANÁLISIS DE DATOS

#### 9.1. Análisis de la encuesta al personal que labora en el Centro Comercial del Cantón Chone.

##### 1. ¿Cuál de las siguientes temáticas, considera usted que deberían dominar las personas que manejan la comunicación radial en el Cantón Chone?

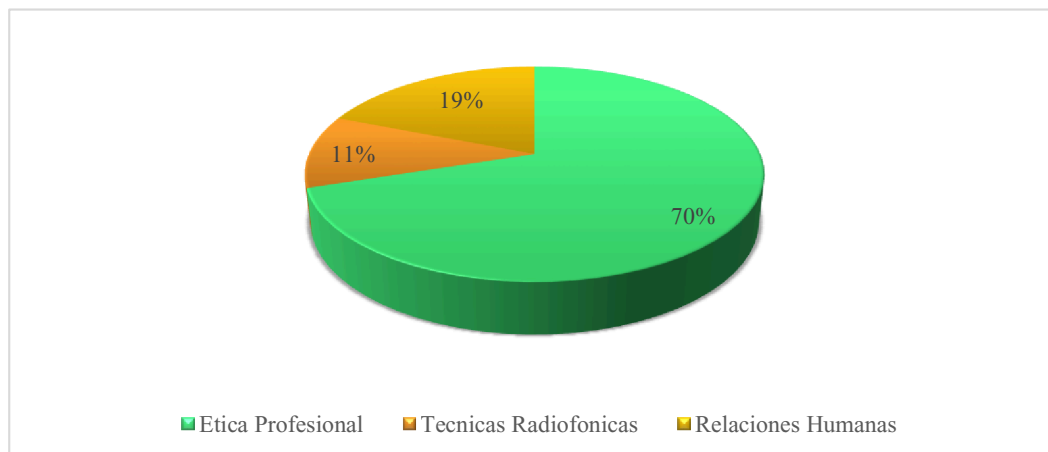
CUADRO 1

ALTERNATIVA	Nº	%
Ética Profesional	37	70
Técnicas Radiofónicas	6	11
Relaciones Humanas	10	19
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

Fuente: Radioescuchas que labora en el Centro Comercial del Cantón Chone

Autores: Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

#### GRÁFICO 1



#### ANÁLISIS DE DATOS:

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta, el 70% de las personas que laboran en el centro comercial del cantón Chone consideran que las personas que manejan la comunicación radial deben emplear más ética profesional, el 19% considera que relaciones humanas y un 11% técnicas radiofónicas. Determinando así la importancia de aplicar la ética profesional en la comunicación radial.

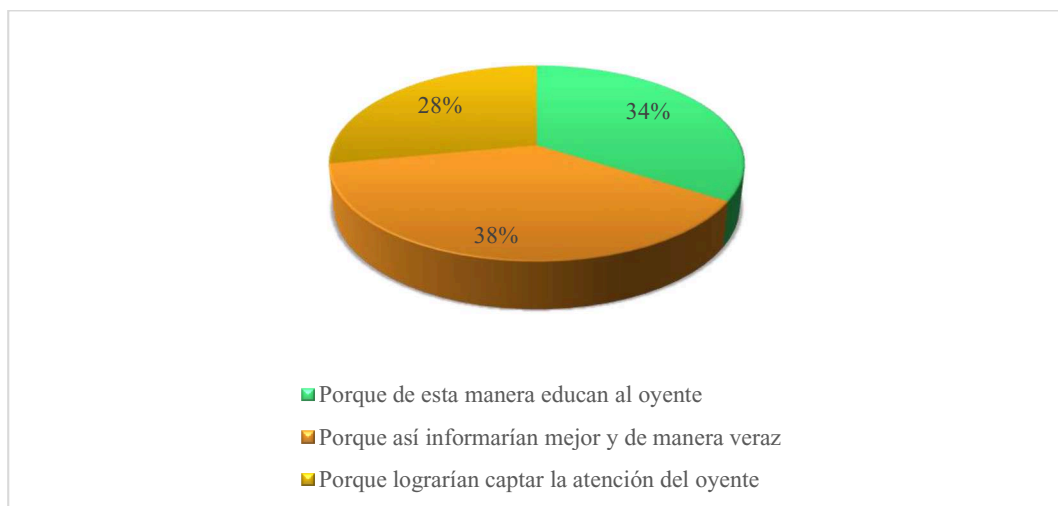
**2. ¿Por qué es necesario que los locutores radiales de la ciudad de Chone informen con Ética?**

**CUADRO 2**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Porque de esta manera educan al oyente	18	34
Porque así informarían mejor y de manera veraz	20	38
Porque lograrían captar la atención del oyente	15	28
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Radioescuchas que labora en el Centro Comercial del Cantón Chone  
**Autores:** Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 2**



**ANÁLISIS DE DATOS:**

Según la pregunta realizada sobre la necesidad de que los locutores informen con ética, el personal que labora en el centro comercial respondió en un 38% porque así informan mejor y de manera veraz, un 34% porque de esta manera educan al oyente y el 28% porque lograrían captar la atención del oyente. Las personas que escuchan las radios locales ya tienen una percepción más clara de la necesidad de que los locutores informen con ética.

**3. ¿Considera usted que las programaciones radiales difundidas en los medios aplicar la Ética Profesional?**

**CUADRO 3**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
No creo, porque las programaciones aun dejan mucho que desear	15	28
No, porque los profesionales que trabajan en las radios hablan sin fundamento alguno	8	15
Si cumplen, aunque todavía hay falencias	30	57
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Radioescuchas que labora en el Centro Comercial del Cantón Chone  
**Autores:** Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 3**



**ANÁLISIS DE DATOS:**

Se indagó sobre la importancia que las programaciones radiales se manejen con Ética Profesional, a lo que el 57% considera que si cumplen, aunque todavía hay falencias, el 28% no cree, porque las programaciones aun dejan mucho que desear y el 15% no, porque los profesionales que trabajan en las radios hablan sin fundamento y responsabilidad alguna. Los oyentes identifican las falencias que tienen los comunicadores radiales.

**4. ¿Conocer sobre la Ley Orgánica de Comunicación, es muy importante para brindar una óptima comunicación radial, porque?**

**CUADRO 4**

ALTERNATIVA	Nº	%
Sí, porque proyectarían una correcta información que mejoraría la comunicación radial	31	58
Sí, porque de esta manera se evitarían inconvenientes, al comunicar con responsabilidad.	15	28
No creo que exista diferencia alguna si la conocen o no	7	14
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Radioescuchas que labora en el Centro Comercial del Cantón Chone  
**Autores:** Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 4**



**ANÁLISIS DE DATOS:**

Se buscó determinar si Conocer sobre la Ley Orgánica de Comunicación es muy importante para brindar una óptima comunicación radial, a lo que el 58% respondió que sí, porque proyectarían una correcta información que mejoraría la comunicación radial, el 28% respondió positivamente aduciendo que de esta manera se evitarían inconvenientes al comunicar con responsabilidad y un 14% no cree que exista diferencia alguna si la conocen o no. La ciudadanía reconoce la importancia de la aplicación de la ley de comunicación.



**5. ¿Considera usted necesario que los ejecutivos de las empresas radiales sean profesionales en Comunicación?**

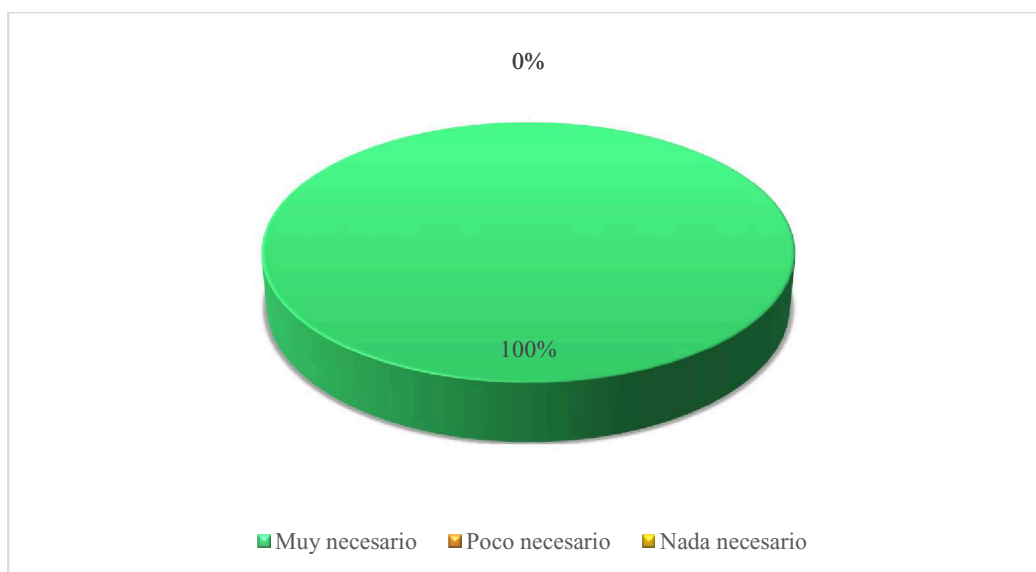
**CUADRO 5**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
Muy necesario	53	100
Poco Necesario	0	0
Nada necesario	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Radioescuchas que labora en el Centro Comercial del Cantón Chone

**Autores:** Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 5**



**ANÁLISIS DE DATOS:**

Con las respuestas obtenidas en esta pregunta, se pretendió conocer si es necesario que los ejecutivos de las empresas radiales sean profesionales en Comunicación, a lo que el 100% del personal que labora en el centro comercial respondió que es muy necesario. Es oportuno recalcar que todo profesional que labora en los medios de comunicación debe ser acreditado por instituciones de educación superior donde se haya formado profesionalmente.

