



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



**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**ÉTICA PROFESIONAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y
LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL CANTÓN QUEVEDO 2022.**

AUTOR:

TULMIRA DIVINA ZAMBRANO SILVA

TUTOR:

ROSA ISABEL NAVARRETE ORTEGA

QUEVEDO - LOS RÍOS - ECUADOR





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



DEDICATORIA

Mi tesis está dedicada a Dios.

Dios tu Amor y tu bondad no tienen fin, me permites sonreír ante todos mis logros que son resultados de tu ayuda, he logrado concluir con mi carrera.

Agradezco a mis padres porque ellos siempre han confiado en mí, han estado a mi lado apoyándome incondicionalmente, sus consejos para hacer de mí una gran mujer, y mejor persona, a mis hermanos y sobrinos por sus palabras y su compañía, a mi tío Guillermo que aun siendo con discapacidad ha estado pendiente a mí.

A mi tía Lelys que sin duda me ha podido brindar su ayuda cuando la he necesitado.

A mi esposo quien forma parte de mi vida y ha estado dándome fuerzas y palabras de motivación, por su apoyo incondicional, su paciencia y su Amor.

A mis seres queridos que, aunque no estén físicamente me cuidan y me guían desde el cielo. Gracias a mi familia que han confiado en mí para la obtención de mis logros profesionales.

ZAMBRANO SILVA TULMIRA DIVINA



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



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecirme en la vida, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a mis padres, por ser los principales promotores de mi sueño, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

Agradezco a los docentes de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión

ZAMBRANO SILVA TULMIRA DIVINA



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



CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **ZAMBRANO SILYA TULMIRA DIVINA**, portadora de la cédula de ciudadanía **1250175013**, en calidad de autora del Informe Final del Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título de licenciada en **COMUNICACIÓN SOCIAL**, declaro que soy autora del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

**ÉTICA PROFESIONAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y
SU RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL CANTON QUEVEDO.2022.**

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

Tulmira Zambrano
ZAMBRANO SILVA TULMIRA DIVINA

CI. 1250175013





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



Quevedo, 24 de marzo de 2023

CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA
SUSTENTACIÓN.

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con Oficio Cir. 005-UIC-FCJSE-2023, con fecha 2 de febrero del 2023, por **RESOLUCIÓN** ordinaria del **Honorable Consejo Directivo** de la facultad de ciencias jurídicas sociales y de la educación celebrada el 31 de enero del 2023.

Certifico que:

La egresada **ZAMBRANO SILVA TULMIRA DIVINA**, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto de Investigación con el tema:

ÉTICA PROFESIONAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y
SU RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL CANTON QUEVEDO.2022.

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar la comisión de especialistas de sustentación designado para la defensa del mismo.

MSC. NAVARRETE ORTEGA ROSA ISABEL
DOCENTE DE LA FCJSE





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



**RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN MODALIDAD
INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: **ÉTICA PROFESIONAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y SU RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL CANTÓN QUEVEDO 2022.**

PRESENTADO POR LA SEÑORITA:

TULMIRA DIVINA ZAMBRANO SILVA

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL:

MSC. JESICA MARIANA
CACHIPUENDO CASTILLO
DELEGADO DE LA DECANA

DR. GONZALO ARTURO
PEÑAFIEL NIVELA PhD
PROFESOR ESPECIALISTA

DRA. RUMANIA ALEXANDRA
TORRES NAVARRETE PhD
DELEGADO DE LA UIC

ABG. SANDRA VITERI GARCÍA
SECRETARIA DE LA
FAC.CC.JJ.JJ.SS.EE



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



RESUMEN

El presente trabajo investigativo tuvo como objetivo analizar el aporte de la ética profesional de los medios de comunicación digital y su responsabilidad social del cantón Quevedo, donde se plantea la siguiente hipótesis: analizando el aporte de la ética profesional de los medios de comunicación digital establecemos su responsabilidad social del cantón Quevedo. Para determinar el objetivo planteado se utilizó un tipo de investigación documental y descriptiva, donde la población sujeta a estudio eran los ciudadanos del Cantón Quevedo tomando una muestra a través de nuestra formula obteniendo un resultado de 399 encuestados a los cuales se les aplicó una encuesta en tipo de cuestionario la cual comprendía un total de 10 preguntas. Como principales resultados de nuestra investigación tuvimos que la ética profesional tanto en los periodistas como en los medios de comunicación digital son de vital importancia puesto que serán la carta de presentación de estos dos individuos, su aporte para con ellos es crear el lazo de credibilidad que existe entre el internauta y el medio que difunde las informaciones además de hacer cumplir la responsabilidad social a través de una información verás. Para brindar solución a nuestra problemática ante la importancia de la ética profesional en el ámbito de la comunicación se recomienda la práctica constante de los valores y responsabilidad social puesto que será la forma en que el periodista será reconocido.

Palabras claves: Responsabilidad social, valores, periodistas



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



ABSTRACT

The objective of this investigative work was to analyze the contribution of professional ethics of digital communication media and its social responsibility in the Quevedo canton, where the following hypothesis is proposed: analyzing the contribution of professional ethics of digital communication media, we establish its social responsibility of the Quevedo canton. To determine the proposed objective, a type of documentary, descriptive and field research was used, where the population subject to study were the citizens of the Quevedo Canton, taking a sample through our formula, obtaining a result of 399 respondents. to which a questionnaire type survey was applied which included a total of 10 questions. As the main results of our investigation, we had that professional ethics both in journalists and in the digital media are of vital importance since they will be the letter of introduction of these two individuals, their contribution to them is to create the bond of credibility that exists between the Internet user and the medium that disseminates the information in addition to enforcing social responsibility through information you will see. To provide a solution to our problem, given the importance of professional ethics in the field of communication, the constant practice of values and social responsibility is recommended since it will be the way in which the journalist will be recognized.

Keywords: Social responsibility, values, journalists



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



Quevedo, 23 de marzo, 2023

CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS
FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO

En mi calidad de Tutor de la estudiante; **ZAMBRANO SILVA TULMIRA DIVINA**, una vez revisado el Informe Final del Proyecto de Investigación cuyo tema es: **ÉTICA PROFESIONAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y SU RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL CANTON QUEVEDO.2022.**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio, obteniendo como porcentaje de similitud de [9%], resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el trabajo final el porcentaje máximo permitido según el **Artículo 61 de la Normativa de la Unidad de Integración Curricular de la Universidad Técnica de Babahoyo** considera hasta el 20%, se **APRUEBA** el trabajo de titulación para que el estudiante continúe a la fase de defensa.

Se adjunta el informe del sistema antiplagio como evidencia del porcentaje indicado.

MSC. NAVARRETE ORTEGA ROSA ISABEL
DOCENTE DE LA FCJSE



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
CERTIFICADO DE LA AUTORÍA INTELECTUAL.....	IV
CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN MODALIDAD INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	V
RESUMEN.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD DE OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO.....	IX
INFORME FINAL DEL SISTEMA URKUND.....	X
INTRODUCCIÓN.....	15
1. CAPÍTULO I DEL PROBLEMA.....	16
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	16
1.2. MARCO CONTEXTUAL.....	17
1.2.1. Contexto Internacional.....	17
1.2.2. Contexto Nacional.....	18
1.2.3. Contexto Local.....	18
1.2.4. Contexto Institucional.....	18
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	19
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	20
1.4.1. Problema General.....	20
1.4.2. Problemas Específicos.....	20
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	20

1.6.	JUSTIFICACIÓN.....	21
1.7.	OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	22
1.7.1.	Objetivo General.....	22
1.7.2.	Objetivos Específicos.....	22
2.	CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL	22
2.1.	MARCO TEÓRICO	22
2.1.1.	Marco Conceptual.....	22
2.1.2.	Marco Referencial sobre la problemática de investigación	29
2.1.2.1.	Antecedentes investigativos	29
2.1.3.	Postura teórica.....	32
2.2.	HIPÓTESIS	33
2.2.1.	Hipótesis General.....	33
2.2.2.	Hipótesis Específicas	33
2.3.	VARIABLES	33
2.3.1.	Variable Independiente	33
2.3.2.	Variable Dependiente.....	33
3.	CAPÍTULO III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	33
3.1.	Resultados obtenidos de la investigación	33
3.2.	Conclusiones General y Específicas	43
3.2.1.	Conclusión General.....	43
3.2.2.	Conclusiones Específicas.....	44
3.3.	Recomendaciones General y Especificas.....	44
3.3.1.	Recomendación General	44
3.3.2.	Recomendaciones Específicas	45
4.	CAPÍTULO VI. - PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN.....	45
4.1.	Propuesta de aplicación de resultados	45
4.1.1.	Alternativa obtenida.....	45

4.1.2.	Alcance de la alternativa.....	46
4.1.3.	Aspectos básicos de la alternativa.....	46
4.1.3.1.	Antecedentes	46
4.1.3.2.	JUSTIFICACIÓN.....	47
4.1.4.	ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA.....	48
BIBLIOGRAFÍA		54
ANEXOS.....		56
CRONOGRAMA.....		56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Presupuesto de la investigación.....	Error! Bookmark not defined.
Tabla 2: Cronograma.....	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1: Gráfico # 1 de la encuesta	34
Ilustración 2: Gráfico # 2 de la encuesta	35
Ilustración 3: Gráfico # 3 de la encuesta	36
Ilustración 4: Gráfico # 4 de la encuesta	37
Ilustración 5: Gráfico # 5 de la encuesta	38
Ilustración 6: Gráfico # 6 de la encuesta	39
Ilustración 7: Gráfico # 7 de la encuesta	40
Ilustración 8: Gráfico # 8 de la encuesta	41
Ilustración 9: Gráfico # 9 de la encuesta	42
Ilustración 10: Gráfico # 10 de la encuesta	43

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo titulado “Ética profesional de los medios de comunicación digital y su responsabilidad social del cantón Quevedo 2022”, mencionado asunto fue escogido para investigación por motivo a la problemática existente en la actualidad debido a la notoria falta de ética profesional que tienen los medios periodísticos al momento de hacer públicas las noticias.

Dicho estudio tiene una investigación con los tipos descriptivos, documental y de campo, seguido de un enfoque cualitativo y cuantitativo siendo este último la forma en la que nos ayudará para realizar la recolección de datos a través de una encuesta a modo de cuestionario la cual contiene un total de 10 preguntas con opciones múltiples la que será dirigida a los ciudadanos de Quevedo. La importancia de la ejecución de esta investigación conlleva a que se podrán obtener opiniones ciudadanas las cuales serán recopiladas y se podrá realizar y compartir métodos para mejoras de los medios digitales.

El objetivo de esta investigación es analizar el aporte de la ética profesional de los medios de comunicación digitales es por esto que para cumplir el propósito se ejecutó un análisis a través del método antes mencionado y así con las conclusiones del caso se podrá dar solución y les sea de ayuda para que ambas partes sean beneficiadas puesto los ciudadanos podrán obtener informaciones de calidad.

En la ejecución de esta actividad investigativa se muestran seis capítulos, los cuales se exponen de la siguiente manera:

Capítulo I: Se elaboró un estudio y se detalló la situación problemática de la investigación conjuntamente con la descripción de los contextos a través de bibliografía, estos con la finalidad de poner en conocimiento los objetivos siendo estos de manera clara y oportuna.

Capítulo II: Este capítulo tiene como propósito instaurar las bases teóricas del trabajo investigativo, se desea identificar los documentos más relevantes que incluyan

información que sirvan de soporte para el proyecto, además se detallarán los antecedentes de la indagación, tales como hipótesis, estudios, variables.

Capítulo III: Este capítulo presenta los resultados debidamente obtenidos, los que fueron oportunamente conseguidos por medio de una encuesta realizada a modo de cuestionario la cual fue realizada a los ciudadanos del Cantón Quevedo conteniendo esta una agrupación de 10 preguntas cada uno con varias opciones para ser escogidas por los estudiantes. Se dan a conocer las debidas conclusiones del caso a las que se llegó después del analices realizado además de brindar las recomendaciones oportunas del caso.

Capítulo IV: Se manifiesta el desarrollo de la propuesta planeada y así lograr cumplir con el objetivo expuesto de manera positiva y sea conocida por los espectadores.

1. CAPÍTULO I DEL PROBLEMA

1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.

Ética profesional en los medios de comunicación digital y su responsabilidad social en el cantón Quevedo 2022.

