

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

CARRERA: BACHILLERATO EN PERIODISMO

**ANALIZAR LA ÉTICA QUE MANEJAN LOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN REGIONALES
LIMÓN TV Y RADIO CASINO LIMÓN, LA
EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS Y LA CALIDAD DE
PERIODISMO QUE EJERCEN, DURANTE EL
SEGUNDO CUATRIMESTRE DEL 2023**

ESTUDIANTE: FRANCELLA SOLÍS

TUTORA: YENSIE ZAPATA

San José. Agosto, 2023

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
Planteamiento del Problema.....	4
Justificación.....	5
Objetivos	5
Objetivo General	5
Objetivos Específicos	5
Estado de la Cuestión	6
MARCO TEÓRICO	17
MARCO METODOLÓGICO.....	22
Enfoque	22
Diseño	22
Fuentes de Información.....	23
Análisis de Selección	27
Instrumentos	28
Entrevista.....	28
Focus group	28
Análisis de Contenido	29
Fase de Recolección de Datos.....	29
Muestra o Población.....	30
Cuadro Estratégico	30
Procedimientos de Análisis de Datos.....	31
Procedimiento de Recolección de Datos.....	32

	3
Grabación de Video.....	32
Focus Group.....	34
ANÁLISIS DE CONTENIDO.....	35
Mes de Abril.....	36
Mes de Mayo.....	38
Mes de Junio.....	40
Mes de Julio.....	41
Mes de Abril.....	44
Mes de Mayo.....	45
Mes de Junio.....	46
Mes de Julio.....	47
Análisis de los Resultados.....	51
Destacar los Cambios que Han Tenido los Medios de Comunicación Regionales y Cómo Influye esto en su Ética.....	54
Analizar el Contenido de los Medios de Comunicación Limón TV y Radio Casino Limón Según el Código de Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica.....	61
Explicar el Cambio que la Ética Periodística Ha Sufrido con la Llegada de la Era Digital y cómo Debe Aplicarse en los Medios Digitales.....	70
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	76
Conclusiones.....	76
Recomendaciones.....	79
REFERENCIAS.....	86
ANEXOS.....	90

INTRODUCCIÓN

Planteamiento del Problema

Los medios de comunicación tienen un papel muy importante en cuanto información se refiere. Al respecto, existe una gran diversidad de medios de comunicación, desde el manual de estilo, hasta el código de ética.

La ética es aquello que debe tener todo profesional al ejercer su labor, ya sea periodista o no. Son los valores que como seres humanos todos deben tener; sin embargo, no todos los medios de comunicación les permiten a los periodistas ejercer su profesión con ética. A raíz de ello, se recomienda que, con la presente investigación, se logre algún cambio en esta problemática.

Se describe como ética periodística a la conducta del periodista al realizar su trabajo, pues no debe “inflar la noticia”, como popularmente se conoce, sino que debe realizar su trabajo tal cual es, decir la verdad, no porque le paguen, sino porque es su deber y compromiso con el público que lo lee.

Libby (2014) menciona que: “ la ética no es una condición ocasional, sino que debe acompañar siempre al periodismo” (p. 22). Debido a ello, resulta prudente realizar esta investigación y cuestionar a los medios regionales, si cumplen con tal labor como debe de ser.

Justificación

El motivo de la presente investigación consiste en ayudar a los periodistas y medios de comunicación de Limón centro, con tal de que entiendan la importancia que tiene la ética en la labor periodística.

En la presente investigación se recomienda utilizar esta misma ética como guía, para poder ejercer el papel de periodista con su uso correcto, debido a que se estará investigando su existencia en los medios de comunicación antes mencionados, esto en cantón central de Limón.

Por lo tanto, se puede realizar la siguiente pregunta: ¿Hasta qué punto conocen los periodistas del cantón central de Limón, pertenecientes a los medios de comunicación *Limón TV* y *Radio Casino Limón*, el concepto de ética periodística, y cómo la aplican en sus labores?