**6. ¿Cree usted que el conocimiento sobre ética profesional mejora la comunicación radial de los medios porque...?**

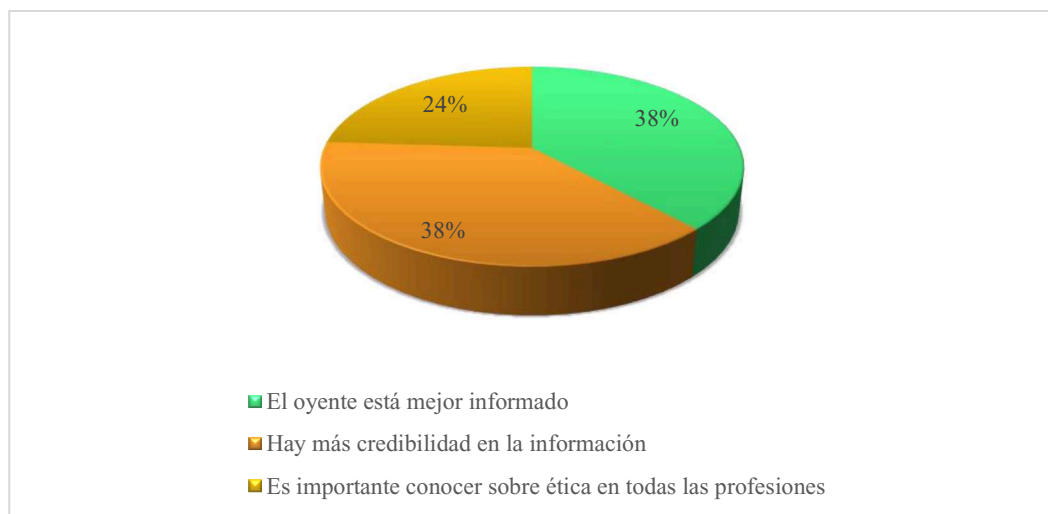
**CUADRO 6**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
El oyente está mejor informado	20	38
Hay más credibilidad en la información	20	38
Es importante conocer sobre ética en todas las profesiones	13	24
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Radioescuchas que labora en el Centro Comercial del Cantón Chone

**Autores:** Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 6**



**ANÁLISIS DE DATOS:**

Se consultó a los radioescuchas del centro comercial sobre si el conocimiento de la ética profesional mejora la comunicación radial, ante la interrogante planteada un 38% de los encuestados cree que el conocimiento de ética le da credibilidad en la información, un porcentaje igual cree que aplicar la ética en la comunicación radial permite que el oyente esta mejor informado y un 24% considera que es importante conocer sobre ética en todas las profesiones.

**7. ¿Cómo califica las programaciones radiales que existen en las radios de la localidad?**

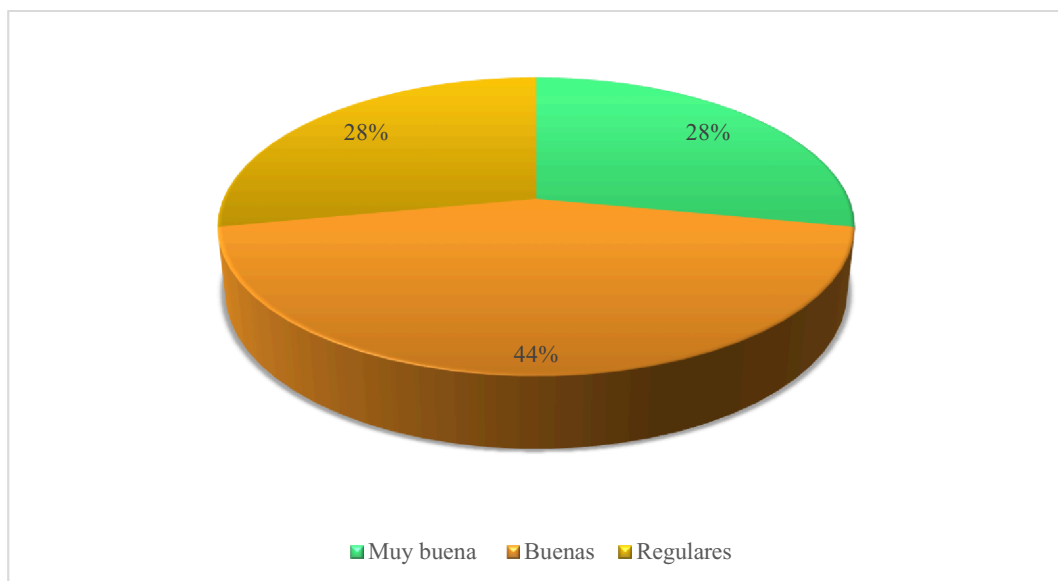
**CUADRO 7**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Muy Buenas	15	28
Buenas	23	44
Regulares	15	28
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Radioescuchas que labora en el Centro Comercial del Cantón Chone

**Autores:** Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 7**



**ANÁLISIS DE DATOS:**

De acuerdo a los datos obtenidos, el 44% de la muestra encuestada en el centro comercial califican de buenas las programaciones radiales, el 28% regulares y otro 28% muy buenas, lo que evidencia que en su mayoría las programaciones radiales son buenas. A pesar de que en su mayoría son consideradas buenas las programaciones radiales los oyentes detectas ciertas falencias en la comunicación radial.

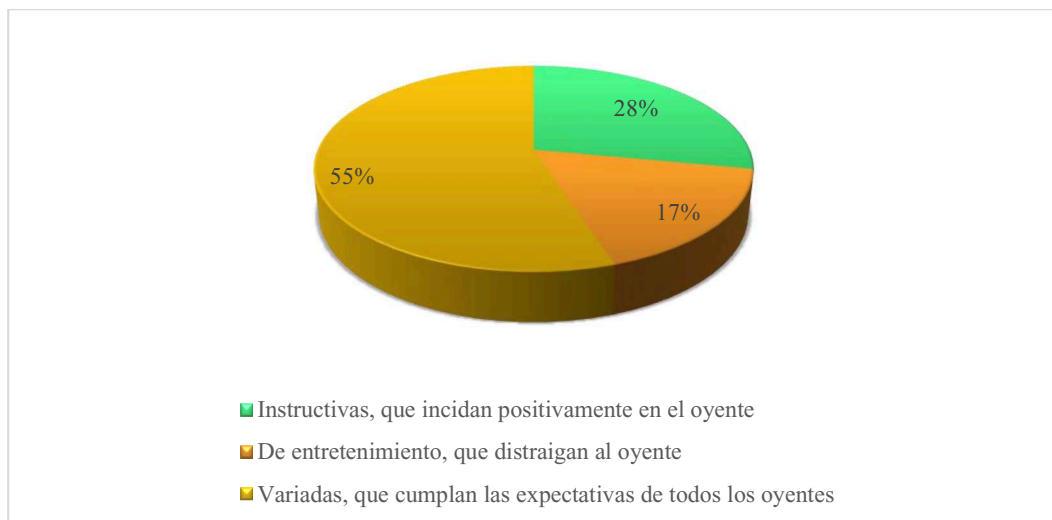
**8. ¿Cómo considera usted que deben ser las programaciones de las radios locales?**

**CUADRO 8**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
Instructivas, que incidan positivamente en el oyente	15	28
De entretenimiento, que distraigan al oyente	9	17
Variadas, que cumplan las expectativas de todos los oyentes	29	55
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Radioescuchas que labora en el Centro Comercial del Cantón Chone  
**Autores:** Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 8**



**ANÁLISIS DE DATOS:**

Los radioescuchas en su gran mayoría consideran que las programaciones radiales deben ser variadas y que cumplan con las expectativas de todos los oyentes, seguida de un mediano porcentaje que considera que estas deben ser instructivas, y el restante de los encuestados cree que estas deben ser de entretenimiento. Es importante tener en cuenta las expectativas que los oyentes tienen acerca de las programaciones radiales.

**9. ¿Considera usted que la ética profesional incide en la comunicación radial del Cantón Chone?**

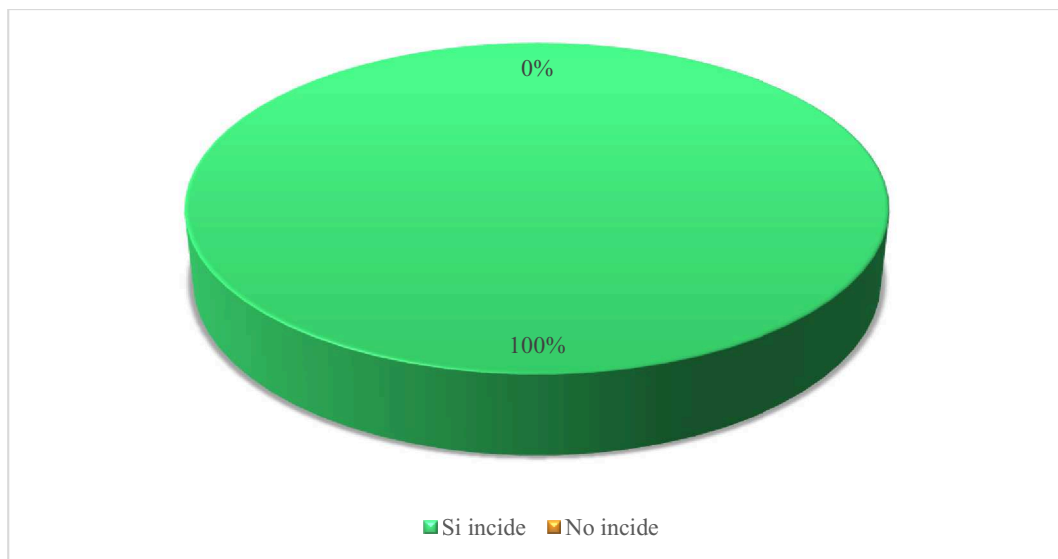
**CUADRO 9**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Si incide	53	100
No incide	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Radioescuchas que labora en el Centro Comercial del Cantón Chone

**Autores:** Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 9**



**ANÁLISIS DE DATOS:**

El 100% de los radioescuchas que laboran en el centro comercial que fueron encuestadas consideran que la ética profesional si incide en la comunicación radial. Es decir que los oyentes de las programaciones radiales de la localidad tienen en cuenta lo importante que es la aplicación de la ética profesional en la comunicación radial.