1.2. MARCO CONTEXTUAL

1.2.1. Contexto Internacional

Las responsabilidades éticas son tanto para los profesionales como de los considerados no profesionales dentro de los medios de comunicación, se debe considerar que los expertos de los medios de información están expuestos a normas éticas más altas que los no profesionales. Tienen el cometido de brindar información precisa, veraz y no subjetiva a la ciudadanía. Los expertos de los medios periodísticos tienen la responsabilidad ética con la sociedad.

En el tiempo actual el rol de los medios se ve perjudicado por la comercialización y la variedad de actores mediáticos, que incorporan a los medios de comunicación independientes y comunitarios, grupos de activistas, medios corporativos, medios estatales y privados, grupos de activistas es así como a todos estos grupos mencionados están obligados de aplicar la ética mediática.

Varios medios de comunicación, asociaciones profesionales, plataformas en línea y otras organizaciones han elaborado códigos éticos para periodista. Siendo así se han adquirido más de 400 códigos éticos para periodistas en todo el mundo, cuantiosos de ellos están disponibles en la base de datos del Accountable Journalism Site. El Código de Principios adoptado por la Federación Internacional de Periodistas (FIP) en 1954 fue considerado como una declaración universal sobre la ética en el periodismo. Según el Código de la FIP, los valores éticos del periodismo son la veracidad, independencia y necesidad de minimizar el perjuicio.

Otro código de ética que podemos mencionar y que tiene mucha influencia entre los periodistas es el que adoptó la Sociedad de Periodistas Profesionales (SPJ) en el año 2014, teniendo la sede en Estados Unidos. El código de Ética de la SPJ menciona en su preámbulo que “un periodista ético actúa con integridad” donde además dicho código tiene cuatro principios fundamentales que debe tener un periodista siendo el primero; buscar la verdad y reportarla, segundo; minimizar el daño, tercero; actuar de manera independiente y como cuarto; ser responsable y transparente. Estos principios se emplean en el periodismo tradicional, también como en las redes sociales actuales como You Tube,

Twitter, LinkedIn, Facebook e Instagram, siendo que estos códigos de periodistas acogen principios y valores similares se aplican de manera mundial, (UNODC, 2019).

1.2.2. Contexto Nacional

Los países del continente iberoamericano hasta el año 2017 cumplieron con el código deontológico para la actividad periodística a nivel nacional siendo así que cada uno cumple con pequeños requerimientos para ejecutar un buen ejercicio profesional.

El código de ética periodística en el Ecuador, fue aprobado por el Comité Ejecutivo Nacional de la Federación de periodistas del Ecuador, teniendo lugar en la ciudad de Cuenca en el año de 1978 el cual se trataba de un escrito netamente oficial en el que se refiere en forma de artículos los puntos que todo periodista debe cumplir dentro del terreno ecuatoriano.

En el mes de junio del año 2003 se estableció una nueva ley orgánica de comunicación para el territorio ecuatoriano, esto en el gobierno del expresidente Rafael Correa Delgado. Este documento legal se publicó con 117 artículos, los que asociaban los conceptos y las características de los roles profesionales en la actividad periodística. (Herrera, 2022).

1.2.3. Contexto Local

En la ciudad de Quevedo, los medios digitales existentes y que son más renombrados en la localidad mayormente incurren en el plagio puesto que solo realizan un copia y pega de información sin realizar una redacción propia y es ahí donde están propensos a presentar una noticia con faltas ortográficas, una situación que no es permitido ni bien visto por los ciudadanos por parte de los medios de comunicación, existiendo de esta manera una falta de ética debido a que el trabajo periodístico no está realizado completamente por el profesional responsable de dicha información.

1.2.4. Contexto Institucional

Los medios de comunicación social del Cantón ante el papel de la ética profesional deben tener responsabilidad social ante la ciudadanía, puesto que es su deber al momento de realizar su trabajo como medios periodísticos en el instante que se divulga la información sin embargo en muchas ocasiones esto no sucede debido a que el mayor y evidente error es la falta de revisión informativa, de redacción y expresiones al utilizar causando esto tener una falta de responsabilidad para con la sociedad.

1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Los medios de comunicación digitales y los profesionales de la información cada día están más desamparados aun así cuando es difícil trabajar en una sociedad que no tiene un completo acceso a la información, y esto es que, aunque se tenga una libertad de prensa esto no necesariamente garantiza que se obtenga una libre expresión, menos que el derecho a la información sea de total satisfacción.

Los canales informativos necesitan obedecer su función social, caso contrario corren el riesgo de desaparecer o a su vez de no restaurar su función fundamental terminarían siendo un canal informativo con contenido de entretenimiento. Recuperar la autenticidad que aparentemente está perdida o al menos distorsionada tiene que ser el paso primordial para retornar la labor de los medios, esto con la finalidad de cumplir su función democratizadora, puesto que las sociedades actuales señaladas por la multiculturalidad, globalización y el tiempo dedicado a las tecnologías requiere totalmente ciudadanos informados y capaces de tomar decisiones.

Sin embargo tomando en cuenta que la redacción utilizada en medios periodísticos digitales no es igual que a la de los tradicionales en la digital pretenden utilizar un lenguaje más sencillo, poco profesional y llamativo al morbo para así atraer la atención de los internautas logran obtener más seguidores e interacciones que es lo que beneficia al medio digital sin embargo con estas acciones faltan a su ética profesional debido a que no ejecutan un trabajo bien diseñado debido a que se puede observar sus falencias en la redacción, falta de indagación periodística e incluso hasta réplicas de otros medios que han difundido la información faltando con todo esto a la responsabilidad social que deben tener.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.4.1. Problema General

¿Cómo la ética profesional en los medios de comunicación digital aporta a la responsabilidad social?

1.4.2. Problemas Específicos

➤ ¿De qué manera la ética profesional en los medios de comunicación influye en la responsabilidad social del cantón Quevedo?

➤ ¿Cómo identificar si los medios de comunicación digitales son profesionalmente éticos y cumplen con la responsabilidad social?

➤ ¿Cómo elaborando un modelo borrador de manual dirigido al colegio de periodista sobre la ética ayudará a que sea aplicado en los medios de comunicación de la ciudad de Quevedo?

1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El siguiente proyecto investigativo, se encuentra delimitado de la siguiente manera:

Delimitador espacial: El trabajo investigativo se realizará en la ciudad de Quevedo, perteneciente a la provincia de Los Ríos.

Área: Zona Urbana

Campo: Evaluativo

Línea de investigación de la Universidad: Educación y Sociedad.

Línea de investigación de la facultad: Comunicación Intercultural y Participativa.

Línea de investigación de la carrera: Comunicación, Lenguaje y Estilos Periodísticos.

Sub-Línea de investigación: Comunicación y su relación con grupos humanos: géneros, grupos vulnerables e interculturales.

Delimitador temporal: Esta investigación se efectuará en el año 2022.

Delimitador demográfico: Los beneficiarios directos de la presente investigación serán los ciudadanos del Cantón Quevedo.

1.6. JUSTIFICACIÓN

Con esta investigación se pretende identificar los correctos tipos de ética profesional y que sean de total utilidad para los medios digitales, así obtengan una total responsabilidad social puesto que esto crearía una buena y confiable imagen sobre el canal informativo ante los ciudadanos tanto así que podría ser considerado un medio comunicador verídico.

La siguiente investigación se la realizará con el objetivo de analizar el aporte que la ética profesional tiene en los medios de comunicación digital y la responsabilidad social que esto conlleva en el cantón Quevedo, debido que a simple vista se puede apreciar que los medios digitales carecen de deontología al momento de hacer públicas las informaciones.

Siendo de esta manera beneficiados los ciudadanos Quevedeños en vista que a través de sus dispositivos electrónicos y redes sociales podrán consumir información verificada y con la completa confianza que será un dato verás sobre los últimos acontecimientos tanto del territorio local como a nivel nacional y a su vez poder realizar una difusión con confianza donde más personas logren ser informadas.

1.7. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1. Objetivo General

Analizar el aporte de la ética profesional en los medios de comunicación digital y su responsabilidad social.

1.7.2. Objetivos Específicos

- Investigar la ética profesional en los medios de comunicación digital y la responsabilidad social.
- Identificar si los medios de comunicación digitales son profesionalmente éticos y cumplen con la responsabilidad social.
- Elaborar un modelo borrador de manual dirigido al colegio de periodista sobre la ética el cual sea aplicado en los medios de comunicación de la ciudad de Quevedo.

2. CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Marco Conceptual

2.1.1.1.Ética Profesional

La ética profesional se basa en la indagación, hallazgo y aplicación de principios y valores imperiosos de la sociedad profesional, dichos ideales deben formar parte de la ética universal, la que se la ha determinado como la ciencia del hombre. En este sentido la ética profesional se la puede entender como la completa capacidad de desempeñar la profesión, y así permite adecuar la labor profesional a la singular dignidad humana tanto en su aspecto personal como social. En el ámbito individual cada experto se edifica a sí mismo y en lo social aporta a la elaboración de la “identidad” de la población profesional. (Phielipp, 2020)

2.1.1.2. La importancia de la formación ética

Aunque en nuestra sociedad es necesario tener reglamentos éticos, esto no es suficiente, la labor profesional posee principios éticos sociales las cuales deben respetar las normas éticas que garanticen resultados duraderos y honestos a favor de la comunidad. La comunidad actual está básicamente estructurada en una variedad de categorías profesionales donde el suceso de ejercicio y motivación que estimulan la actividad profesional no puedan ser consideradas asuntos meramente privados.

La labor de cada persona tiene un principio ético – social, donde se debe considerar las normas morales que afirmen los resultados honestos y duraderos en bien de la comunidad, y no deben ser apreciados solamente con perspectiva de eficiencia técnica e interés personal. Por consecuente es primordial engrandecer la educación profesional universitaria con contenidos éticos. Siendo esta la formación permanente además de empezar a fortificar las conciencias de los ya inmersos en el campo profesional. (Phielipp, 2020)

2.1.1.3. La eticidad

La eticidad es la raíz de toda ética y moralidad, ya que expresa los valores, costumbres y normas morales que rigen la vida de los individuos en determinada sociedad y es desarrollada por los seres humanos a lo largo de su vida como resultado de sus relaciones sociales, donde aprenden normas de respeto a los demás y así mismo, que es

educadas por la familia y la sociedad. De estas definiciones también se puede inferir que, desde las concepciones filosóficas desarrolladas por la cultura clásica griega, ya era utilizada esta categoría. (Sampredo, 2019)

2.1.1.4. La moral

La moral es el conjunto de valores y reglas definidas por determinado grupo o cultura, que es común a todos sus miembros. Siendo así, la moral es la que define cómo las personas deben comportarse en el medio social, Estas costumbres guían los juicios de cada individuo sobre cómo actuar, muchas veces de manera inconsciente, de acuerdo con lo que fue previamente aceptado como norma entre determinado grupo.

Cuando hablamos de moral, las definiciones de lo que es correcto o incorrecto dependen del lugar donde el individuo se encuentra, de la tradición, la cultura, la educación y la vida cotidiana. Si una persona llega a tener un dilema moral sobre su forma de actuar, desafiando la moral establecida, puede encontrarse en un momento de reflexión ética sobre la moral de su sociedad.

La moral es un patrón externo que puede ser proporcionado por instituciones, grupos o por la cultura a la cual pertenece un individuo. También puede considerarse un sistema social o una estructura para un comportamiento aceptable, es muy consistente dentro de un determinado contexto, pero puede variar entre culturas o épocas. (Arrieta, 2018)

2.1.1.5. Periodismo y Ética

El periodismo sin la ética pierde de ser periodismo y se puede convertir en un anuncio, narración de ilustración o una información que no debió haber sido divulgada. Se podría decir que sin moralidad no existe un correcto periodismo, en ocasiones al no existir la ética puede que los textos no estén lejos de la realidad, pero sí que atenten hacia los derechos básicos de la población, como la potestad de la intimidad, buen nombre e imagen propia, además el periodismo sin ética es un trabajo inconsciente que destruye la función social para la sociedad.

El periodismo se mantiene por el interés y la confianza que existe en el público, y esta solo se puede conseguir al momento que se realiza un trabajo responsable. En primer lugar, hay que brindar una narración coherente en el que sea factible notar la verdad fundado en testimonio personal, en documentos o en relatos de fuentes fiables, además de una explicación con datos y acontecimientos dejando en claro de qué marco mentar se inicia. (Rodrigo & Cerqueira, 2019)

2.1.1.6. Los dilemas éticos del periodismo

Las normas de la ética normativa no consiguen prevenir la necesidad ni es su labor, que el periodista considere acerca de las condiciones de cada escenario en que se encuentren. Lo que ocasionan las normas es posibilitar las reglas normativas que el profesional debe utilizar en caso concreto y que a su vez le sirva de manual, los códigos deontológicos son escasamente indicaciones que no se terminan en la continua elaboración de destreza profesional.