Objetivos

Objetivo General

Analizar si los medios de comunicación *Limón TV* y *Radio Casino Limón* y sus periodistas realizan el uso correcto de la ética profesional periodística en sus labores diarias, durante el segundo cuatrimestre del 2023.

Objetivos Específicos

- Destacar los cambios que han tenido los medios de comunicación regionales y cómo influye esto en su ética.
- Analizar el contenido de los medios de comunicación *Limón TV* y *Radio Casino Limón* según el código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica.

- Explicar el cambio que la ética periodística ha sufrido con la llegada de la era digital, y cómo debe aplicarse en los medios digitales.

Estado de la Cuestión

Es complejo abordar temas de ética debido a su amplitud, como para pretender llegar a una respuesta definitiva; debido a esto, se priorizará el significado de la ética profesional en la labor del periodismo. Para lograrlo, se consultan varios artículos relativos al tema en cuestión.

El primer artículo consultado es de carácter internacional. Cabe mencionar que los autores no cuentan con objetivos específicos para su investigación.

Pérez y López (2019) mencionan lo siguiente:

La constante innovación digital fuerza a los medios a reconsiderar los valores y principios éticos tradicionales para poder afrontar los retos que traen consigo las nuevas formas de contar las historias: tanto las publicaciones en redes y plataformas sociales, como los memes, gifs, newsgames, interactivos, vídeos 360°, recreaciones con realidad virtual, etcétera. Una amplia tipología de nuevos contenidos que acarrearán nuevos desafíos y dilemas profesionales, sobre todo en la comunicación audiovisual por el poder que la imagen ha adquirido. (p. 05)

Los autores anteriormente citados utilizaron una breve explicación sobre la ética y realizan cuestionamientos al respecto. Cabe mencionar lo que en su metodología implementaron:

Los casos examinados han sido seleccionados por su relación con los cinco puntos que este estudio pretende analizar: el condicionamiento de las fuentes la manipulación de la realidad grabada con acciones como la eliminación digital del trípode de la cámara o de su sombra/reflejo; la ausencia del periodista en escena; el uso de menores como fuentes; y la exposición de los usuarios a contenido sensible. (p. 05)

Debido a lo anteriormente citado, se entiende que su metodología es cualitativa, por el uso de entrevistas y *focus group*.

Como conclusiones y recomendaciones, Pérez y López (2019) indican:

La exactitud y la responsabilidad son valores que cobran una mayor relevancia debido a los problemas que pueden derivarse de una mala reconstrucción de un acontecimiento. Esto es, de alterar el transcurso de los hechos. Sin embargo, como los vídeos 360° son el formato más empleado, urge especialmente la readaptación e introducción de estándares específicos para garantizar la producción de contenidos en vídeo esférico que cumplan unos mínimos éticos. (p. 11)

Este artículo fue considerado como estado de la cuestión por la autora de la presente investigación, debido a su relación con lo que se quiere llegar analizando la ética periodística, así como los cambios que se han tenido en la era digital y cómo eso afecta la perspectiva de la ética en el periodismo.

El segundo antecedente consultado para la ayuda de la presente investigación es el de Cañizales (2020), el cual contiene los siguientes objetivos:

1. Promover la libertad, independencia y diversidad de los medios de comunicación. Garantizar el acceso efectivo a Internet y a otras tecnologías digitales para todos los sectores de la población.
2. Ceñirse estrictamente al Derecho Internacional (legalidad, legitimidad y necesidad) al aplicarse restricciones a la libertad de expresión.
3. Evitar utilizar el poder del aparato Estatal para adoptar medidas orientadas a influir indebidamente sobre la información que brindan los medios de comunicación.
4. Asegurar que los medios de comunicación gocen de un acceso sin impedimentos a fuentes de información oficial. (p. 114)

La metodología aplicada para este artículo no es muy clara, debido a que el autor utilizó libros, canales de televisión y referencias de diferentes artículos de otros investigadores para sustentar la suya; sin embargo, se puede decir que es cuantitativa, ya que, aunque no usa mediciones matemáticas, utiliza estadísticas mencionadas en prosa de otros autores.