**10. ¿Qué estrategia aplicaría para mejorar la ética profesional y la comunicación radial en las radios locales del cantón Chone?**

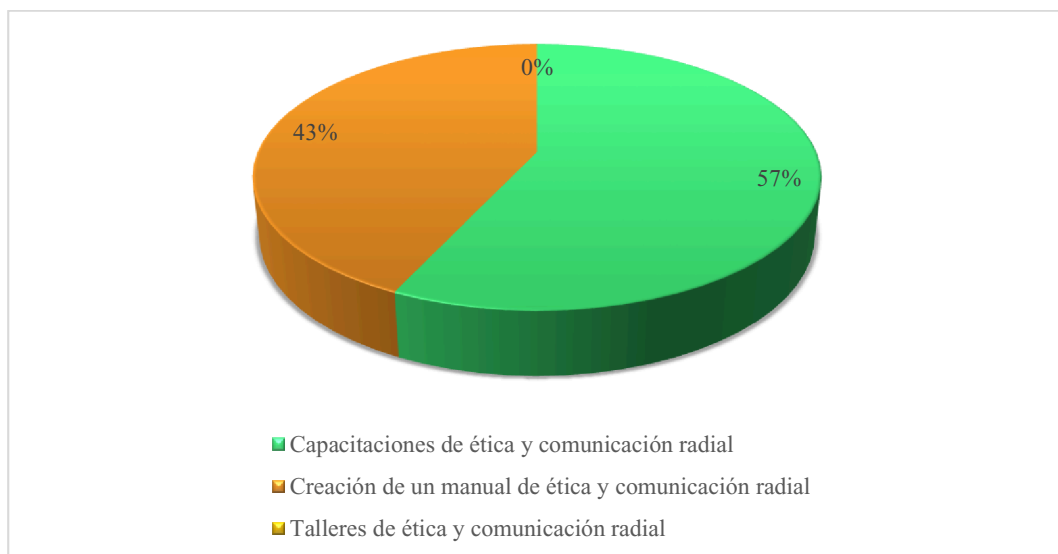
**CUADRO 10**

ALTERNATIVA	N°	%
Capacitaciones de ética y comunicación radial	30	57
Creación de un manual de ética y comunicación radial	23	43
Talleres de ética y comunicación radial	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Radioescuchas que labora en el Centro Comercial del Cantón Chone

**Autores:** Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 10**



**ANÁLISIS DE DATOS:**

De las estrategias que se aplicarían para mejorar la ética profesional y la comunicación radial en las radios locales del cantón Chone, el 57% considera que capacitaciones de ética y comunicación radial sería lo adecuado y un 43% la creación de un manual de ética y comunicación radial. Se puede determinar que las capacitaciones son lo más idóneo y factible para mejorar la comunicación radial en el cantón.

## 9.2. Análisis de la encuesta al personal que labora en las radios locales del Cantón Chone

### 1. ¿Cuál de las siguientes temáticas considera usted indispensable en la comunicación radial?

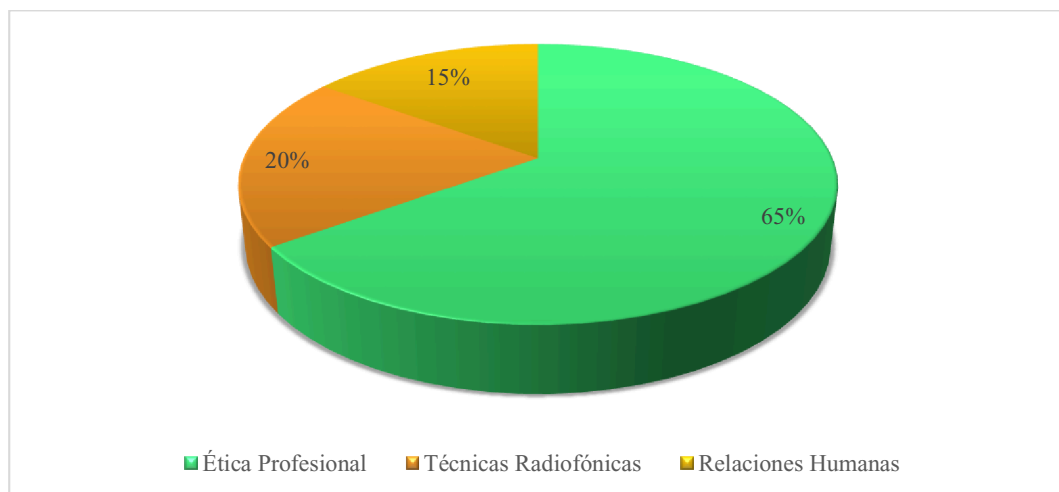
**CUADRO 1**

ALTERNATIVA	Nº	%
Ética Profesional	13	65
Técnicas Radiofónicas	4	20
Relaciones Humanas	3	15
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personal que labora en las radios locales del Cantón Chone

Autores: Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 1**



### ANÁLISIS DE DATOS:

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta el 65% de las personas que laboran en las radios locales del cantón Chone consideran que en la comunicación radial es indispensable la ética profesional, el 15% considera que relaciones humanas y un 20% técnicas radiofónicas. En consecuencia los locutores son conscientes de lo importante que es aplicar la ética profesional en sus funciones

## 2. ¿Por qué cree necesario aplicar la ética en su función como locutor?

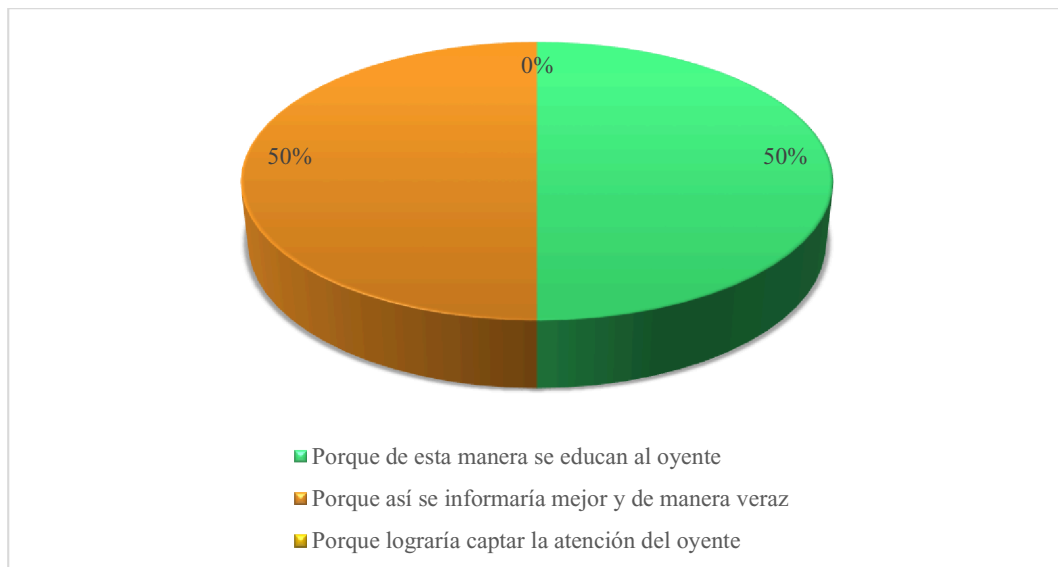
**CUADRO 2**

ALTERNATIVA	N°	%
Porque de esta manera se educa al oyente	10	50
Porque así se informaría mejor y de manera veraz	10	50
Porque lograría captar la atención del oyente	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personal que labora en las radios locales del Cantón Chone

Autores: Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 2**



### ANÁLISIS DE DATOS:

La mitad de los locutores encuestados consideran necesario aplicar la ética en el ejercicio de su función porque de esta manera se educa al oyente y el otro 50% manifiesta que es necesario aplicar la ética profesional porque así se informaría mejor y de manera veraz. Es decir que son muchas las razones por las que se debe aplicar la ética profesional.



**3. ¿Considera usted que en las programaciones radiales difundidas en los medios es importante manejarse con Ética Profesional?**

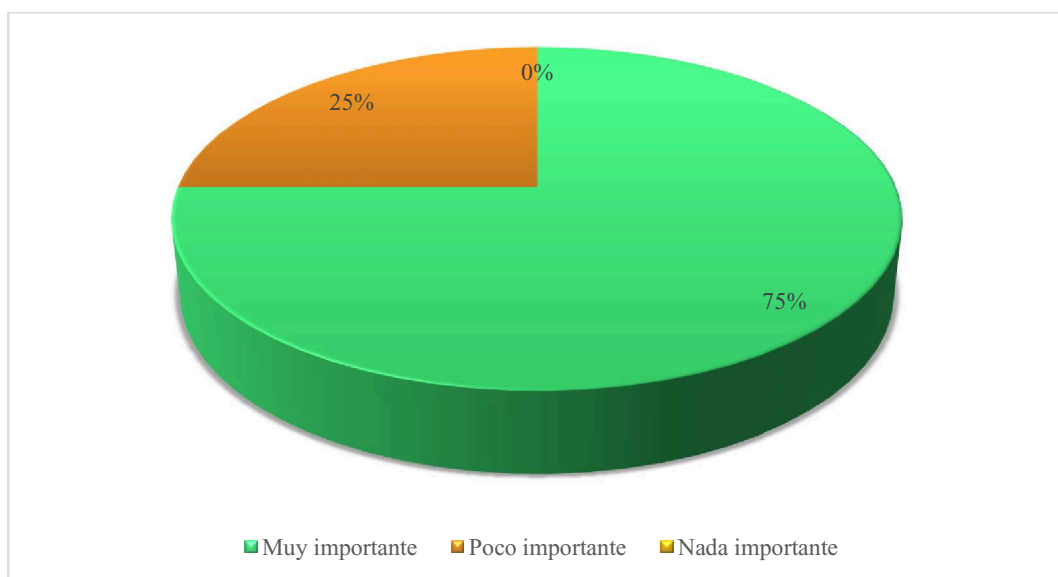
**CUADRO 3**

ALTERNATIVA	Nº	%
Muy importante	15	75
Poco importante	5	25
Nada importante	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Personal que labora en las radios locales del Cantón Chone

**Autores:** Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 3**



**ANÁLISIS DE DATOS:**

Se indagó en el personal de las radios locales sobre su criterio respecto a que en las programaciones radiales difundidas en los medios es importante manejarse con Ética Profesional, a lo que el 75% considera que es muy importante y un 25% poco importante. Por lo tanto es muy importante aplicar la ética en la comunicación radial, tal como lo expresan los locutores de las radios locales.