Los inconvenientes éticos en la cobertura periodística no son lejanos a los intereses empresariales y políticos, presentes en los colosales conglomerados de recursos privados o en grupos públicos, con injerencias político-partidarias. Así, las agrupaciones con influencia comunicativa buscan los espacios para imponer sucesos, marcos mentales y relatos. Los silencios mediáticos son las principales planificaciones seguidas por las agrupaciones de poder que tienen incidencia en el trabajo periodístico.

Hoy en día las redes sociales se pueden transformar en un contrapeso importante a este control del acaecer por parte del poder. El periodismo tiene el desafío de coexistir con las redes sociales. El proceso vertical auténtico de difusión de informaciones periodísticas, exigido por los notables grupos de comunicación, detentadores de los medios de producción y divulgación, de las fuentes y “verdades absolutas y únicas”, pierde fuerza.

La sociedad tiene paso a diversas maneras de producción de contenidos periodísticos, desde el periodismo de investigación colaborativo seguido por el

periodismo social y finalmente el periodismo ciudadano que contribuyen con versiones diferentes y aportan otros puntos de vista, esto solo por mencionar unos ejemplos de comunicación alternativa. Los nuevos conductos de información además de extender la oferta de la producción del conocimiento producido por el periodismo, también admite que el lector y la audiencia tengan paso a las diversas versiones de los acontecimientos lo que implica una ineludible comparación de cobertura y encuadres.

Las redes sociales se han convertido por un lado en el canal principal de las fake news y así originar la posverdad. Por otro lado, son una opción a la comunicación que se gesta en los distintos centros de poder económico, político o comunicacional los cuales consienten la contrastación de la información que se difunde desde esos centros. Es así como por medio de Twitter o YouTube los ciudadanos logran poner en conocimiento sucesos que en ocasiones no son aceptados por los medios tradicionales. Internet de igual forma permite denunciar las mentiras de los políticos al momento de comprobar sus afirmaciones con la realidad. (Rodrigo & Cerqueira, 2019)

2.1.1.7. La responsabilidad social

La responsabilidad social se expresa en prácticas que evidencian conciencia de las implicaciones éticas del quehacer humano y organizacional, mostrando apertura y sensibilidad hacia el entorno, trabajo por el bien común, y construcción de confianza. El quehacer periodístico tiene evidentes implicaciones éticas en la construcción de información, no sólo porque ella es en sí misma un bien común, sino, además, un derecho humano y sustento del sistema democrático.

En ese sentido, el propósito principal del periodismo es proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos, bajo el entendido que la democracia va más allá de procesos electorales para el mantenimiento de mecanismos representativos y que la ciudadanía debe cogobernar a través de su participación.

El periodismo, en el marco del fortalecimiento de la democracia, tiene la responsabilidad de proporcionar información veraz y oportuna y, al mismo tiempo, de modelar valores y prácticas fundamentales que sustentan el sistema democrático:

transparencia, rendición de cuentas, participación, pluralidad y respeto a los derechos humanos, entre otros. Para ello, este sistema debe desarrollar un periodismo que trascienda la calidad periodística que es su razón primaria de ser y se consustancie con estos valores. Ello implica educar y dar el ejemplo a sus lectores, quiénes son los propietarios del medio, su línea editorial y alcance; asumiendo sus errores y facilitando su corrección; promoviendo espacios de participación plural, entre otras cosas. (Carrasco, 2017)

2.1.1.8. Otro concepto de responsabilidad social

La responsabilidad social es el compromiso, obligación y deber que poseen los individuos, miembros de una sociedad o empresa de contribuir voluntariamente para alcanzar una sociedad más justa. Puede referirse a la actuación de un individuo (responsabilidad social individual) o de una agrupación de personas o una organización. Puede ser personal sobre el ejercicio de una actividad profesional.

El comunicador social debe saber escuchar, ser empático y poseer un gran compromiso ético, debe adaptarse a los cambios constantes y buscar capacitarse en diversos campos para entender en su conjunto el proceso de la comunicación de forma exitosa.

El comunicador, debe ser crítico con su trabajo en todos sentidos: redacción, estilo, información y un código ético. El respeto al lector y la forma de expresar la información siempre serán los principales códigos que deben ser considerados, la forma de exponer una noticia y mantener la objetividad sin poner de manifiesto las emociones propias para no generar reacciones impredecibles en el receptor. La labor de comunicar siempre debe considerar la sensibilidad del público y la intención comunicativa con que se expone un mensaje.

Nunca se debería difundir una noticia inexacta, errónea o falsa, por esta razón siempre deben verificar los datos y la fuente además de contrastar todo tipo de información que se vaya a transmitir por medios de comunicación como redes sociales.

La información debe ser expuesta al público con respeto, y responsabilidad, en forma objetiva, verificando, investigando, contrastando y analizando todos los datos en su contexto, pues el comunicador puede causar una reacción positiva o negativa en el público, causar pánico o reflexión, indignación, meditación, exacerbar o calmar los ánimos ya que el don de la palabra y la forma de exponerla es decisiva en todas las situaciones tanto en situaciones de presencialidad, virtual o en las plataformas de redes sociales, incluyendo el material digital a utilizarse, esto garantizará la imagen, reputación y credibilidad del comunicador social y de la empresa a la que representa, (Noboa & Vallejo, 2022).

2.1.1.9. Tipos de responsabilidad social

➤ Responsabilidad social empresarial

De acuerdo con el CEMEFI, la RSE, es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común.

Por lo tanto, la RSE es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad.

➤ Responsabilidad social ambiental

La RSA es una decisión ética hacia la ecología y el medio ambiente. Busca reducir o evitar el daño a otras especies y a la naturaleza. También, busca acciones en beneficio de las futuras generaciones, por las acciones o las no-acciones de otra persona o grupo.

En la RSA se incluyen acciones para ayudar a cuidar nuestro entorno como la regla de las 3 rs y la regla de las 5 rs ecológicas para reducir basura y residuos. Aplicando

estas reglas correctamente podemos ayudar a reducir el calentamiento global y el cambio climático para prevenir desastres naturales.

➤ **Responsabilidad social universitaria**

La RSU es la respuesta de universidades para formar ciudadanos con acciones éticas con su entorno. Estas acciones deben generar ideas nuevas para ayudar a resolver problemas sociales y ambientales.

➤ **Responsabilidad social gubernamental**

La RSG es cuando el gobierno asegura y busca programas en beneficio de las mayorías, a través de su gestión. Lo anterior debe derivar en leyes y normas en el país que ayuden al bien de los ciudadanos.

➤ **Responsabilidad social individual**

La RSI es responder por las acciones propias, cumplir las obligaciones del rol que cada uno tiene en la sociedad; al mismo tiempo que estemos comprometidos y seamos respetuosos con nuestro prójimo y nuestro entorno familiar, social y mundial. (Moreno, 2019)

2.1.2. Marco Referencial sobre la problemática de investigación

2.1.2.1. Antecedentes investigativos

Los dilemas éticos del periodismo digital desde la perspectiva de los artículos del defensor del lector de El País.

El periodismo atraviesa un proceso de transformación que parece haber sumido al periodismo en una profunda crisis de paradigmas. Los periódicos dieron el salto a la web a mediados de los 90, y desde entonces han tenido que lidiar con muchos cambios y muchas incógnitas por despejar.

La migración de lectores a las ediciones digitales parece imparable. En España, a principios de 2015, el 29,1% de los españoles informaba en prensa escrita, frente al 62,4% en Internet, según el Estudio General de Medios. Las cifras comparadas con 2010 muestran que las lecturas de periódicos impresos han caído 9 puntos porcentuales en cinco años, mientras que las lecturas de medios digitales han aumentado 24 puntos porcentuales.

Aunque este cambio de audiencia requiere una migración de anunciantes, el mercado de la publicidad digital está creciendo significativamente, y cabe señalar que los diarios españoles han condenado este cambio de lectores a las ediciones digitales sin la correspondiente migración de publicidad. Si a eso le sumamos que existe una cultura de lo gratuito que impera en Internet, y que esto no se compagina fácilmente con un periodismo de calidad, se hace evidente la situación incierta que amenaza al periodismo.

Además de cambiar los modelos económicos, Internet ha obligado a los periódicos a pasar a nuevos modelos de producción en los que se han incorporado nuevas reglas de comunicación y se ha ampliado significativamente la oferta de productos interactivos. Los periódicos están encontrando nuevas formas de difundir noticias, y las redes sociales se han convertido en una fuente de tráfico especialmente relevante para ellos.

Este cambio en los productos de noticias crea nuevos problemas. El punto principal es la necesidad de buscar la viabilidad del periodismo, ya que la independencia económica parece ser una de las mejores armas contra las diversas presiones sobre el periodismo. Si bien abordar este tema puede ser clave para abordar la encrucijada en la que se encuentra el periodismo, existen otros problemas, como la necesidad de adaptar los estándares éticos y estéticos del periodismo al nuevo entorno digital, que también deben abordarse con urgencia con las nuevas oportunidades que presenta la web, pero también trae nuevos desafíos morales.

El objetivo principal de este trabajo es aproximar los dilemas éticos que enfrentan los diarios tradicionales en el desarrollo del periodismo digital. Para identificar estos temas, analizamos artículos del Defensor del Lector, en los que se mostraba influyendo en la edición digital del periódico.

El desarrollo de las ediciones digitales ha cambiado la forma de trabajar de los periodistas. Los procesos de producción se han flexibilizado, la inmediatez se ha convertido en el valor primordial y la rapidez con la que se trabaja deja una huella que los lectores no pasarán por alto. Hay evidencia de que entre 2010 y 2012, los textos de la Defensoría del Pueblo abordaron cada vez más temas relacionados con errores de información, faltas de ortografía, titulares engañosos o información registrada indebidamente en las ediciones digitales de los periódicos, tendencia que en 2010 alcanzó el nivel más alto de la historia hasta 2012.

Desde el espacio del defensor del lector, en respuesta a las quejas recibidas, se reconoce que las ediciones digitales son más propensas a errores que las ediciones impresas. La presencia de los editores parece estar minimizada en las ediciones en línea de los periódicos, y las bibliografías académicas así lo demuestran como siempre en los periódicos digitales.

Como concluye esta investigación, las versiones digitales de los periódicos están ganando protagonismo en los artículos de la Defensoría del Pueblo. Este crecimiento no solo está relacionado con el aumento de audiencia de la edición digital del periódico, sino también con la creación del blog Reader Defender. Un espacio para acercar esta figura a la audiencia digital y atenderla mejor, ya que los problemas con la versión digital a lo largo de los años no han sido responsabilidad del Defensor del Lector.

En los artículos analizados se aprecia un perfil pedagógico que defiende claramente la cultura del periodismo. Desde el punto de vista de la producción, los cambios que trae consigo el periodismo digital, además de las temáticas específicas del texto, son el eje central para el análisis del texto. Estos artículos no solo arrojan luz sobre los problemas y tensiones a los que se enfrentan los diarios en el ámbito digital, sino que también marcan la línea a seguir en materia de autorregulación, (Santín, 2017).

2.1.3. Postura teórica

Rhodes define la ética como la exploración sistemática de preguntas acerca de cómo debemos actuar en relación con los demás. Un concepto relacionado es la sensibilidad ética, que se refiere a la conciencia que tiene un individuo y, por extensión, una organización de que sus acciones pueden afectar al bienestar de los demás. Así pues, el concepto de ética implica lo siguiente: primero determinar si las opciones tecnológicas afectan negativamente a otra persona, directa o indirectamente; segundo desarrollar un plan de acción ideal; tercero identificar los valores importantes asociados a cada situación; y cuarto llevar a la práctica una solución o un plan de acción concreto que se seguirá y evaluará.

Para Jonas, la responsabilidad debe ser el principio rector de la acción tecnológica, independientemente del ámbito y de la especialidad. Todo el mundo debe modular el uso de la tecnología teniendo en cuenta lo siguiente: primero el sentimiento de responsabilidad personal va más allá de la responsabilidad formal y legal, y enlaza con otros valores y principios morales; segundo uno es responsable de sus actos y de las consecuencias de sus actos; y tercero antes de actuar, uno siempre debe anticipar y prever los efectos de sus acciones. (Carrera, Gallardo, & González, 2017).