En las conclusiones y recomendaciones, el autor menciona lo siguiente:

En una de sus decisiones típicas, el todo o nada, el gobierno de Nicolás Maduro optó por el nada. Se la jugó para no perjudicar al canal de PDVSA (que mucha gente ni siquiera sabía que existía) y sobre todo para demostrar su apoyo a Globovisión. (p. 114)

Otra conclusión a la que llega Cañizales es la siguiente:

Este nada que surge de la intransigencia oficial es muy preocupante en el contexto actual. Millones de personas deben estar confinadas en sus hogares, la gran mayoría no tendrá una opción alternativa en el corto plazo.

Para muchos una vida llena de dificultades cotidianas con los servicios básicos y ahora ni siquiera una opción para desconectarse viendo alguna serie o película. Para cerrar, no es tampoco un asunto secundario el que el cese de DIRECTV en Venezuela sea una suerte de escalón más en la caída que tienen las libertades informativas y mediáticas en el país. Aunque en sentido estricto DIRECTV sea mucho más que un medio de comunicación, para muchos es otra ventana de información y entretenimiento que se cierra en una Venezuela donde la constricción de las libertades no parece tener fin. (p. 115).

Este artículo se vincula particularmente con la presente investigación debido a que su autor investiga la ética periodística, no solo de un medio de comunicación como tal, sino también, en general, a los periodistas.

El tercer antecedente consultado es el de Ufarte, Calvo y Murcia (2021), el cual cuenta con los siguientes objetivos específicos:

Este trabajo integra en una visión conjunta la voz de los expertos sobre el uso de los algoritmos al proceso de newsmaking. Esta es una cuestión importante en la actual convergencia mediática porque el éxito de la IA en el ámbito periodístico dependerá de cómo las profesionales y las máquinas colaboren para ofrecer mejores servicios –transparentes, razonables y éticos– al público. (p. 675)

La metodología utilizada en esta investigación consultada es cualitativa, según lo explican sus autores de la siguiente manera:

Para alcanzar este propósito se ha optado por una metodología cualitativa, que ha partido de la revisión de la literatura científica como parte de la investigación secundaria (Codina, 2017), y que ha permitido conocer las principales aportaciones al estado de la cuestión. (p. 675)

Este tema se vincula en la presente investigación debido a que los autores investigaron los desafíos éticos del periodismo. En la presente investigación se pretende llegar a analizar la ética periodística como tal, para entenderla, así mismo, poder llegar a las respuestas hechas por la investigadora.

El cuarto antecedente consultado para apoyar la presente investigación es el de Puente (2019), que cuenta con los siguientes objetivos:

1. Detectar las prácticas que los periodistas han incorporado en la estructura de la prensa escrita.
2. Identificar los elementos de los niveles de convergencia que han transformado a la prensa escrita, específicamente en el nivel de contenidos, de tecnología y empresarial.
3. Delinear un nuevo perfil del periodista actual.

Como objetivo general menciona: “Analizar de qué manera han cambiado las prácticas periodísticas en los últimos 10 años en la prensa escrita y cómo, a partir de ellas, emerge un nuevo perfil profesional” (p. 62).

Como metodología, Puente (2019) menciona lo siguiente: “La metodología de este estudio está fundamentada en una técnica cualitativa que busca conocer la perspectiva y el punto de vista de los periodistas sobre su rol en la era digital” (p. 63).

La autora citada con anterioridad menciona como conclusiones:

Finalmente, la prensa escrita tiene mucho camino que recorrer para poder adaptarse a un modelo fructífero y viable en la plataforma web. Por ahora se encuentra en el camino correcto al entender las demandas de una realidad mediatizada por la plataforma en línea. (p. 102).