**4. ¿Conocer sobre la Ley Orgánica de Comunicación, es muy importante para brindar una óptima comunicación radial, porque?**

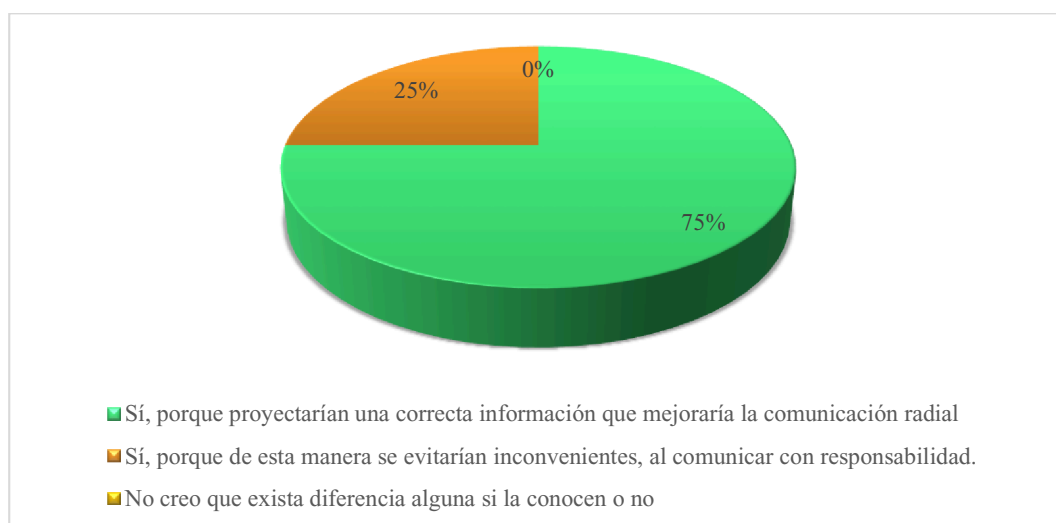
**CUADRO 4**

ALTERNATIVA	Nº	%
Sí, porque proyectarían una correcta información que mejoraría la comunicación radial	15	75
Sí, porque de esta manera se evitarían inconvenientes, al comunicar con responsabilidad.	5	25
No creo que exista diferencia alguna si la conocen o no	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personal que labora en las radios locales del Cantón Chone

Autores: Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 4**



**ANÁLISIS DE DATOS:**

Se auscultó si los conocimientos sobre la Ley Orgánica de Comunicación son muy importante para brindar una óptima comunicación radial, y los resultados obtenidos arrojaron que un 75% respondió que sí, porque proyectarían una correcta información que mejoraría la comunicación radial y el 25% dice que sí, porque de esta manera se evitarían inconvenientes, al comunicar con responsabilidad.

**5. ¿Considera usted necesario que los ejecutivos de las empresas radiales sean profesionales en Comunicación?**

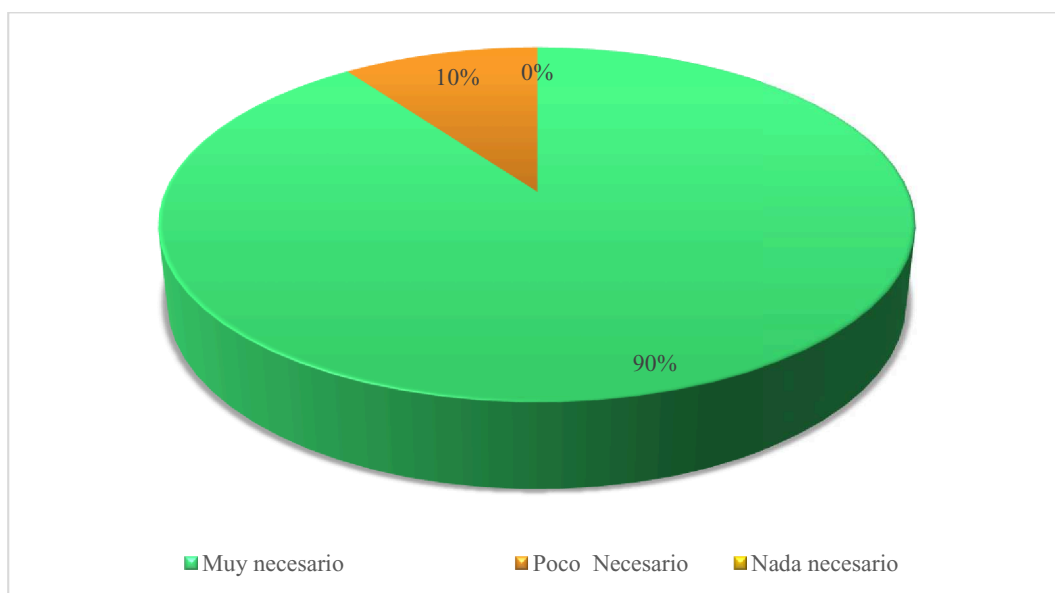
**CUADRO 5**

ALTERNATIVA	Nº	%
Muy necesario	18	90
Poco Necesario	2	10
Nada necesario	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Personal que labora en las radios locales del Cantón Chone

**Autores:** Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 5**



**ANÁLISIS DE DATOS:**

Los locutores vinculados directamente con los medios de comunicación locales considera en su gran mayoría el 90% que es muy necesario que los ejecutivos de las empresas radiales sean profesionales en Comunicación, y apenas un 10% que es poco necesario ser profesionales en esta área del conocimiento. Resulta indispensable que los locutores sean profesionales del área.

**6. ¿Cree usted que el conocimiento sobre ética profesional mejora la comunicación radial de los medios porque...?**

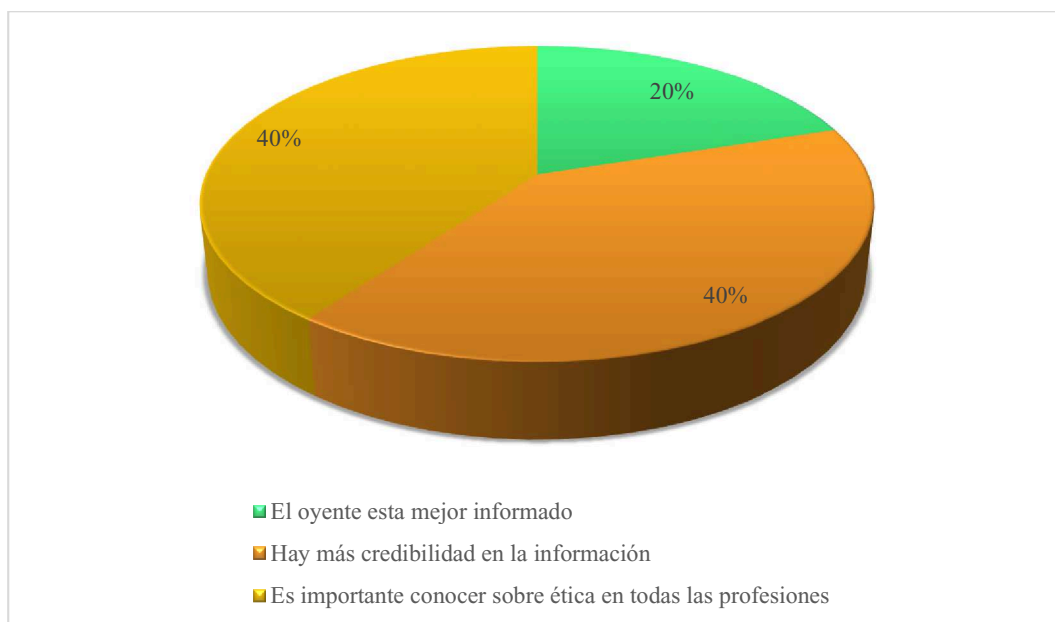
**CUADRO 6**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
El oyente esta mejor informado	4	20
Hay más credibilidad en la información	8	40
Es importante conocer sobre ética en todas las profesiones	8	40
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Personal que labora en las radios locales del Cantón Chone

**Autores:** Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 6**



**ANÁLISIS DE DATOS:**

Al consultarse sobre si el conocimiento de ética profesional mejora la comunicación radial de los medios, el 40% considera que si porque hay credibilidad en la información, otro 40% manifiesta que si porque es importante conocer sobre ética en todas las profesiones y el 38% porque el oyente esta mejor informado. Es fundamental que los profesionales conozcan la importancia de una aplicación adecuada de la ética y los aportes que dé a la comunidad.

**7. ¿Cómo califica las programaciones radiales que existen en las radios de la localidad?**

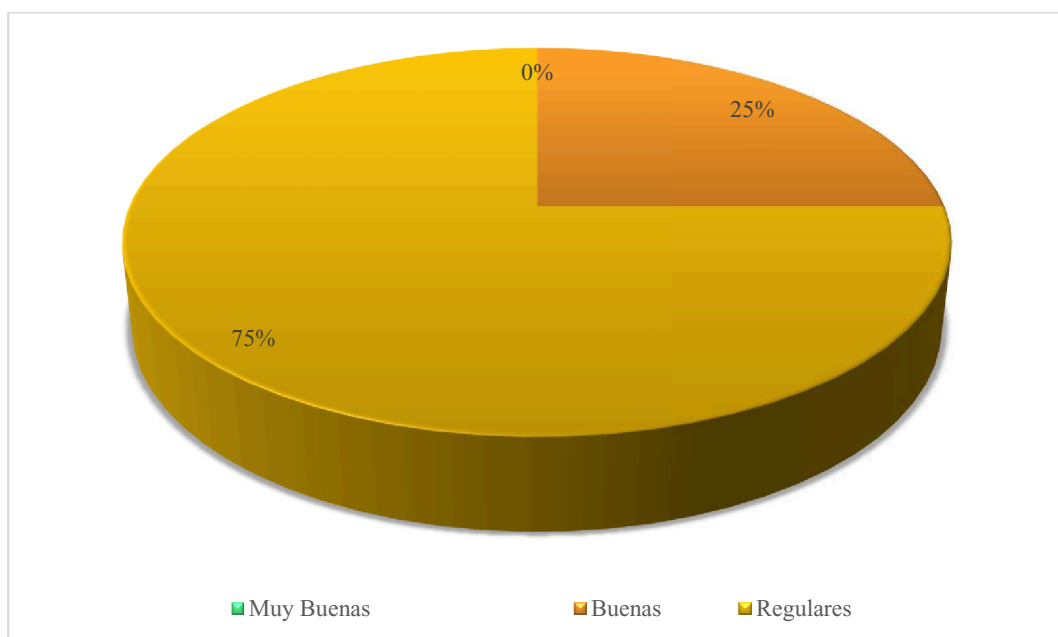
**CUADRO 7**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Muy Buenas	0	0
Buenas	5	25
Regulares	15	75
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Personal que labora en las radios locales del Cantón Chone

**Autores:** Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 7**



**ANÁLISIS DE DATOS:**

De acuerdo a los datos obtenidos el 75% de la muestra encuestada en las radios locales, califican de regulares las programaciones radiales y el 25% consideran que son buenas. Esto determina que las programaciones radiales que se difunden en los medios no están cumpliendo con las expectativas del oyente y que este cada vez más necesita estar mejor informado y orientado.