Diversos autores coinciden en señalar que la gestión de responsabilidad social implica varias cosas, entre ellas, que las empresas desarrollen una visión de futuro con la comunidad y la sociedad en general; que se promueva liderazgos internos para la mejora de la productividad y la movilización de recursos humanos. Estas acciones suelen coincidir con los procesos de construcción, transformación y movilización de comunidades líderes y agentes sociales propias del trabajo de la Psicología comunitaria.

La responsabilidad social es un compromiso que las empresas asumen por el bienestar del entorno social que las rodea. Este compromiso, lleva a las empresas a realizar acciones que eviten o mitiguen cualquier impacto negativo que sus operaciones puedan ocasionar sobre las personas, que habitan determinado espacio, y potenciar todos

los impactos positivos que una inversión trae a las áreas en que se desarrollan las operaciones, (Mori, 2019).

2.2. HIPÓTESIS

2.2.1. Hipótesis General

Se analizará el aporte de la ética profesional en los medios de comunicación digital se establecerá su responsabilidad social.

2.2.2. Hipótesis Específicas

- Se investigará si la ética profesional en los medios de comunicación digital mejorará la responsabilidad social.
- Se investigará si los medios de comunicación digitales son profesionalmente éticos optimizando la responsabilidad social.
- Se realizará un modelo borrador de manual dirigido al colegio de periodista sobre la ética el cual será aplicado en los medios de comunicación de la ciudad de Quevedo.

2.3. VARIABLES

2.3.1. Variable Independiente

Ética Profesional

2.3.2. Variable Dependiente

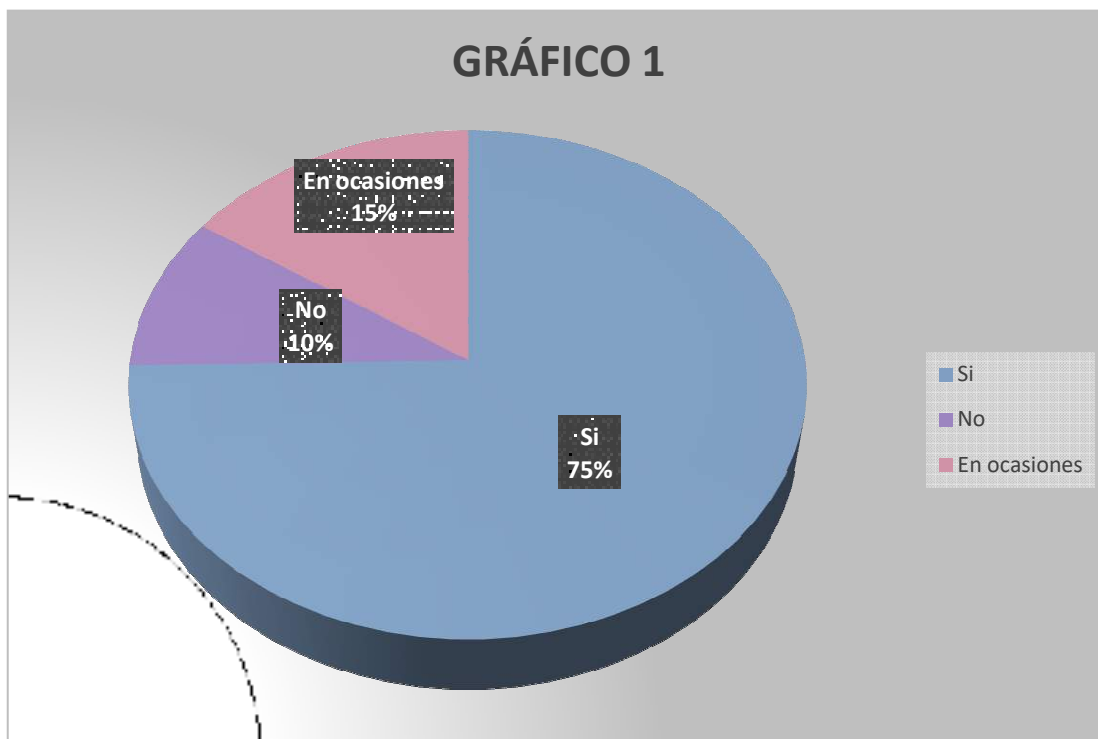
Responsabilidad Social

3. CAPÍTULO III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Resultados obtenidos de la investigación

1.- ¿Cuándo usted observa una información a través de un medio digital tiene la confianza que esa noticia fue verificada?

Ilustración 1: Gráfico # 1 de la encuesta

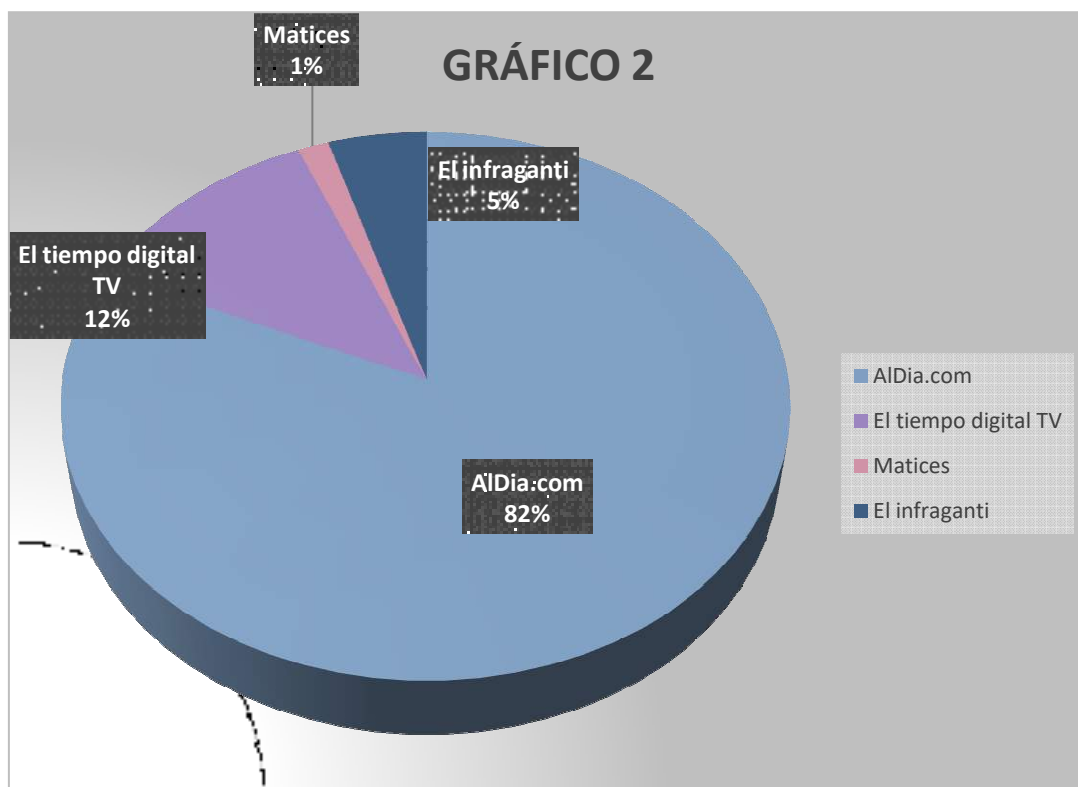


Análisis. – Mediante la encuesta realizada obtuvimos como respuesta que el 75% de los ciudadanos si tienen la confianza de que una información fue verificada al momento de su difusión, mientras que tan solo un 15% de personas en ocasiones poseen la seguridad y por último un 10% de individuos no tienen la confianza sobre los datos publicados.

Interpretación. – Ante las informaciones difundidas por parte de los medios digitales solo una tercera cuarta parte del total de encuestados manifestaron que si tienen la confianza que las noticias recibidas son totalmente verificadas mientras que el 15% mantiene sus dudas y un 10% da su no rotundo ante la verificación de los datos.

2.- De los siguientes medios digitales ¿Cuál considera usted tiene mayor credibilidad y responsabilidad social al momento de difundir una información?

Ilustración 2: Gráfico # 2 de la encuesta

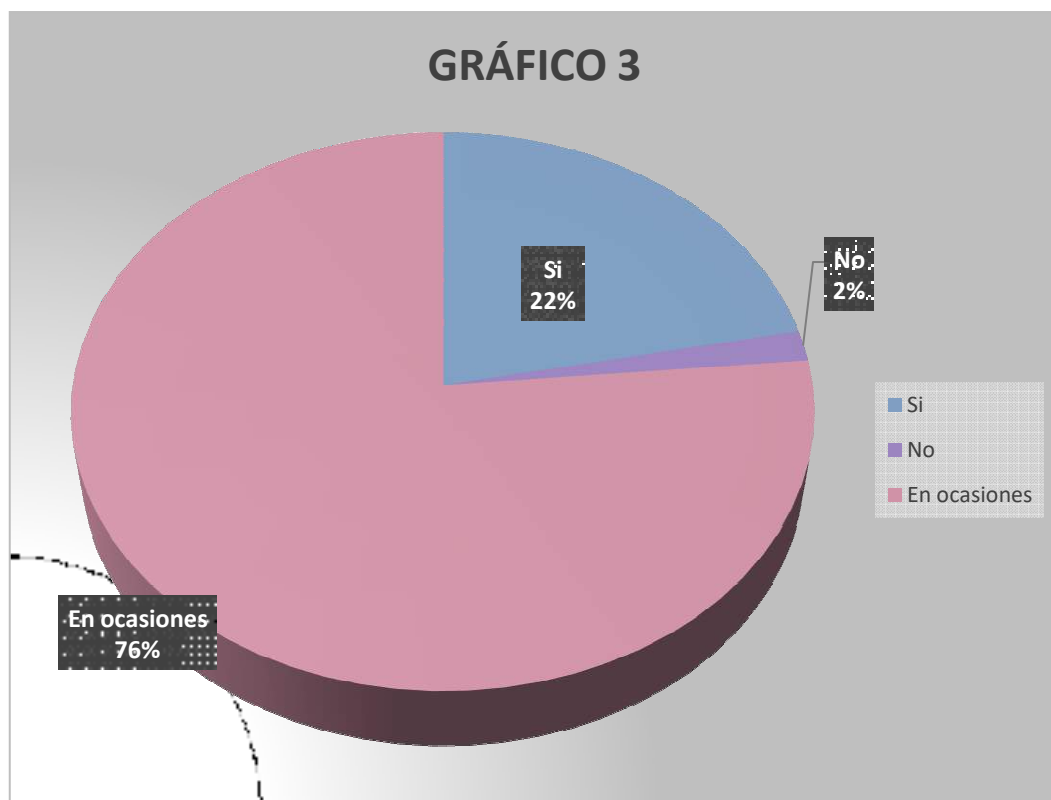


Análisis. – De los medios digitales más reconocidos de la localidad, los ciudadanos seleccionaron con un 82% al diario AIDia.com como el medio digital con mayor credibilidad y responsabilidad social, seguido del medio El tiempo digital TV con un porcentaje de 12%, luego El Infraganti con 19% y por último Matices con tan solo un 6%.

Interpretación. – Ante los diversos medios digitales existentes en la ciudad, los sujetos igual tienen su preferido y se lo pudo evidenciar en que el 82% del total de encuestados mencionaron al diario AIDia.com como el periódico digital con más credibilidad, quedando las otras opciones muy por debajo con porcentajes de 12%, 5% y por último 1%.

3.- ¿Considera usted que los reporteros tienen la debida responsabilidad y profesionalismo al momento de recabar la información?