Este tema se vincula particularmente en la presente investigación, porque tanto Puente como la autora de la presente investigación buscan analizar cómo la era digital transformó el periodismo, con la diferencia de que la investigadora de la investigación actual quiere analizar cómo la llegada de las redes sociales afectaron en la ética de los periodistas.

En conjunto con las investigaciones previas, se realizó consulta de documentos científicos o tesis de talla nacional, para apoyar el estado de la cuestión.

El primer antecedente nacional consultado es el de Herrera (2023), el cual partió del objetivo general:

Sistematizar y hacer explícitos los conceptos y criterios utilizados por la Unidad de Investigación del periódico La Nación, para identificar temas acerca de corrupción en Costa Rica, planificar el proceso que conduce a su publicación y encontrar patrones comunes en diferentes casos de corrupción. (p. 10)

De este objetivo general derivaron los objetivos específicos siguientes:

1. Conocer si el fenómeno de corrupción descubierto en Costa Rica tenía características coyunturales o sistémicas.
2. Identificar la estructura y composición de los grupos de personas participantes en los negocios cuestionados y conocer si estos estaban interrelacionados y se comportaban como una red.
3. Encontrar patrones comunes entre los diferentes casos de corrupción descubierto. (p. 10)

Herrera (2020) utilizó la metodología cualitativa. Asimismo, agregó como conclusiones lo siguiente: “De todo lo anteriormente expuesto es posible inferir una serie de conclusiones generales que a su vez pueden convertirse en hipótesis de trabajo para futuras investigaciones” (p. 259).

El antecedente consultado anteriormente se vincula a la presente por motivos de que el autor estudió la interpretación de distintos medios de comunicación con respecto al tema de corrupción; asimismo, con la presente investigación se pretende analizar la ética de los periodistas locales y de los medios donde laboran.

El segundo antecedente nacional consultado es el de Baltodano y Ramírez (2023), los cuales, en su resumen, mencionan:

Se analizan las acciones de la Editorial Universidad Nacional durante la pandemia.

Para ello, se definen y explican seis estrategias desarrolladas por esta editorial universitaria para contrarrestar los efectos de la crisis, a saber: la acelerada incorporación del paradigma digital, el fomento de la escritura creativa, el diseño de nuevos modelos de difusión y comercialización, el empleo de nuevos formatos de

publicación, el reencuentro paulatino con el público lector y el debate en torno a las políticas culturales y la reactivación del sector. En las conclusiones, se discuten las oportunidades de mejora y algunos desafíos. (p. 183)

Las conclusiones a las que llegaron los autores citados son las siguientes:

Es palpable que la aceleración del tránsito hacia el paradigma digital, el empleo de nuevos formatos de publicación y la reorganización de las estructuras de difusión y comercialización han sido las principales estrategias empleadas por la EUNA para contrarrestar los efectos negativos de la pandemia. A la par de estas tácticas, otras de menor calado han ayudado a superar la coyuntura de la emergencia sanitaria. (p. 200)

La metodología implementada no es especificada por los autores; sin embargo, debido a, la investigación consultada, cuentan con tablas de medición de audiencia, cuyo contenido no es de medidas físicas, razón por la cual es cuantitativa.

La revista de información consultada se vincula particularmente porque ambas tienen un mismo fin. En el caso de Baltodano y Ramírez (2023), investigaron la afectación y el manejo de la editorial de Universidad Nacional del tema de la pandemia; en el caso de la presente, se quiere analizar la ética de los medios de comunicación regionales a la hora de cubrir temas de importancia y temas delicados.

El tercer antecedente nacional consultado es el de Alfaro (2022), que parte del siguiente objetivo: “Diagnosticar la situación actual en cuanto al acceso abierto que tienen los académicos de la Universidad Nacional, Costa Rica y la distribución de sus artículos resultado de las investigaciones financiadas por la institución” (p. 44).