**8. ¿Cómo considera usted que deben ser las programaciones de las radios locales?**

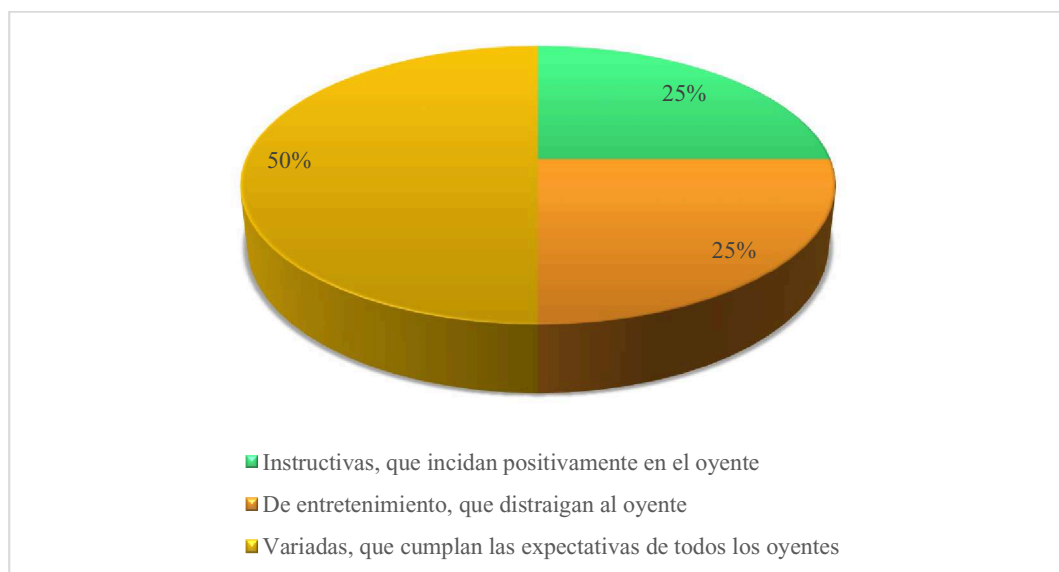
**CUADRO 8**

ALTERNATIVA	Nº	%
Instructivas, que incidan positivamente en el oyente	5	25
De entretenimiento, que distraigan al oyente	5	25
Variadas, que cumplan las expectativas de todos los oyentes	10	50
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Personal que labora en las radios locales del Cantón Chone

**Autores:** Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 8**



**ANÁLISIS DE DATOS:**

El 50 % de los locutores consideran que las programaciones radiales deben ser variadas, puesto que el público que las escucha también es diverso, el 25% cree que estas deben ser instructivas para que incidan positivamente en el oyente y el otro 25% de entretenimiento, que distraigan al oyente. La variación de las programaciones es importante para que los oyentes se interesen más.

**9. ¿Considera usted que la ética profesional incide en la comunicación radial del Cantón Chone?**

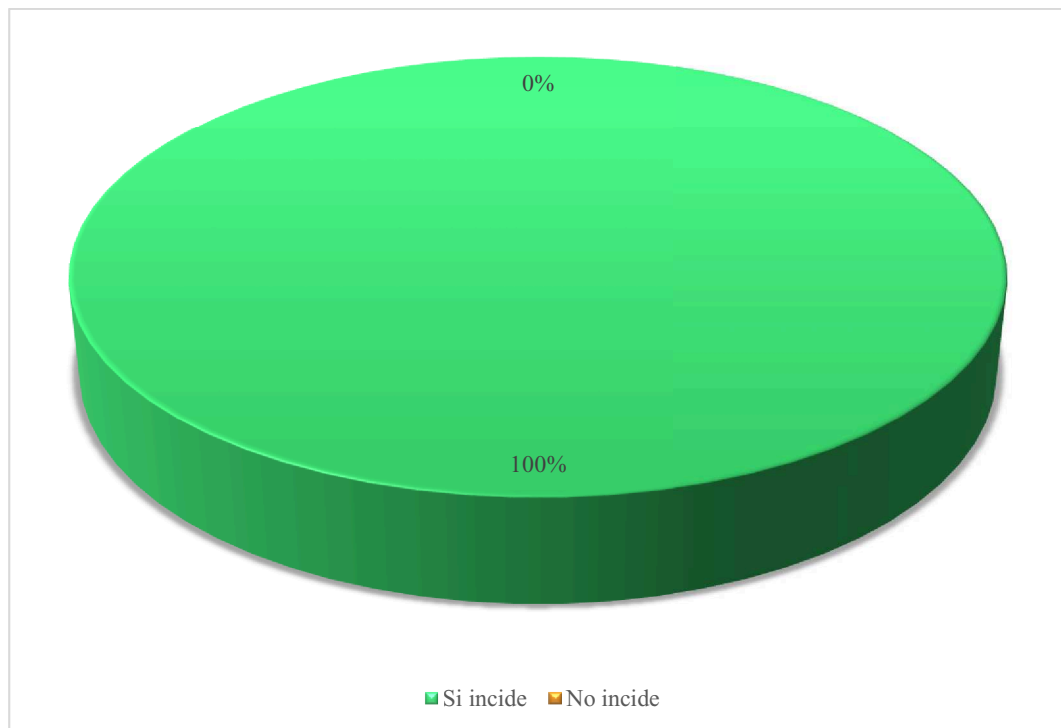
**CUADRO 9**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
Si incide	20	100
No incide	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Personal que labora en las radios locales del Cantón Chone

**Autores:** Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 9**



**ANÁLISIS DE DATOS:**

El 100% de las personas que laboran en las radios locales del cantón que fueron encuestadas consideran que la ética profesional si incide en la comunicación radial. Teniendo claro la importancia de la ética profesional en la comunicación radial del cantón Chone.

**10. ¿Qué estrategia aplicarías para mejorar la ética profesional y la comunicación radial en las radios locales del cantón Chone?**

**CUADRO 10**

ALTERNATIVA	Nº	%
Capacitaciones de ética y comunicación radial	18	90
Creación de un manual de ética y comunicación radial	2	10
Talleres de ética y comunicación radial	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personal que labora en las radios locales del Cantón Chone

Autores: Sebastián Alvia y Bolívar Sánchez

**GRÁFICO 10**



**ANÁLISIS DE DATOS:**

De las estrategias que se aplicarían para mejorar la ética profesional y la comunicación radial en las radios locales del cantón Chone, el 90% considera que capacitaciones de ética y comunicación radial sería lo adecuado y un 10% la creación de un manual de ética y comunicación radial. Determinando así los profesionales que las capacitaciones son el medio más idóneo para mejorar la comunicación radial.



### **9.3. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE DE RADIO COQUETA, LIC. XIOMARA ESPINEL**

#### **1. ¿En los programas que difunde la radio, se imparte la ética profesional?**

Considero que a medias, porque muchos no aplican la ética en las programaciones: ejemplo palabras denigrantes a cierta persona, bromas pesadas y más.

#### **2. ¿Cómo define la ética profesional que se maneja en su emisora?**

La ética es buena, creo que no perfecta pero tampoco mala, se aplica y es necesario corregir algunas cosas para mejorar

#### **3. ¿Es importante que las programaciones que se difunden en su medio, hagan uso de la Ética Profesional?**

Muy importante porque el locutor, o periodista, educa principalmente orienta y entretiene con educación, con claridad al oyente.

#### **4. ¿Por qué cree usted que la ética representa un rol importante en el desarrollo de esta profesión?**

Porque creo que la ética ayuda a determinar el tipo de profesional que es una persona y como se desenvuelve.

#### **5. ¿Cómo propietario de este importante medio. Cuál es el nivel de la comunicación radial?**

Nivel medio, hay días que marcan la alegría, en la comunicación y con ello marca cariño en el oyente.

#### **6. ¿Cómo se maneja la comunicación interna y externa de la radio?**

Se da de forma informal y verbal.

**7. ¿Ha escuchado opiniones de los oyentes acerca de la Comunicación Radial que se maneja en su institución?**

Si el oyente tiene la oportunidad de aplaudir o criticar y lo recibimos con prioridad y respeta su cariño.

**8. ¿Cómo evalúa el impacto que la radio tiene en la ciudadanía?**

Mediante pequeños sondeos en las calles y cuando uno camina por el centro se da cuenta de las personas y los negocios que están sintonizando la radio.

**9. ¿Considera usted que aplicando nuevas estrategias lograría mejorar o cambiar tanto en lo profesional como en la Comunicación Radial aplicada en su medio?**

Claro que sí, somos los comunicadores los estrategas para dar lo mejor al oyente, que cada palabra sublime, que demos llegue a ellos y ellos serán participes a cualquier grupo humano.

**10. ¿Cree usted que la ética profesional incide en la comunicación radial?**

Por supuesto, considero que si incide y mucho.