Ilustración 3: Gráfico # 3 de la encuesta

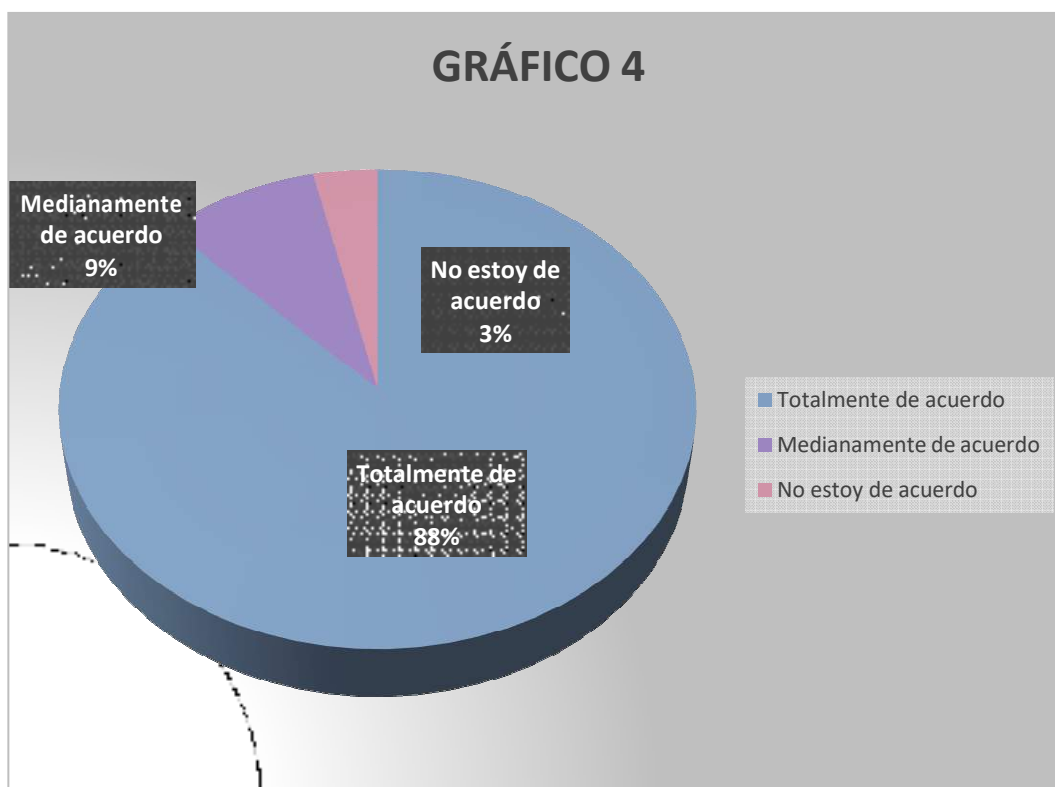


Análisis. – Ante el estudio realizado obtuvimos como respuestas de la ciudadanía que en ocasiones con un 76% los reporteros tienen responsabilidad y profesionalismo al recabar la información, seguido de un 22% con la opción de si y por último un 2% con un no.

Interpretación. – Los periodistas al momento de realizar las coberturas periodísticas para la ciudadanía no cumplen su rol como tal puesto que se dejan llevar e informan lo primero que ciertos ciudadanos manifiestan sin realizar su trabajo como tal.

4.- ¿Está de acuerdo en que exista una ley reguladora para la creación de páginas digitales informativas con la cual se controle que los representantes de dicha página sean titulados en ese campo profesional?

Ilustración 4: Gráfico # 4 de la encuesta

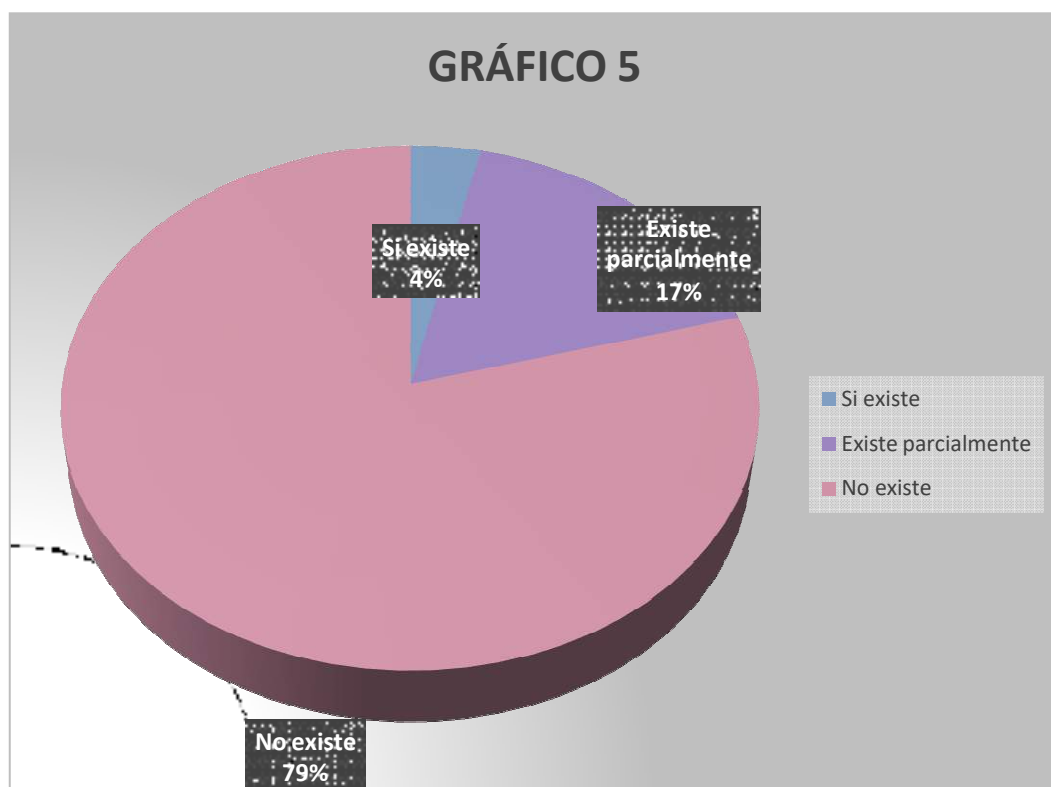


Análisis. – Ante la creación de una ley reguladora para los medios digitales la ciudadanía se manifestó con un totalmente de acuerdo teniendo un 88% de aceptación, seguido de un pequeño porcentaje del 9% en medianamente de acuerdo y un porcentaje mucho más inferior aun de 3% con un no estaban de acuerdo.

Interpretación. – Ante la necesidad existente en la ciudadanía sobre estar bien informados requieren de un control más minucioso y riguroso y de esta manera saber que las informaciones divulgadas las pueden observar y conocer con la confianza que amerita el caso porque serán datos totalmente reales.

5.- ¿Considera usted que existe total responsabilidad por parte del medio de comunicación digital al momento de difundir una información sin la revisión respectiva, existiendo en muchos casos falencias en su escritura lo cual puede llegar a cambiar la verdad de los hechos?

Ilustración 5: Gráfico # 5 de la encuesta

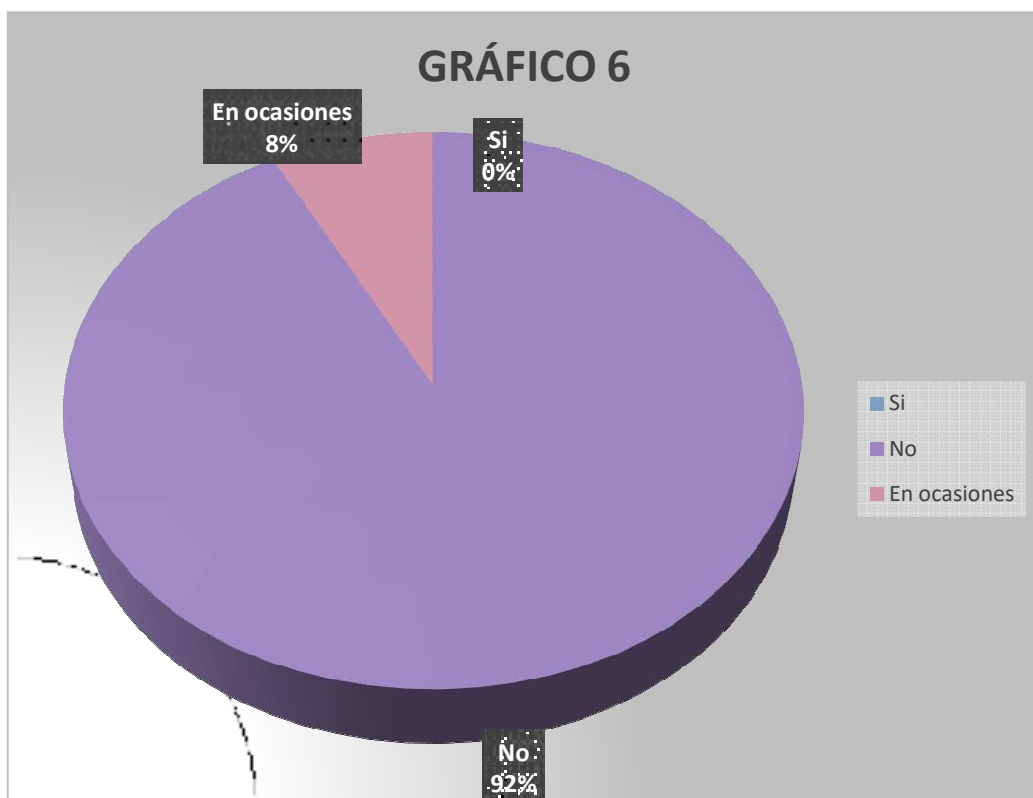


Análisis. – Es costumbre poder observar informaciones divulgadas por medios digitales reconocidos en la ciudad los cuales contengan faltas ortográficas por esto el 79% de la ciudadanía considera que no existe total responsabilidad por parte de estos periódicos digitales, mientras que por otra parte un 17% considera que existe parcialmente y por último un 4% manifiesta que si existe.

Interpretación. – La ciudadanía observa todo por esto es importante la revisión exhaustiva y minuciosa debido a que en esta interrogante la mayor cantidad de individuos manifiestan que no existe la responsabilidad social y esto perjudica a los medios.

6.- ¿Está de acuerdo en que los medios digitales difundan una información sin antes tener la total certeza de los acontecimientos?

Ilustración 6: Gráfico # 6 de la encuesta

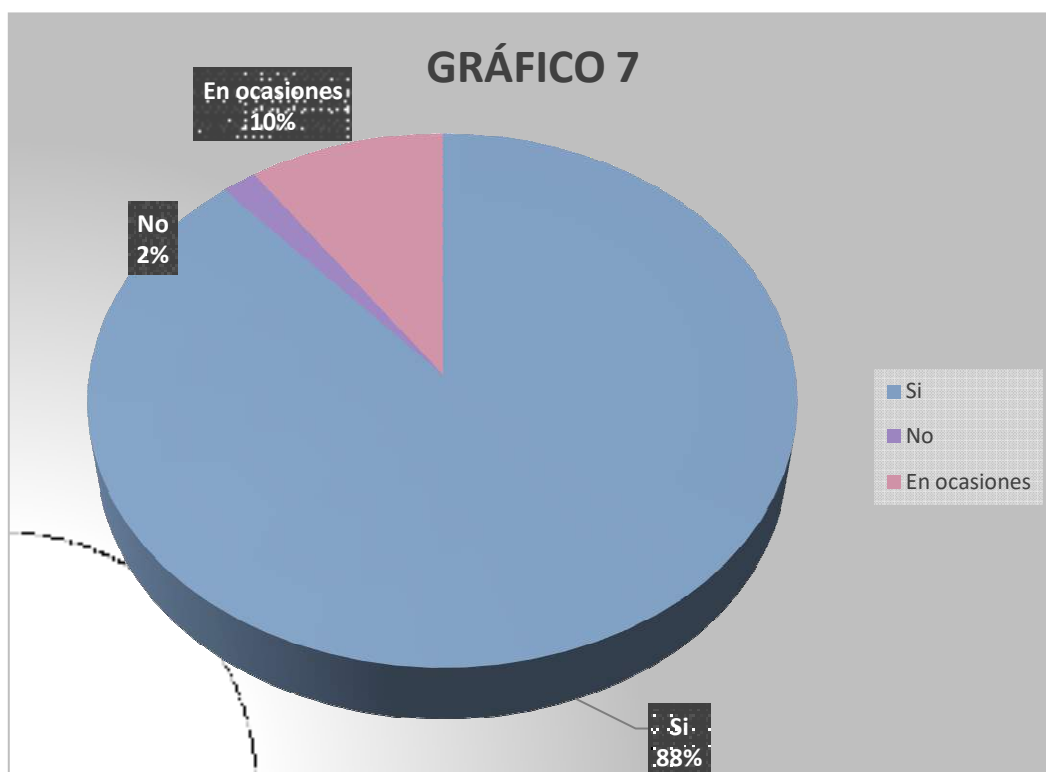


Análisis. – Ante las varias noticias que puedan circular en los medios digitales un 92% del total de nuestros encuestados manifiestan que no están de acuerdo que se difunda información sin antes tener la total certeza de los acontecimientos, mientras que un 8% considera una buena opción en ocasiones.