La investigación consultada cuenta con los siguientes objetivos específicos:

1. Analizar las características de las normativas vigentes de la Universidad Nacional, Costa Rica, sobre la producción científica y académica realizada por los académicos de la institución, respecto a las normativas internacionales de Acceso Abierto.
2. Reconocer las distintas normativas y políticas de América y Europa en materia de acceso abierto, y su aplicación en la distribución de las publicaciones.
3. Determinar el financiamiento de los artículos publicados por los académicos de la Universidad Nacional, Costa Rica, publicados en acceso pago y acceso abierto.
4. Identificar los motivos y las editoriales donde los académicos de la Universidad Nacional, Costa Rica, publican sus artículos producto de las investigaciones financiados con fondos públicos. (p. 44)

La metodología implementada en la investigación consultada es mixta:

Para la investigación se aplicará un enfoque mixto, debido a que el alcance planteado en los objetivos es tanto cuantitativo como cualitativo. La parte cuantitativa se emplea para cuantificar la cantidad de artículos publicados, las editoriales en las que publican y el financiamiento que reciben por parte de la Universidad Nacional, Costa Rica, a partir de la aplicación de un cuestionario a los académicos de la Institución y a los fondos de financiamiento. (p. 45)

Las conclusiones que menciona Alfaro (2023) son las siguientes:

En concordancia con los fines, valores y principios que establece la UNA, se orientan las acciones de las áreas sustantivas al bien común y la mejora de la calidad de todos los sectores sociales, principalmente, los menos favorecidos. Es por esta razón, que el producto resultante de las actividades de investigación, financiados con fondos públicos, debería estar a disposición de todas las personas. (p. 124)

Las recomendaciones son las siguientes:

La Universidad Nacional, Costa Rica fundamenta su actuar en las áreas de acción sustantivas regidas por la normativa institucional, pero también está permeada por el quehacer universitario de las académicas y académicos activos de la Universidad, quienes, aunque, no de forma exclusiva, producen diferentes obras científicas, académicas y artísticas.

Es por esta razón que se recomienda a las autoridades universitarias realizar un diagnóstico sobre la situación actual del acceso abierto en la Universidad Nacional, de una manera más amplia, en la que se reúna información de todas las personas académicas que laboran en la Institución. Asimismo, que se realice un diagnóstico que tenga un alcance mayor, en el que se contemplen las experiencias no solo de las y los académicos del Campus Omar Dengo y Benjamín Núñez, sino de todos los campus, sedes y centros de investigación de la Universidad Nacional. Del mismo modo, se recomienda que este diagnóstico se realice de forma periódica con el fin de determinar las áreas a fortalecer y mejorar. (p. 131)

La investigación antes mencionada se vincula con la presente por motivo del cuestionamiento que se pretende realizar con la presente investigación. Debido a esto, la

presente investigación también cuestiona los valores y conductas de algunos medios de comunicación locales, específicamente, *Limón TV* y *Radio Casino Limón*.

El cuarto antecedente consultado es de Camacho (2021), el cual mencionó como objetivo general el siguiente: “Analizar la influencia de la ética de la conservación sobre la gestión de conflictos territoriales con jaguares y fauna silvestre asociada en cinco organizaciones no gubernamentales (ONG) de Costa Rica” (p. 11). Asimismo, se tienen como objetivos específicos:

1. Identificar los fundamentos éticos que rigen los proyectos de conservación de jaguares y fauna silvestre asociada en cinco ONG de Costa Rica.
2. Determinar el papel de los fundamentos éticos en la gestión de conflictos territoriales con jaguares y fauna silvestre asociada en cinco ONG de Costa Rica. Desarrollar estrategias de fundamentación ética para organizaciones vinculadas a la gestión de conflictos territoriales con jaguares y fauna silvestre asociada en Costa Rica. (p. 11)

La metodología implementada es de origen cualitativo, puesto que se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas.