#### **9.4. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE DE RADIO LIBERTAD, SR. STALIN ESPINEL**

##### **1. ¿Imparten la ética profesional los locutores en cada uno de sus programas difundidos en la radio?**

Desde que iniciamos la actividad radial, hace más de 40 años ha sido el deber de servir a la sociedad.

##### **2. ¿Cómo define la ética profesional utilizada en su emisora?**

La ética es una ciencia que regula el comportamiento de los seres humanos en base a los principios morales y aquí se aplica mucho.

##### **3. ¿Es importante que las programaciones que se difunden en su medio, hagan uso de la Ética Profesional?**

Si es muy importante porque informamos con fundamentos, responsabilidad y sobre todo basándonos en hechos reales.

##### **4. ¿Por qué cree usted que la ética representa un rol importante en el desarrollo de esta profesión?**

Es importante porque permite que los profesionales de cualquier área actúen con principios en todo momento, la ética profesional habla mucho de una persona y su reputación depende ella también.

##### **5. ¿Cómo propietario de este importante medio. Cuál es el nivel de la comunicación radial?**

Dando apertura a toda la sociedad, en general a la comunidad para que conozcan el desarrollo de los pueblos, más que todo a la zona rural, donde la radio es el único medio

**6. ¿Cómo se maneja la comunicación interna y externa de la radio?**

Se maneja de forma oral y directa entre todos, es decir que si es necesario comunicar algo al personal de la radio se lo hace directamente mediante un diálogo con ellos y externamente a través de los micrófonos.

**7. ¿Ha escuchado opiniones de los oyentes acerca de la Comunicación Radial que se maneja en su institución?**

Mediante del llamadas y mensajes nos dan a conocer lo que pasa en la ciudad, la gente está muy contenta con la información brindada, lo que nos hace sentir contento el saber que los oyente se informan atreves de nuestro medio.

**8. ¿Cómo evalúa el impacto que la radio tiene en la ciudadanía?**

Mediante la aceptación y las personas que se acercan a la radio.

**9. ¿Considera usted que aplicando nuevas estrategias lograría mejorar o cambiar tanto en lo profesional como en la Comunicación Radial aplicada en su medio?**

El personal en su mayoría son profesionales y es el motivo para que la radio se mantenga en un nivel muy alto, con un personal capacitado que oriente y siempre respetando el nivel de las personas, siendo una estrategia para la radio. Con reportes informativos de colegas de varias ciudades, que nos mantienen al tanto.

**10. ¿Cree usted que la ética profesional incide en la comunicación radial?**

Si incide porque la ética es importante en la comunicación radial.

## **9.5. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE DE RADIO ROMANCE, SR. FRANCISCO NÚÑEZ**

### **1. ¿Imparten la ética profesional los locutores en cada uno de sus programas difundidos en la radio?**

Si siempre se recuerdan en las entrevista los motivos antes de salir al aire

### **2. ¿Cómo define la ética profesional utilizada en su emisora?**

La ética que utilizamos es la ética profesional para que los noticieros y las entrevistas se realicen como debe ser y con la ética ante todo de quien la realiza y como la realiza.

### **3. ¿Es importante que las programaciones que se difunden en su medio, hagan uso de la Ética Profesional?**

Si es muy imperecedero que se mantengan con ética y honestidad.

### **4. ¿Por qué cree usted que la ética representa un rol importante en el desarrollo de esta profesión?**

Considero que toda persona debe practicar la ética en su vida y en lo profesional también porque es importante saber lo que está bien y lo que no, lo que se puede hacer y lo que no se debe hacer.

### **5. ¿Cómo propietario de este importante medio. Cuál es el nivel de la comunicación radial?**

Pegado a la Ley Orgánica de Comunicación se aplica todos los reglamento esto es todo lo reglamentación.

### **6. ¿Cómo se maneja la comunicación interna y externa de la radio?**

Se maneja en un ambiente amable y de manera informal.

**7. ¿Ha escuchado opiniones de los oyentes acerca de la Comunicación Radial que se maneja en su institución?**

Muy favorable, por eso es la acogida que mantiene el nivel por encima del 54%

**8. ¿Cómo evalúa el impacto que la radio tiene en la ciudadanía?**

Saliendo a las calles de la ciudad para conocer la acogida que tiene la radio, mediante las llamadas telefónicas recibidas y con encuestas.

**9. ¿Considera usted que aplicando nuevas estrategias lograría mejorar o cambiar tanto en lo profesional como en la Comunicación Radial aplicada en su medio?**

Si se mejoraría pero en la actualidad aplicamos todos los adelantos telefónicos que existen como: Internet, Twitter, Facebook, Whatsapp y otros.

**10. ¿Cree usted que la ética profesional incide en la comunicación radial?**

Me parece que la ética profesional incide mucho en la comunicación radial porque sino el periodista dijera lo que le da la gana.

## **9.6. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE DE RADIO UNION, LIC. ALBERTO ESPINEL**

### **1. ¿En los programas que difunde la radio, se imparte la ética profesional?**

En nuestras programaciones la ética profesional es muy importante y se la aplica constantemente.

### **2. ¿Cómo define la ética profesional que se maneja en su emisora?**

La ética profesional que se imparte en la radio es buena y se la exige a diario a los locutores

### **3. ¿Es importante que las programaciones que se difunden en su medio, hagan uso de la Ética Profesional?**

Claro, es muy importante por ello se busca aplicarla a diario y dar a los oyentes un servicio de calidad..

### **4. ¿Por qué cree usted que la ética representa un rol importante en el desarrollo de esta profesión?**

Porque la ética es la ciencia que rige el proceder del profesional y esta muestra el accionar que él debe tener en sus funciones.

### **5. ¿Cómo propietario de este importante medio. Cuál es el nivel de la comunicación radial?**

Tenemos un nivel de sintonía muy bueno en todas nuestras programaciones de la radio.

### **6. ¿Cómo se maneja la comunicación interna y externa de la radio?**

Se da de forma informal y formal, según como lo amerite el caso.

**7. ¿Ha escuchado opiniones de los oyentes acerca de la Comunicación Radial que se maneja en su institución?**

Siempre, escuchamos y ponemos atención a la opinión de ciudadanía.

**8. ¿Cómo evalúa el impacto que la radio tiene en la ciudadanía?**

El impacto de las radios en la ciudadanía es grande y se debe cuidar la información que se transmite.

**9. ¿Considera usted que aplicando nuevas estrategias lograría mejorar o cambiar tanto en lo profesional como en la Comunicación Radial aplicada en su medio?**

Claro que sí, siempre será bueno mejorar e implementar nuevas estrategias para el bien de la radio y los oyentes.

**10. ¿Cree usted que la ética profesional incide en la comunicación radial?**

Si incide



## **9.7. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE DE RADIO CHONE, SR. LUIS ANDRADE**

### **1. ¿En los programas que difunde la radio, se imparte la ética profesional?**

Actualmente la radio no está funcionando con programaciones pero siempre se buscó aplicar la ética profesional.

### **2. ¿Cómo define la ética profesional que se maneja en su emisora?**

La ética fue buena siempre y la radio tuvo muy buena credibilidad.

### **3. ¿Es importante que las programaciones que se difunden en su medio, hagan uso de la Ética Profesional?**

Por supuesto, la ética profesional no debe faltar en ninguna profesión.

### **4. ¿Por qué cree usted que la ética representa un rol importante en el desarrollo de esta profesión?**

Porque los comunicadores tienen un rol importante, que es el de informar a la ciudadanía y esto se debe hacer con mucha responsabilidad.

### **5. ¿Cómo propietario de este importante medio. Cuál es el nivel de la comunicación radial?**

Muy bueno mientras estuvo en funcionamiento.

### **6. ¿Cómo se maneja la comunicación interna y externa de la radio?**

Por ahora no se está dando, ya que la radio no está funcionando ni hay programaciones.

**7. ¿Ha escuchado opiniones de los oyentes acerca de la Comunicación Radial que se maneja en su institución?**

La opinión de la ciudadanía es importante.

**8. ¿Cómo evalúa el impacto que la radio tiene en la ciudadanía?**

Los medios de comunicación generan grandes impactos en la ciudadanía.

**9. ¿Considera usted que aplicando nuevas estrategias lograría mejorar o cambiar tanto en lo profesional como en la Comunicación Radial aplicada en su medio?**

Las estrategias siempre se deben estar aplicando y modificando constantemente.

**10. ¿Cree usted que la ética profesional incide en la comunicación radial?**

Si incide

## **10. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS**

Los investigadores plantearon la siguiente hipótesis:

“La ética profesional incide en la comunicación radial del Cantón Chone durante el segundo semestre del 2014”.

Para lo cual se estableció en la pregunta número 11 de las encuestas realizadas a los radioescuchas que laboran en el centro comercial, al personal de las radios locales la pregunta sobre si ellos consideran que la ética profesional incide en la comunicación radial. En ambas encuestas el resultado fue positivo en 100%, es decir, que sí incide.

Por otra parte en las entrevistas realizadas a los dueños de las radios locales en la pregunta 2 de la misma, se indaga sobre la importancia que tiene la ética en las programaciones que difunden, ellos consideran que es muy importante porque el locutor, o periodista, educa principalmente, orienta y entretiene al oyente informando con claridad, con fundamentos y responsabilidad. Sobre todo se basan en hechos reales, siendo muy imperecedero que se mantengan con ética y honestidad.

Por lo tanto se determina que la hipótesis planteada es afirmativa, basándose en los resultados obtenidos durante la investigación realizada, es decir, queda comprobado que la ética profesional incide en la comunicación radial del cantón Chone.

## CAPÍTULO V

### 11. CONCLUSIONES

- En las programaciones radiales de los medios locales existe aún muchos vacíos en cuanto a la aplicación de la ética profesional.
- Es importante la aplicación de la ética profesional en los medios radiales locales y el cumplimiento, porque permite que los locutores den una opinión fundamentada, aplicando la Ley Orgánica de Comunicación para ganársela confiabilidad del oyente.
- Mediante la investigación se puede concluir que es muy importante que los ejecutivos de las empresas radiales sean profesionales en comunicación, así como también su personal, que tiene funciones de locutores o periodistas en el medio.
- La ciudadanía considera que las programaciones radiales deben ser variadas para cubrir todas las expectativas de los oyentes, deben además diseñar estrategias que permitan mejorar la ética en la comunicación radial, por otro lado también las radios deben tener personal debidamente capacitado.
- Se concluyen también la necesidad de que los dueños de las radios locales, así como el personal, reciban capacitaciones en temas relacionados a la ética profesional y a la comunicación radial.