Interpretación. – La necesidad de estar bien informados hace que se rechace totalmente la divulgación de información sin antes tener conocimiento pleno de los hechos y esto se refleja en el 92% de los ciudadanos encuestados que lo manifiestan.

7.- En esta época donde los valores no son tomados con la importancia que se merecen por parte de la sociedad ¿Considera usted se debe censurar información relacionada a la sexualidad, droga y violencia?

Ilustración 7: Gráfico # 7 de la encuesta

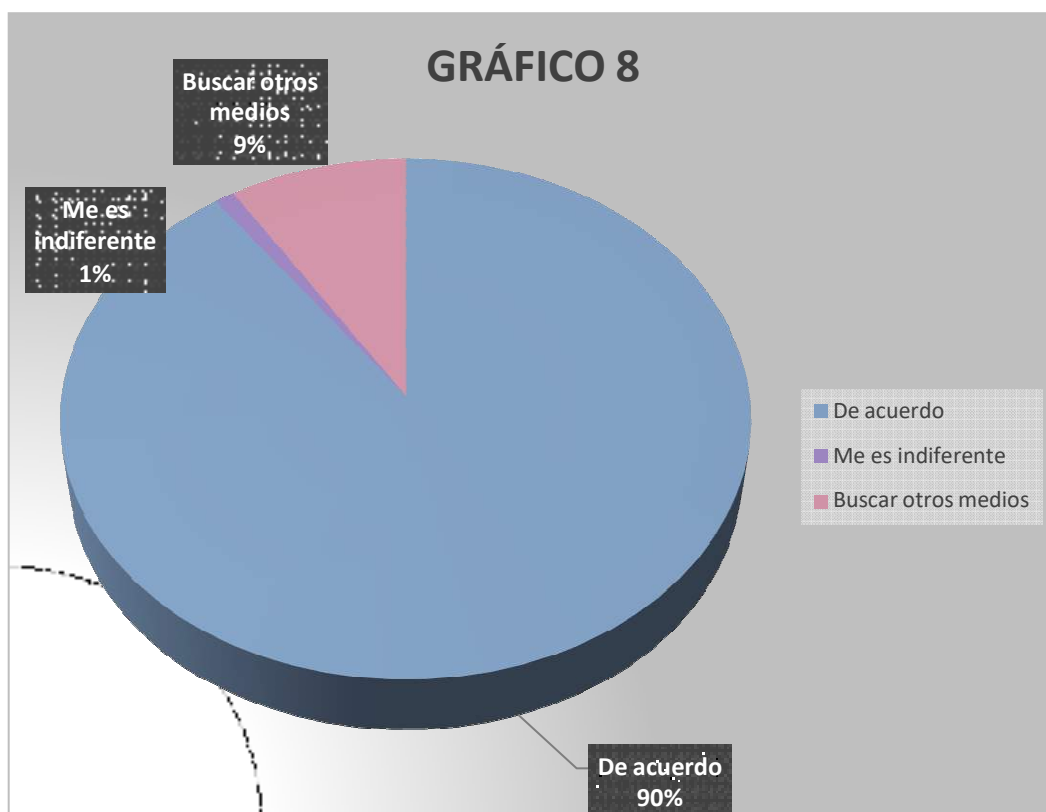


Análisis. – Los valores éticos deben prevalecer más aun cuando están en juego seguir pasando de generación en generación estas costumbres por esto el 88% de los encuestados consideran que, si se debe censurar la información relacionada a la sexualidad, droga y violencia, mientras que un 10% considera que en ocasiones y tan solo un 2% manifiesta que no se lo debe realizar.

Interpretación. – El preservar los valores en los adolescentes y así crear hombres y mujeres de bien es lo importante para la sociedad por eso la ciudadanía considera adecuado el censurar información que pueda causar daño a los infantiles.

8.- ¿Considera usted se deba iniciar una campaña utilizando las páginas informativas digitales para la divulgación de información relacionada a los rescates de valores y culturización dirigida a los niños, jóvenes y adultos?

Ilustración 8: Gráfico # 8 de la encuesta

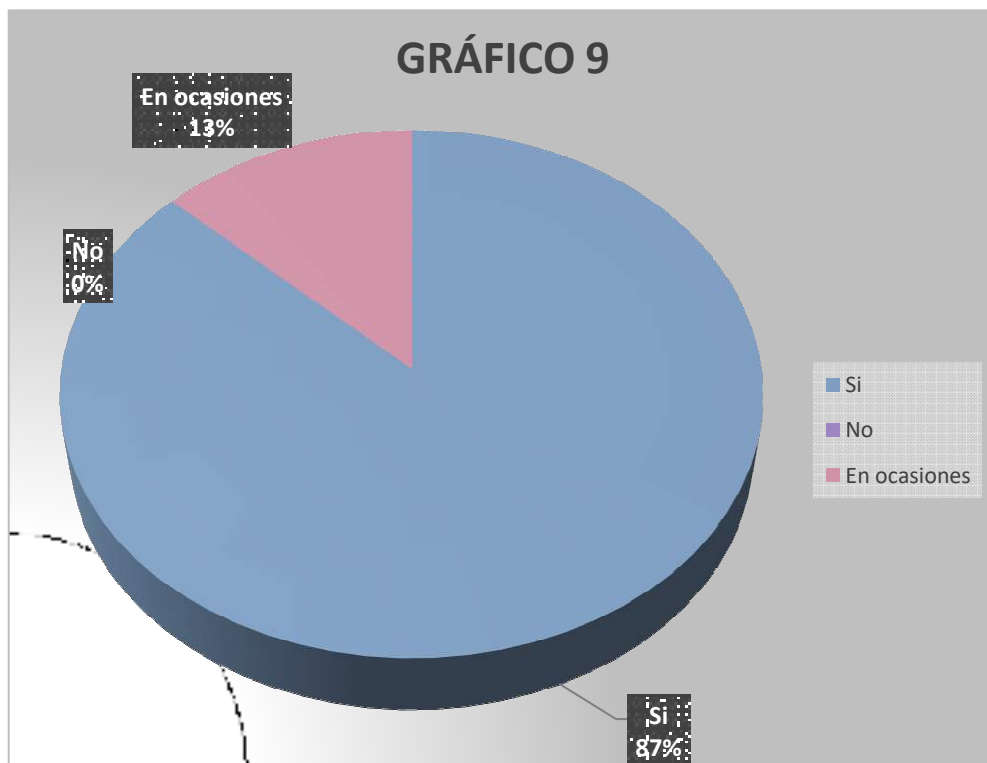


Análisis. – Toda información verás es bien aceptada por los ciudadanos por esto un 90% de aquellos está de acuerdo en realizar una campaña sobre los rescates de valores y culturalización la cual sea dirigida a niños, jóvenes y adultos, un 9% considera buscar otros medios y tan solo un 1% le fue indiferente la propuesta.

Interpretación. –El brindar información sobre valores y culturalización es relevante por esto un 90% de la ciudadanía encuesta está de acuerdo se utilicen las páginas informativas para brindar estos datos.

9.- ¿Los periodistas de los medios digitales están obligados a el enriquecimiento de su léxico y así brindar información coherente a los ciudadanos?

Ilustración 9: Gráfico # 9 de la encuesta

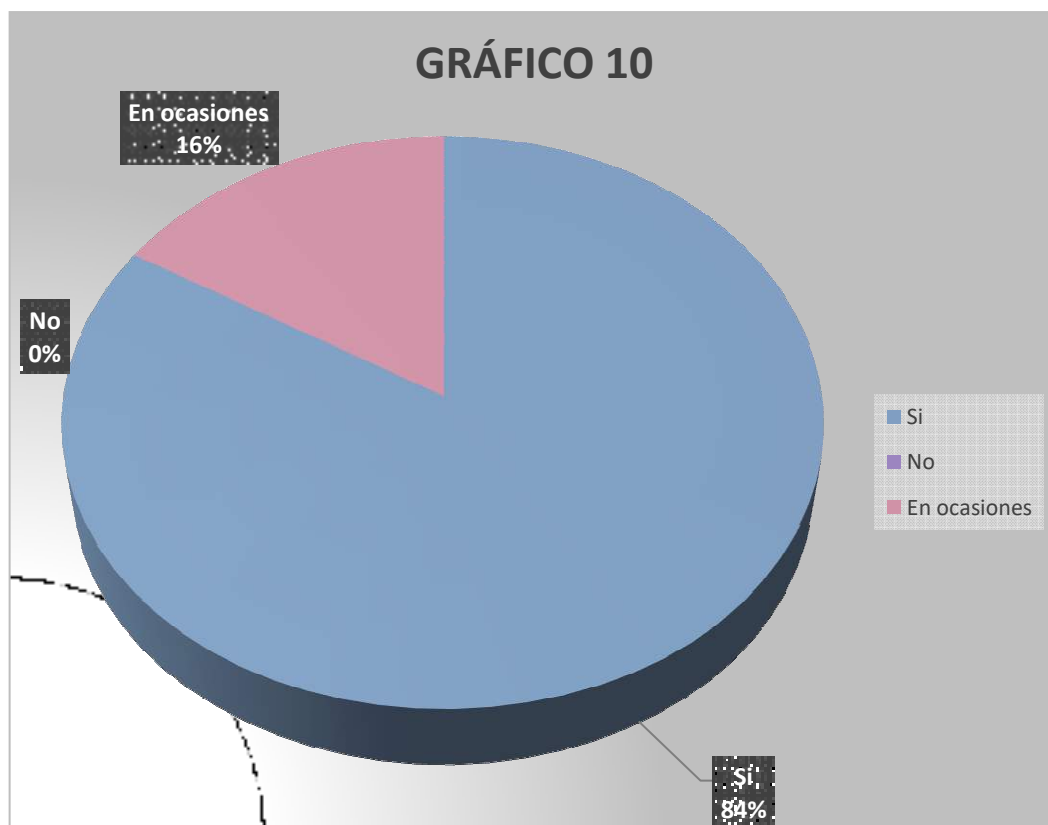


Análisis. – La adquisición de conocimientos nunca está de más por esto un 87% de los ciudadanos consideran que los periodistas si deben enriquecer su léxico y así poder brindar información clara a las personas, un 13% considera que en ocasiones debe aplicar esta obligación.

Interpretación. – La coherencia, entendimiento y buena información es una excelente carta de presentación para un periodista por esto es necesario el aprendizaje constante en el mismo.

10.- ¿Cree usted que los periodistas son totalmente éticos al momento de recopilar la información a difundir?

Ilustración 10: Gráfico # 10 de la encuesta



Análisis. – La ética es lo que caracteriza a un buen periodista ante esto un 84% de los ciudadanos consideran que los comunicadores si son profesionales éticos al momento de recopilar una información esto manifiestan lo pueden presenciar en las transmisiones en vivo que realizan, seguido de un 16% que considera lo son en ocasiones.

Interpretación. – La ética en la recopilación de información noticiosa es fundamental puesto de esa manera atraemos más internautas y la noticia ogra ser difundida en mayor cantidad.

3.2. Conclusiones General y Específicas

3.2.1. Conclusión General

La ética profesional tanto en los periodistas como en los medios de comunicación digital son de vital importancia puesto que serán la carta de presentación de estos dos individuos, su aporte para con ellos es crear el lazo de credibilidad que existe entre el internauta y el medio que difunde las informaciones además de hacer cumplir la responsabilidad social a través de una información verás.

3.2.2. Conclusiones Específicas

- Ante la definición encontrada podemos decir que la ética profesional es los accionares individuales de cada persona o en este caso cada profesional, si lo direccionamos a los comunicadores encargados de brindar información verificada su trabajo y ética profesional es la de difundir datos reales los cuales serán de utilidad para los ciudadanos.
- Ante las respuestas obtenidas por los encuestados logramos encontrar que los medios digitales en ciertas ocasiones y ámbitos no logran ser profesionalmente éticos ni cumplen con la responsabilidad social, puesto que en estos ámbitos también se incluye la redacción que presenten al público y esta en su mayoría de veces tiene falencias debido a que existen faltas ortográficas y esto puede llegar a cambiar el sentido de la información.
- La realización de un modelo borrador de manual dirigido al colegio de periodistas sobre la ética con información oportuna y relevante ayudaría a que los periodistas tomen más enserio su trabajo además de ser cuidadosos, detallistas y observadores, al momento de ejecutar su trabajo.

3.3. Recomendaciones General y Especificas

3.3.1. Recomendación General

Ante la importancia de la ética profesional en el ámbito de la comunicación se recomienda la práctica constante de estos valores puesto que será la forma en que el periodista será reconocido.

3.3.2. Recomendaciones Específicas

- Se recomienda la utilización constante de la ética profesional debido que será la manera en que los internautas tengan preferencia por el medio digital donde laboran.
- Se sugiere la revisión minuciosa de la información a ser difundida y así no brindar contenidos que puedan cambiar la realidad de los hechos.
- Se recomienda tomar en consideración la información del manual puesto que les ayudará a ser tomar conciencia sobre el trabajo realizado.

4. CAPÍTULO VI. - PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN

4.1. Propuesta de aplicación de resultados

4.1.1. Alternativa obtenida

Al culminar esta investigación se pudo comprobar que la ética profesional si es un factor importante para los periodistas y los medios de comunicación digital además para su responsabilidad social para con la ciudadanía a través de las informaciones difundidas.

Elaborar un modelo borrador de manual dirigido al colegio de periodista sobre la ética el cual sea aplicado en los medios de comunicación de la ciudad de Quevedo.

La realización de la propuesta de un modelo borrador de manual el cual contenga información oportuna y relevante sobre la ética profesional y la responsabilidad social ayudarán a mejorar su labor diaria como comunicadores y así poder brindar noticias veraces, oportunas y relevantes para la ciudadanía.

4.1.2. Alcance de la alternativa

Luego de la investigación realizada logramos interpretar que se requiere de la divulgación de información hacia los comunicadores sobre la importancia de la ética profesional y la responsabilidad, dos ámbitos muy importantes que se deben desempeñar correctamente en el rol de comunicadores.

4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa

4.1.3.1. Antecedentes

La ética profesional comprende en el comportamiento y valores de cada individuo, pero estas puestas en el campo laboral debido a que muchas veces cada persona no actúa de la manera correcta en que lo tiene que hacer deben al igual que en la vida personal y como ciudadanos comunes existir leyes, reglas o departamentos reguladores que sancionen en el caso de cometer algún acto indebido teniendo este de alguna manera su sanción correspondiente.

Los valores deben realizarse en el desempeño laboral y estos ser transmitidos a los demás si se encuentran en un grupo de trabajo puesto que de esta forma se lograrán

convertir en profesionales cotizados para las empresas del medio, además de conseguir el reconocimiento merecido por la excelencia reflejado en sus trabajos realizados, (Carabante, 2019).

4.1.3.2. JUSTIFICACIÓN

La siguiente propuesta va dirigida a los periodistas de la Ciudad de Quevedo con el fin de recordarles o recalcarles la importancia de la ética profesional y la responsabilidad social que ellos tienen para con la ciudadanía debido que la divulgación de una información clara, coherente y exacta es la obligación de ellos como responsables de brindar datos noticiosos.

Esta propuesta se basa en la realización de un modelo borrador de manual y la difusión del mismo el cual se dirige a los periodistas con información relevante y de mucha utilidad para ellos puesto que los ciudadanos consideran que en ocasiones los profesionales no tienen estas cualidades y en ocasiones suelen incurrir en la desinformación a causa de no realizar bien su labor.

El resultado deseado es concientizar a los comunicadores para la realización de un trabajo excelente en el cual sean beneficiados tanto los profesionales como la ciudadanía en general a través de noticias bien elaboradas, sin faltas de ortografía ni redundancias, menos redacciones incoherentes las cuales lleguen a confundir a los lectores.

4.1.4. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA

El buen comunicador
no nace, sino que se
hace. Trabajar estos
puntos te ayudarán a
mejorar las relaciones
personales y
profesionales.

Organización

Elaborado por:
Tatiana Zambreno
Estudiante de la Universidad Técnica de Bolívar
Ejecución: Quevedo



debe transmitirse en todas las formas de comunicación, por ejemplo, llamadas telefónicas, emails o WhatsApps.

En una llamada debemos evitar las distracciones y hacer sentir a la persona que estamos escuchando en la conversación evitando acciones como comer, hablar con otros compañeros mientras estamos al teléfono, estar silencioso o pausas muy largas, etc. A veces basta con un "ajá" para que la persona sienta que está siendo escuchado. De igual forma en un correo electrónico, WhatsApp, note, etc. es imprescindible transmitir respeto. Para ello debemos saludar y despedirnos y redactar el mensaje mostrando que le has tomado su tiempo para hacer llegar el mensaje de forma adecuada; si el mensaje que escribes es confuso o está mal redactado la persona receptora pensará que no la respetas lo suficiente como para dedicarle el tiempo necesario.

Elegir el medio adecuado

En el trabajo debemos ser reflexivos y saber qué forma de comunicación utilizar en cada momento. Debemos tener en cuenta nos queremos dirigir y sobre qué queremos hablar. Para conversaciones serias como por ejemplo negociar un aumento de salario lo adecuado es hacerlo en persona. Si nos queremos dirigir a una persona muy ocupada, como puede ser el jefe, probablemente el medio más adecuado es a través del email para no interrumpir su trabajo.

Mente abierta



Los conflictos y discrepancias son inevitables en cualquier relación personal y laboral. Saber actuar y manejar estas situaciones de una forma sana es esencial para que las relaciones funcionen. Es necesario

saber afrontar conflictos y enfrentarnos a ellos; si los evitamos terminarán por enquistarse lo que provocará resentimientos y mal estar. Para que esto no suceda debemos ser conscientes de que puede haber diferentes puntos de vista sobre un mismo hecho y los debemos escuchar sin juzgar inmediatamente. Es fundamental respetar todas las opiniones y para ello mantener la mente abierta y flexible favorecerá tener conversaciones más honestas y productivas. Para ello debemos adoptar una actitud calmada, no defensiva y respetuosa comunicando nuestras opciones de forma que las otras personas no se sientan atacadas.

Respeto

Todas las opiniones, creencias, ideas y valores deben de ser respetados. A todos nos gusta que nos respete, pero para que esto suceda también debemos respetar a los demás. Todos los puntos que hemos nombrado anteriormente tienen como base el respeto: escuchar activamente, mantener el contacto visual, ser empático, etc. demuestran que respetamos y nos interesamos por los demás. El respeto

Tabla de contenido

Introducción	pág. 4
Lenguaje verbal	pág. 5
Escucha activa	pág. 6
Empatía	pág. 6
Amabilidad	pág. 7
Comentarios positivos	pág. 7
Comunicación escrita	pág. 8
Comunicación no verbal	pág. 9
Confianza	pág. 9
Mente abierta	pág. 10
Respeto	pág. 10
Elegir el medio adecuado	pág. 11

INTRODUCCIÓN

La comunicación es la base para crear relaciones ya sean de ámbito personal como profesional. La capacidad de comunicarse forma parte de las habilidades sociales que nos permiten desenvolverse de forma eficaz y natural con otras personas. Por eso, ser un buen comunicador favorece la integración y aceptación tanto en grupos sociales como laborales y ayuda a reforzar la autoestima y confianza de la persona. Las personas con grandes habilidades sociales poseen mayor seguridad y saben comunicarse de manera asertiva, esto quiere decir, que sabe cómo defender su opinión y punto de vista respetando las opiniones de las otras personas.

Es imprescindible que las habilidades de comunicación queden reflejadas en el currículum y en la carta de presentación, para ello se debe cuidar el vocabulario y la redacción, así como resaltarlo en el apartado "sobre mí" donde enumeramos nuestras aptitudes. Los profesionales de recursos humanos buscan perfiles con fuertes habilidades sociales y son las entrevistas de trabajo el escenario perfecto para demostrar que somos buenos comunicadores. Una vez contratados tendremos la oportunidad de seguir potenciando estas habilidades con compañeros y superiores.

Comunicación no verbal



Llegar a controlar la comunicación no verbal requiere de trabajo y auto-control. Nuestro cuerpo reacciona de forma involuntaria a ciertos estímulos, por ejemplo, si algo huele mal es casi imposible poner una cara neutra en vez de una que muestre que ese olor nos produce repugnancia. De igual manera, ante una situación o pregunta que nos resulta incómoda o con la que no estamos de acuerdo es muy probable que cruceamos los brazos o adoptemos una postura defensiva de manera inconsciente, o si ocultamos algo evitemos el contacto visual. Si queremos transmitir que estamos receptivos debemos mostrar una postura relajada y no realizar gestos bruscos. También es importante analizar al interlocutor para conocer las señales no verbales que transmite.

Confianza

La confianza hay que generarla y transmitirla. Se transmite utilizando simples recursos como mantener un tono firme y seguro que no tenga connotaciones dubitativas o las frases suenen a pregunta en vez de a afirmación. Para mostrar confianza también es importante mantener el contacto visual porque ayudará a reforzar el mensaje. Hay que remarcar que mostrar confianza no es ser arrogante o agresivo, sino es mantenerse firme pero amigable ante una opinión.

Comunicación escrita



Dominar la comunicación escrita es cada vez más necesario dado que las nuevas tecnologías han incrementado esta manera de interactuar y también gracias a los nuevos modelos de empresa más globalizados. Los correos electrónicos, redes sociales, contenidos web, reviews, WhatsApp, etc.

forman parte de nuestra vida cotidiana y es muy importante cuidar la imagen que transmitimos a través de estos medios. En anteriores blogs hemos comentado que cada día es más frecuente que los reclutadores investiguen el perfil de las redes sociales de los candidatos a un puesto de trabajo, de nada servirá realizar una carta de presentación impecable si en las publicaciones de las redes sociales tenemos faltas de ortografía.

De igual manera que en la comunicación oral es necesario saber persuadir, convencer y negociar también lo es a través de este canal. Los mensajes escritos son una de las vías de comunicación más utilizadas para tratar entre empresas, así que mejorar nuestras habilidades escritas nos ayudarán en nuestras relaciones laborales.

Lenguaje verbal



Aunque en la comunicación escrita en juego muchos elementos el lenguaje verbal es uno de los pilares fundamentales a los cuales hay que prestar especial atención. Hablar con un tono de voz demasiado

elevado o muy bajo, no vocalizar, utilizar un uso excesivo de muletillas como "¿me explico?", "um", "¿vale?", etc. o arrastrar las palabras, resta fuerza al mensaje que deseamos transmitir y hacen perder la conexión con el interlocutor.

En una exposición o conversación es necesario ser concreto, saber realizar pausas, respetar los turnos de palabra y ser inclusivo en el mensaje. Un buen comunicador sabe transmitir el contenido adecuando con las palabras necesarias consiguiendo mantener el interés y la atención de los receptores. Si en nuestro mensaje nos vamos por las ramas perderemos la atención de las otras personas y se perderá el mensaje. Una buena práctica es pensar lo que queremos decir y, en el caso de una exposición muy larga, apuntar los puntos que queremos tratar. En definitiva, los mensajes deben de ser claros y concisos.

Escucha activa



Ser un buen oyente te permite recibir toda la información, procesarla y trabajar con ella. Tanto si es para debatir sobre un tema, responder o solucionar un problema, es básico haber prestado atención al mensaje recibido previamente.

Durante la escucha activa es positivo realizar preguntas aclaratorias y reformular cuestiones para asegurarnos de que hemos entendido al 100% a la otra persona. De esta manera también se demuestra el interés y empatía por los demás, porque escuchar de forma activa implica poner una atención plena en lo que la otra persona está diciendo, intentando comprender sus pensamientos, ideas y sentimientos.

Empatía

La empatía es básicamente ponerse en el lugar de la otra persona. Ser empático es una de las habilidades sociales más valoradas porque ayuda a entender las necesidades de los demás, comprender su situación y forma de actuación. Algunas de las frases que podemos utilizar para mostrar empatía son "entiendo lo que dices", "comprendo tu situación", etc. Y aunque no estemos de acuerdo con las opiniones o puntos de vista de los compañeros, empleados o amigos, ser empático ayuda a la hora de enviar un mensaje más claro y efectivo.

Anabilidad

Tener una actitud amable favorece que las personas se acerquen y quieran



interactuar con nosotros. Para mostrar esta actitud se pueden adoptar sencillos gestos como sonreír, mantener el contacto visual (sin llegar a incomodar fijando la mirada durante largo tiempo) y tener

una postura corporal receptiva como estar inclinados ligeramente hacia el interlocutor o afirmar con la cabeza; dar los buenos días y despedimos al finalizar la jornada, desear un buen fin de semana, realizar alguna pregunta personal, etc. También podemos adoptar esta aptitud amable en los correos electrónicos empezando o finalizando con, por ejemplo, "espero que estés teniendo un buen día".