## **12. RECOMENDACIONES**

- Que las radios del cantón Chone implementen la ética profesional en todas sus áreas, tanto internamente como externamente, ya sea en el uso del micrófono o no, para de esta manera mejorar la comunicación radial que ejercen quienes laboran en las radios.
- Considerar importante reconocer la importancia de actuar con el correcto uso de la ética profesional tanto los dueños, como el personal que trabaja en la entrega de información radial, para que puedan emplearla como es debido, haciendo uso adecuado de la ética profesional y el cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación.
- Que los dueños de las radios locales contraten personal calificado, como comunicadores profesionales, a fin de que ejerzan sus funciones de la mejor manera y como los oyentes se merecen.
- Brindar a la ciudadanía programaciones variadas, de todo tipo para satisfacer todas las necesidades de los oyentes, así como también diseñar al menos semestralmente nuevas estrategias para mejorar la ética profesional y la comunicación radial en las emisoras.
- Se sugiere realizar una capacitación sobre la ética profesional y la comunicación radial con todos los locutores y dueños de las radios de la localidad para que puedan enriquecer sus conocimientos y brindar un mejor servicio a la ciudadanía del cantón Chone.

### 13. BIBLIOGRAFÍA.

AGUILAR Bulgarelli, O. (2000). Medios de Comunicación.

BALSEBRE, Armand (1994). *El lenguaje radiofónico*. Ed. Cátedra, Madrid.

BRIGGS, A., & Burke, P. (2002). *De Gutenberg a Internet: una historia social de los medios de comunicación*. Taurus.

CÁZARES, A. E. G., & Ximénez, L. (2010). *Ética y valores* (Vol. 2). Cengage Learning Editores.

CHECA Andrés, (2007) “*historia de publicidad*” Editorial. NETBLIBLO, O.L. La Coruña- Span.

CORTINA, A. (2000). *La educación y los valores*. Biblioteca nueva.

ESTEINOU, J. (2004). Medios de comunicación. *Superestructuras*. Brasil.

FAUS Belau, Á. (1973). *La radio: introducción a un mundo desconocido*/Angel Faus Belau.

GALLEGO Juan: (2010) “*Nuestro modelo de distribución para los contenidos sonoros*” Editorial UOC-Barcelona- España.

GARCÍA, A., & Ximénez, L. (2009). Ética y Valores. *Ethics and values: Con enfoque en*.

GOMEZ, G. L. M., & VALLEJO, A. G. C. (2011). Ética y Valores. *México: IURE Editores*.

HESELBEIN, F., Goldsmith, M., & Beckhard, R. (1996). *El líder del futuro*. Bilbao: Ediciones Deusto.

IGARTUA, J. J. (2006). *Medios de comunicación, inmigración y sociedad* (Vol. 106). Universidad de Salamanca.

LUENGO Juan: (2009) *“Como elaborar informativos en radio”* Editorial. Comunicación Social S.C.- Zamora-España.

MASTERMAN, L. (2010). *La enseñanza de los medios de comunicación* (Vol. 1). Ediciones de la Torre.

MATA, M. C. (1993). La radio: una relación comunicativa. *Diálogos*, (35).

MATUTE, Genaro, Cuervo Sergio, Quintana Víctor, Salas Rodrigo, Valdés Antonio Valdivia Paola: (2011) *“Rol de los medios digitales en el marketing electoral”* Editorial. Ada Ampuero- Lima-Perú.

MENÉNDEZ, A. (1962). *Ética profesional*. Herrero hermanos.

NAVARRO, a. D. J. S., Miranda, a. G., & rivera, d. E. S. (2005). *Ética y valores*.

ORTÍZ-J. Marchamalo, M. A. (1994) *Técnicas de comunicación en radio*. Ed.Paidós, Barcelona.

PASQUALI, A. (1980). *Comunicación y cultura de masas*.

PINTADO Blanco, Sánchez Teresa, Herrera Joaquín: (2013) *“Imagen corporativa: Influencia en la gestión empresarial”* Editorial. ESIC- Madrid- España.

THOMPSON, J. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona.

### **13.1. Web grafía**

1. <http://definicion.de/etica-profesional-//>
2. [www.importancia.org/profesionalismo.php](http://www.importancia.org/profesionalismo.php)
3. <http://www.wikiteka.com/apuntes/tipos-de-etica/>
4. [http://recursostic.educacion.es/secundaria/edad/4esoetica/quincena2/quincena2\\_contenidos\\_1a.htm](http://recursostic.educacion.es/secundaria/edad/4esoetica/quincena2/quincena2_contenidos_1a.htm)

5. [Definición.mx/profesionalismo](http://definicion.mx/profesionalismo)

6. [http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/cont\\_amblab.htm](http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/cont_amblab.htm)

7. <http://gigatecno.blogspot.com/2012/05/ventajas-y-desventajas-de-los-medios-de.html>

8. [http://www.supercom.gob.ec/sites/default/files/document/Ley\\_Organica\\_Comunicacion.pdf](http://www.supercom.gob.ec/sites/default/files/document/Ley_Organica_Comunicacion.pdf)





## Anexo 1

### UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ EXTENSIÓN CHONE.

#### Entrevista dirigida a los dueños de la radios locales

**Entrevistado:**

**Institución:**

**OBJETIVO:** Determinar la incidencia de la ética profesional en la comunicación radial del Cantón Chone en el segundo semestre del 2014.

**Investigadores:** Alvia Loor Miguel Sebastián y Sánchez Álava Ramón Bolívar

1. ¿Imparten la ética profesional los locutores en cada uno de sus programas difundidos en la radio? OE1
2. ¿Cómo define la ética profesional utilizada en su emisora? OE1
3. ¿Es importante que las programaciones que se difunden en su medio, hagan uso de la Ética Profesional? OE2
4. ¿Por qué cree usted que la ética representa un rol importante en el desarrollo de esta profesión? OE2
5. ¿Cómo propietario de este importante medio. Cuál es el nivel de la comunicación radial? OE3
6. ¿Cómo se maneja la comunicación interna y externa de la radio? OE3
7. ¿Ha escuchado opiniones de los oyentes acerca de la Comunicación Radial que se maneja en su institución? OE4
8. ¿Cómo evalúa el impacto que la radio tiene en la ciudadanía? OE4
9. ¿Considera usted que aplicando nuevas estrategias lograría mejorar o cambiar la Comunicación Radial aplicada en su medio? OE5
10. ¿Cree usted que la ética profesional incide en la comunicación radial? OE5



## Anexo 2

### UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ EXTENSIÓN CHONE.

#### **Encuesta dirigida al personal que labora en el Centro Comercial del Cantón Chone.**

**OBJETIVO:** Determinar la incidencia de la ética profesional en la comunicación radial del Cantón Chone en el segundo semestre del 2014.

**Investigadores:** Alvia Loor Miguel Sebastián y Sánchez Álava Ramón Bolívar

**INSTRUCCIONES:** Sírvase responder con sinceridad marcando una x la alternativa de su elección.

#### **DATOS INFORMATIVOS**

Lugar y fecha:.....

Sexo: Masculino ( ) Femenino ( )

**1. ¿Cuál de las siguientes temáticas, considera usted que deberían aplicar las personas que manejan la comunicación radial en el Cantón Chone?OE1**

- Ética Profesional
- Técnicas Radiofónicas
- Relaciones Humanas

**2. ¿Por qué es necesario que los locutores radiales de la ciudad de Chone informen con Ética?OE1**

- Porque de esta manera educan al oyente
- Porque así informarían mejor y de manera veraz
- Porque lograrían captar la atención del oyente

**3. ¿Considera usted que las programaciones radiales difundidas en los medios aplican la Ética Profesional?OE2**

- No creo, porque las programaciones aun dejan mucho que desear.
- No, porque los profesionales que trabajan en las radios hablan sin fundamento alguno.

- Si cumplen, aunque todavía hay falencias

**4. ¿Conocer sobre la Ley Orgánica de Comunicación, es muy importante para brindar una óptima comunicación radial, porque?OE2**

- Sí, porque proyectarían una correcta información que mejoraría la comunicación radial.
- Sí, porque de esta manera se evitarían inconvenientes, al comunicar con responsabilidad.
- No creo que exista diferencia alguna si la conocen o no

**5. ¿Considera usted necesario que los ejecutivos de las empresas radiales sean profesionales en Comunicación?OE3**

- Muy necesario
- Poco Necesario
- Nada necesario

**6. ¿Cree usted que el conocimiento sobre ética profesional mejora la comunicación radial de los medios porque...?OE3**

- El oyente está mejor informado
- Hay más credibilidad en la información
- Es importante conocer sobre ética en todas las profesiones

**7. ¿Cómo califica las programaciones radiales que existen en las radios de la localidad?OE4**

- Muy Buenas
- Buenas
- Regulares

**8. ¿Cómo considera usted que deben ser las programaciones de las radios locales?OE4**

- Instructivas, que incidan positivamente en el oyente
- De entretenimiento, que distraigan al oyente
- Variadas, que cumplan las expectativas de todos los oyentes

**9. ¿Por qué considera usted que los medios radiales deben diseñar estrategias que le permitan mejorar la ética profesional en la comunicación radial del Cantón Chone?OE5**

- Porque hay que hablar con responsabilidad
- Porque el uso de los medios de comunicación no son para afectar la dignidad de las personas.
- Porque hay que parar con la manipulación a la hora de informar.

**10. ¿Cree usted que las radios locales deben contar con el personal profesional debidamente capacitado para entregar a la sociedad una mejor comunicación radial?OE5**

- Sí, porque la comunicación radial es una herramienta muy poderosa
- Sí, porque la ciudadanía las escucha
- No, porque solo llega a una pequeña parte de la población

**11. ¿Considera usted que la ética profesional incide en la comunicación radial del Cantón Chone?**

- Si incide
- No incide

**12. ¿Qué estrategia aplicaría para mejorar la ética profesional y la comunicación radial en las radios locales del cantón Chone?**

- Capacitaciones de ética y comunicación radial
- Creación de un manual de ética y comunicación radial
- Talleres de ética y comunicación radial

Gracias Por Su Colaboración.



### Anexo 3

## UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ EXTENSIÓN CHONE.

**Encuesta dirigida al personal de las radios locales del Cantón Chone.**

**OBJETIVO:** Determinar la incidencia de la ética profesional en la comunicación radial del Cantón Chone en el segundo semestre del 2014.

**Investigadores:** Alvia Loor Miguel Sebastián y Sánchez Álava Ramón Bolívar

**INSTRUCCIONES:** Sírvase responder con sinceridad marcando una x la alternativa de su elección.

### DATOS INFORMATIVOS

Lugar y fecha:.....

Sexo: Masculino ( ) Femenino ( )

**1. ¿Cuál de las siguientes temáticas considera usted indispensable en la comunicación radial?OE1**

- Ética Profesional
- Técnicas Radiofónicas
- Relaciones Humanas

**2. ¿Cómo locutor por qué cree necesario aplicar la ética en su función como tal?OE1**

- Porque de esta manera educan al oyente
- Porque así informaría mejor y de manera veraz
- Porque lograría captar la atención del oyente

**3. ¿Considera usted que en las programaciones radiales difundidas en los medios es importante manejarse con Ética Profesional?OE2**

- Muy importante.
- Poco importante.
- Nada importante

**4. ¿Conocer sobre la Ley Orgánica de Comunicación, es muy importante para brindar una óptima comunicación radial, porque?OE2**

- Sí, porque proyectarían una correcta información que mejoraría la comunicación radial.
- Sí, porque de esta manera se evitarían inconvenientes, al comunicar con responsabilidad.
- No creo que exista diferencia alguna si la conocen o no

**5. ¿Considera usted necesario que los ejecutivos de las empresas radiales sean profesionales en Comunicación?OE3**

- Muy necesario
- Poco Necesario
- Nada necesario

**6. ¿Cree usted que el conocimiento sobre ética profesional mejora la comunicación radial de los medios porque...?OE3**

- El oyente está mejor informado
- Hay más credibilidad en la información
- Es importante conocer sobre ética en todas las profesiones

**7. ¿Cómo califica las programaciones radiales que existen en las radios de la localidad?OE4**

- Muy Buenas
- Buenas
- Regulares

**8. ¿Cómo considera usted que deben ser las programaciones de las radios locales?OE4**

- Instructivas, que incidan positivamente en el oyente
- De entretenimiento, que distraigan al oyente
- Variadas, que cumplan las expectativas de todos los oyentes

**9. ¿Por qué considera usted que los medios radiales deben diseñar estrategias que le permitan mejorar la ética profesional en la comunicación radial del Cantón Chone?OE5**

- Porque hay que hablar con responsabilidad
- Porque el uso de los medios de comunicación no son para afectar la dignidad de las personas.
- Porque hay que parar con la manipulación a la hora de informar.

**10. ¿Cree usted que las radios locales deben contar con el personal profesional debidamente capacitado para entregar a la sociedad una mejor comunicación radial? OE5**

- Sí, porque la comunicación radial es una herramienta muy poderosa
- Sí, porque la ciudadanía las escucha
- No, porque solo llega a una pequeña parte de la población

**11. ¿Considera usted que la ética profesional incide en la comunicación radial del Cantón Chone?**

- Si incide
- No incide

**12. ¿Qué estrategia aplicaría para mejorar la ética profesional y la comunicación radial en las radios locales del cantón Chone?**

- Capacitaciones de ética y comunicación radial
- Creación de un manual de ética y comunicación radial
- Talleres de ética y comunicación radial

Gracias Por Su Colaboración.

## **Anexo 4**

### **PROPUESTA**

#### **TEMA**

Capacitación de ética y comunicación radial para las radios locales del cantón Chone.

#### **INTRODUCCIÓN**

Describir la realidad es la misión principal de los medios de comunicación. En el ejercicio de esta misión, el periodista ha de tratar de buscar la máxima objetividad posible. Debe explicar los hechos de manera transparente tal y como han ocurrido dado que es un mero administrador de un bien ajeno como es el derecho de los hombres y de las mujeres a saber qué pasa, a saber cómo pasa y a saber por qué pasa.

Si se observa el proceso de la comunicación desde el lugar del receptor, se aprecian diferentes formas de entender la misma información. La persona se vincula con el mensaje desde su bagaje cultural, creencias e ideologías. Por lo tanto, partiendo de este capital cultural se define el sentido de la información que está recibiendo. En toda comunicación humana, los sobreentendidos, malentendidos, ambigüedades, interferencias de sentido, muestran el carácter resbaladizo del lenguaje y la necesidad de definir el significado de una conversación, de una obra o un programa televisivo desde cada propio bagaje cultural.

A pesar de que es inevitable desprenderse de este fondo subjetivo, los informadores deben intentar ser lo más objetivos posibles a la hora de transmitir la información. Cada vez se va desarrollando un mayor interés por el desarrollo de una ética de la comunicación y de la información, debido a la gran incidencia que tienen los medios de comunicación. Además de eso, el progreso acelerado de nuevas tecnologías para la difusión de información hace necesaria con urgencia una "ética de la comunicación".



## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Diseñar una capacitación sobre ética y comunicación radial para las radios locales del cantón Chone.

### **Objetivos Específicos**

- Establecer la importancia de la ética en la comunicación radial
- Estructurar temáticas para la capacitación tomando en cuenta los temas más relevantes
- Determinar la metodología para la capacitación
- Diseñar un cronograma

## **JUSTIFICACIÓN**

El hombre se constituye como persona en cuanto se comunica con otros, este hecho hace la comunidad. La ética tiene la función de preservar el bien, una actividad que en sí misma es buena. Así, está orientada hacia la excelencia. El tema de la ética, los negocios y la calidad presenta ciertas tensiones.

No hay más que leer los diarios de los últimos días y de las últimas semanas para ver que siempre hay alguna invocación a la ética. En un mundo donde todos los productos tienden a ser excelentes y muy similares, las empresas se diferenciarán por su responsabilidad social y los clientes comprarán en aquellas donde se identifiquen con sus valores éticos.

En su compleja y delicada labor los comunicadores sociales se relacionan directa o indirectamente con aspectos tales como, el derecho al honor, intimidad personal y familiar y a la propia imagen de las personas. Todos estos elementos son protegidos por la ley y se conectan con el tema de la dignidad humana.

Una cobertura deficiente por parte de los comunicadores puede además de acarrearle a los informadores responsabilidades penales, civiles y administrativas, generarle un daño irreparable al buen crédito de una persona o de un producto.

Un tema clave en su función es precisamente el Secreto Profesional. Este es visto en una doble perspectiva: como un derecho y como un deber. Este deber se extiende a otras disciplinas como el médico, el militar, el sacerdote y otras.

El derecho de acceso a la información pública es una cuestión temática que ha cobrado mucha vigencia en el país, en razón del impacto de la Ley de Comunicación. En razón que este punto ameritaría una charla aparte, sólo consigno dos principios rectores que informan a esta materia: máxima divulgación y buena fe. Los comunicadores deben recordar que estos principios se complementan con el hecho que en una sociedad que se defina como democrática, todos somos titulares del derecho a la información.

## **CONTENIDO**

Realizar 2 capacitaciones en ética y responsabilidad periodística relacionada directamente con procesos democráticos y un taller que permita construir un Código de ética entre las radios. Las capacitaciones destinadas a los periodistas de medios públicos, privados y comunitarios.

El primer día de capacitación tiene como objetivo discutir sobre el rol de los medios de comunicación como actores políticos o como mediadores, y la implicación de reconocerse como tal. Dentro de esta definición de roles es importante determinar la relación que mantienen con otros actores políticos dependiendo de cómo se reconoce cada una de las radios comunitarias. A partir de este reconocimiento discutir que valores periodísticos deben caracterizar cada posición. Esta sesión abordará también cual es el rol que tiene los medios de comunicación en procesos que incentiven la participación.

El segundo día de capacitación se propone discutir el rol de la ética en los medios de comunicación, el profesionalismo y la moral en la práctica del periodismo radial y la correcta aplicación de las leyes de comunicación vigentes en el país.

Como conclusión de cada una de estas capacitaciones se buscan resaltar la responsabilidad y ética periodística que deben prevalecer en los diferentes procesos democráticos señalados y al final contar con un código de ética propuesto y formulado desde el trabajo en comunicación popular y alterativa.

Una vez discutidos los valores éticos y la responsabilidad de los medios para la comunicación en democracia, se realizaría un taller, en el cuál se debatiría la construcción de un Código de Ética generado desde el trabajo práctico de los periodistas comunitarios. Proponemos, adicionalmente, sistematizar las experiencias y criterios que en torno a estos temas se generen, de tal manera que se estructure un documento que sirva de soporte el análisis del trabajo de los medios de comunicación.

## CRONOGRAMA

<b>DIA 1</b>			
<b>TEMA</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>HORARIO</b>	<b>LUGAR</b>
El rol de los medios de comunicación como actores políticos o como mediadores	8 horas	8:00–12:00 13:00– 17:00	Por definir
<b>DIA 2</b>			
<b>TEMA</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>HORARIO</b>	<b>LUGAR</b>
El rol de la ética en los medios de comunicación, el profesionalismo y la moral en la práctica del periodismo radial y la correcta aplicación de las leyes de comunicación vigentes en el país	8 horas	8:00–12:00 13:00– 17:00	Por definir

## PRESUPUESTO

<b>Insumo</b>	<b>Vu</b>	<b>Can</b>	<b>Total</b>
Capacitador por 2 días	\$300,00	2	\$600,00
Local por 2 días	\$80,00	2	\$160,00
Refrigerio	\$3,00	60	\$180,00
Materiales para la capacitación	\$5,00	30	\$150,00
		Sub total	\$1090,00
		Imprevistos 10%	\$109,00
		<b>Total</b>	<b>\$1199,00</b>

Anexo 5