Comentarios positivos

Cada vez hay una mayor conciencia a la hora de transmitir los mensajes de forma que tengan una connotación constructiva, es decir, que refuerce la autoestima y fomente la superación. Para que la comunicación sea positiva es necesario recibir, pero también realizarlos. Estos comentarios elogian el trabajo de los demás personas y pueden ser un simple "buen trabajo", "enhorabuena", "gracias por tu opinión", "un punto de vista muy interesante", etc. Es necesario implementarlos de forma que sean parte de nuestra rutina de trabajo por parte de todos los miembros de un equipo.

BIBLIOGRAFÍA

- Arrieta, E. (27 de Octubre de 2018). *Diferenciador*. Obtenido de Ética y moral: <https://www.diferenciador.com/etica-y-moral/>
- Carabante, M. (25 de Abril de 2019). *Laflai.org*. Obtenido de Hablemos de ética profesional: <https://laflai.org/hablemos-de-etica-profesional/>
- Carrasco, G. (23 de Febrero de 2017). *dialnet.unirioja.es*. Obtenido de La responsabilidad social de los medios impresos: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5856833>
- Carrera, X., Gallardo, E. E., & González, J. (15 de Abril de 2017). *rusc.uoc.edu*. Obtenido de Ética y Educación en la era digital: perspectivas globales y estrategias para la transformación local en Cataluña: <https://rusc.uoc.edu/rusc/es/index.php/rusc/article/view/v12n2-olcott-carrera-gallardo-gonzalez/2615.html>
- Herrera, A. R. (30 de 03 de 2022). *Repositorio.puce.edu.ec*. Obtenido de Las fake news y su influencia en el ejercicio periodístico en el Ecuador: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/19917/Tesis%20de%20Alex%20con%20las%20correcciones%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Moreno, M. (30 de Octubre de 2019). *Responsabilidad social*. Obtenido de Responsabilidad Social: qué es, definición, concepto y tipos: <https://responsabilidadsocial.net/la-responsabilidad-social-que-es-definicion-concepto-y-tipos/>
- Mori, M. d. (09 de Octubre de 2019). *scielo.org.pe*. Obtenido de RESPONSABILIDAD SOCIAL. UNA MIRADA DESDE LA PSICOLOGÍA COMUNITARIA: <http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v15n2/a10v15n2.pdf>
- Noboa, C. A., & Vallejo, A. B. (15 de Septiembre de 2022). *investigarmqr.com*. Obtenido de Responsabilidad social en la gestión de la información en el entorno digital de las redes sociales.: <https://www.investigarmqr.com/ojs/index.php/mqr/article/view/87/309>
- Phielipp, E. (07 de Abril de 2020). *dspace.uces.edu.ar*. Obtenido de Proyecto de codigo de etica unificado para profesionales de ciencias economicas:

[http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/4338/RESOLUCI%
UCI%
c3%93N_JG_N%
c2%ba_204_00.pdf?sequence=1](http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/4338/RESOLUCI%c3%93N_JG_N%c2%ba_204_00.pdf?sequence=1)

Rodrigo, M., & Cerqueira, L. (25 de Abril de 2019). *Scielo*. Obtenido de Periodismo, ética y posverdad: <https://www.scielo.cl/pdf/cinfo/n44/0719-367X-cinfo-44-225.pdf>

Sampredo, N. (01 de Diciembre de 2019). *Revista Santiago*. Obtenido de La eticidad como categoría filosófica: <file:///C:/Users/Personal/Downloads/yanetg,+Art.8.pdf>

Santín, M. (14 de Abril de 2017). *redalyc.org*. Obtenido de Los dilemas éticos del periodismo digital desde la perspectiva de los artículos del defensor del lector de El País: <https://www.redalyc.org/pdf/649/64944803012.pdf>

UNODC. (26 de 07 de 2019). *Serie de módulos universitarios*. Obtenido de Integridad y Ética de los medios de comunicación: https://www.unodc.org/documents/e4j/IntegrityEthics/MODULE_10_-_Media_Integrity_and_Ethics_-_Spanish.pdf

ANEXOS

CRONOGRAMA

Tabla 1: Cronograma

FECHA	MES	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA LA PLANIFICACIÓN, DE DESARROLLO, EJECUCIÓN, CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PERIODO 2022-2023																							
		DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO			
	SEMANAS																								
	ACTIVIDADES	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
	Planteamiento del tema	X																							
	Planteamiento de los contextos	X																							
	Planteamiento de la problemática	X																							
	Planteamiento de problema general y específicos		X																						
	Planteamiento de la delimitación		X																						
	Planteamiento de la justificación		X																						
	Planteamiento de objetivo general			X																					
	Planteamiento de objetivos específicos				X																				
	Desarrollo breve de marco conceptual					X																			
	Planteamiento de hipótesis						X																		
	Desarrollo de marco referencial y teórico							X	X	X	X	X													
	Definición de Metodología											X													
	Definición de Población y Muestra											X													
	Elaboración de instrumentos de investigación												X	X											
	Revisión Bibliográfica														X										

Preguntas de encuesta

1.- Cuando usted observa una información a través de un medio digital tiene la confianza que esa noticia fue verificada?

- Si
- No
- En ocasiones

2.- De los siguientes medios digitales ¿Cuál considera ud tiene mayor credibilidad y responsabilidad social al momento de difundir una información?

- ALDia.com
- El tiempo digital TV
- Matices
- El infraganti

3.- ¿Considera usted que los reporteros tienen la debida responsabilidad y profesionalismo al momento de recabar la información?

- Si
- No
- En ocasiones

4.- ¿Está de acuerdo en que exista una ley reguladora para la creación de páginas digitales informativas con la cual se controle que los representantes de dicha página sean titulados en ese campo profesional?

- Totalmente de acuerdo
- Medianamente de acuerdo
- No estoy de acuerdo

5.- ¿Considera usted que existe total responsabilidad por parte del medio de comunicación digital al momento de difundir una información

sin la revisión respectiva, existiendo en muchos casos falencias en su escritura lo cual puede llegar a cambiar la verdad de los hechos?

- Si existe
- Existe parcialmente
- No existe

6.- ¿Está de acuerdo en que los medios digitales difundan una información sin antes tener la total certeza de los acontecimientos?

- Si
- No
- En ocasiones

7.- En esta época donde los valores no son tomados con la importancia que se merecen por parte de la sociedad ¿Considera usted se debe censurar información relacionada a la sexualidad, droga y violencia?

- Si
- No
- En ocasiones

8.- ¿Considera usted se deba iniciar una campaña utilizando las páginas informativas digitales para la divulgación de información relacionada a los rescates de valores y culturización dirigida a los niños, jóvenes y adultos?

- De acuerdo
- Me es indiferente
- Buscar otros medios

9.- ¿Los periodistas de los medios digitales están obligados a el enriquecimiento de su léxico y así brindar información coherente a los ciudadanos?

- Si
- No

- En ocasiones

10.- ¿Cree usted que los periodistas son totalmente éticos al momento de recopilar la información a difundir?

- Si
- No
- En ocasiones





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FECHA: 27/3/2023

HORA: 9:7

SR(A).

LCDO. JAIME NAVIA ALAVA

COORDINADOR DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN DE LA EXTENSIÓN - QUEVEDO
EN SU DESPACHO.-

DE MI CONSIDERACIÓN:

EN ATENCIÓN A LA DESIGNACIÓN COMO DOCENTE TUTOR PARA GUIAR EL TRABAJO DE TITULACIÓN
CON EL TEMA:

MODALIDAD	FASE	TEMA
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	ETICA PROFESIONAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y SU RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL CANTON QUEVEDO.2022.

PERTENECIENTE A EL/LOS ESTUDIANTES:

FACULTAD	CARRERA	ESTUDIANTE
EXTQVD	COMUNICACIÓN SOCIAL	ZAMBRANO SILVA TULMIRA DIVINA

AL RESPECTO TENGO A BIEN INFORMAR QUE EL/LOS ESTUDIANTES HAN CUMPLIDO CON LAS DISPOSICIONES ESTABLECIDAS EN EL REGLAMENTO E INSTRUCTIVO DE TITULACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO, EN LOS TIEMPOS ESTABLECIDOS PARA EL EFECTO.

POR LO ANTERIORMENTE EXPUESTO, EL TRABAJO DE TITULACIÓN ES APROBADO POR QUIEN SUSCRIBE, AUTORIZANDO CONTINUAR CON EL PROCESO LEGAL PERTINENTE

POR LA ATENCIÓN QUE SE SIRVA DAR AL PRESENTE ME SUSCRIBO.

ATENTAMENTE,

ROSA ISABEL NAVARRETE ORTEGA
DOCENTE TUTOR DEL EQUIPO DE TITULACIÓN





**EXTENSION - QUEVEDO
UNIDAD DE TITULACIÓN**

SEGUIMIENTO DE PROYECTOS DE TITULACIÓN

DOCENTE TUTOR: NAVARRETE ORTEGA ROSA ISABEL
ESTUDIANTES: ZAMBRANO SILVA TULMIRA DIVINA
PERIODO ACADÉMICO: DICIEMBRE 2022 - MAYO 2023
MODALIDAD DE TITULACIÓN: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
FASE DE MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PROYECTO DE TITULACIÓN: ÉTICA PROFESIONAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y SU RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL CANTON QUEVEDO.2022.

INFORMACIÓN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN

ÉTICA PROFESIONAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y SU RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL CANTON QUEVEDO.2022.

FASE	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	2023-02-16	2023-02-27	TERMINADO	87.33%	HABILITADO

INFORMACIÓN DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO

INTRODUCCIÓN					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
INTRODUCCIÓN	2023-02-22	2023-02-22	TERMINADO	80%	HABILITADO

CAPÍTULO I - IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CAPÍTULO I IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN	2023-02-19	2023-02-21	TERMINADO	90%	HABILITADO

CAPÍTULO I - MARCO CONTEXTUAL					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
MARCO CONTEXTUAL	2023-02-22	2023-02-22	TERMINADO	80%	HABILITADO

CAPÍTULO I - SITUACIÓN PROBLEMÁTICA					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	2023-02-22	2023-02-22	TERMINADO	80%	HABILITADO

CAPÍTULO I - PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2023-02-22	2023-02-22	TERMINADO	90%	HABILITADO

CAPÍTULO I - DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
DELIMITACIÓN	2023-02-19	2023-02-21	TERMINADO	90%	HABILITADO

CAPÍTULO I - JUSTIFICACIÓN					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
JUSTIFICACIÓN	2023-02-22	2023-02-22	TERMINADO	90%	HABILITADO

CAPÍTULO I - OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN					
--	--	--	--	--	--

ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
OBJETIVOS	2023-02-22	2023-02-22	TERMINADO	90%	HABILITADO
CAPITULO II - MARCO TEORICO					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
MARCO TEORICO	2023-02-22	2023-02-22	TERMINADO	80%	HABILITADO
CAPITULO II - HIPOTESIS					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CAPITULO II	2023-02-19	2023-02-21	TERMINADO	80%	HABILITADO
CAPITULO III - METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CAPITULO III	2023-02-19	2023-02-21	TERMINADO	90%	HABILITADO
CAPITULO III - MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CAPITULO III - TIPO DE INVESTIGACIÓN					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CAPITULO III - METODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
METODOS	2023-02-19	2023-02-21	TERMINADO	90%	HABILITADO
CAPITULO III - POBLACIÓN Y MUESTRA DE INVESTIGACION					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
POBLACION Y MUESTRA	2023-02-22	2023-02-22	TERMINADO	100%	HABILITADO
CAPITULO III - CRONOGRAMA DEL PROYECTO					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
CRONOGRAMA	2023-02-22	2023-02-22	TERMINADO	90%	HABILITADO
TRABAJO FINAL					
ACTIVIDAD	F. INICIO	F. FIN	PROCESO	PORC.	ESTADO
TRABAJO FINAL	2023-02-27	2023-02-27	TERMINADO	90%	HABILITADO

Tulmira Zambrano

ZAMBRANO SILVA TULMIRA DIVINA
ESTUDIANTE



NAVARRETE ORTEGA ROSA ISABEL
DOCENTE TUTOR