La investigación consultada se vincula con la presente debido a que, aunque el autor investigó un centro turístico, analizó también la ética y su influencia en la empresa turística y su manejo con jaguares. En concordancia, en la presente investigación también se pretende analizar la ética de los periodistas que trabajan en los medios de comunicación que sirven como objeto de estudio.

MARCO TEÓRICO

Para efectos de la presente investigación, se han consultado diferentes tesis, artículos y otros documentos, para poder llegar a los resultados esperados. Es así como se define que los medios de comunicación juegan un papel importante en la información. En la vida diaria, las personas buscan en diferentes medios alguna noticia relevante. Es por esto que, de acuerdo con Jara (2009), los medios de comunicación se definen como:

Son canales artificiales que permiten la comunicación interpersonal entre emisor y receptor: el teléfono, teléfono celular, el correo de papel (la carta y el telegrama). También se pueden considerar como medios de comunicación personal la radio, internet (el chat), y la televisión, pues actualmente permiten establecer comunicación con el auditor, receptor y televidente de manera inmediata en el tiempo y en el espacio. (p. 01)

Los medios de comunicación son canales artificiales, o, mejor dicho, no reales a la forma de comunicar, ya que, aunque son aparatos físicos, no se conectan con personas físicamente.

Continuando con la línea de investigación, las redes sociales han llegado a cambiar la vida de las personas, con el fin de tener más conectividad y mejor acceso a la información. Esto lleva al avance en la comunicación, creando así las plataformas digitales, que son los nuevos medios de comunicación. Debido a su popularidad, varios medios han optado por usarlas para llegar a mayor cantidad de personas; sin embargo, estas son utilizadas mayormente por jóvenes y adolescentes. La licenciada Teresa Pozo Rico, creadora del sitio web *Tune into Spanish*, menciona lo siguiente:

Existe en nosotros cierto grado de conciencia sobre el cambio que ha producido en nuestras vidas y en especial en la formación de las nuevas generaciones, el actual contexto digital, y en él, el surgimiento y crecimiento exponencial de Internet, una red informática que reúne todo tipo de ofertas, demandas. (2023, párr. 01)

Las plataformas digitales no solo existen para cargar un mundo amplio del entretenimiento, sino también, de la educación y de la información que apoya el aprendizaje. Ante esto, llega el uso de las redes sociales, que junto con las plataformas digitales crean un nuevo mundo de información.

La nueva era digital trajo consigo las redes sociales, mismas que llegaron a revolucionar la forma en la que el mundo se conoce. Esto ayuda a que, sin importar la distancia, las personas puedan comunicarse entre sí.

Para Redon (2020), el concepto de redes sociales se define como:

El debate sobre las oportunidades y los desafíos que presentan las redes sociales sobre todo para las y los adolescentes, sigue ocupando un lugar destacado en la investigación académica y en la esfera pública más amplia. Esto se debe a la importancia que han adquirido las tecnologías de la información y comunicación en la vida diaria.

Son plataformas utilizadas por los y las adolescentes para entretenerse, sin embargo, juegan un papel muy importante en el mundo de hoy, pues, son también las redes, medios de comunicación, debido a la gran popularidad que han tenido en estos años, es innegable que las redes sociales seguirán creciendo. (p. 02)

Los medios de comunicación en esta era digital utilizan las redes sociales, como lo es el caso de Facebook. Esta red social es una de las pioneras en el mundo del internet. Con su llegada, las personas pudieron conocer una nueva forma de conexión, sin necesidad de que sea física. Esta red social permite a las personas conectarse sin complejidad, así estén a miles de kilómetros. Paco (2017) define a esta red social como: “Facebook ha tomado un papel central en internet al ser la red social online más grande a nivel mundial. Es posible tener relación (conexión) con personas que viven, literalmente, del otro lado del mundo” (p. 50).

Otra red empleada por medios de comunicación es TikTok. Es una aplicación de origen chino, la cual se creó especialmente para grabar videos de manera vertical, y aunque se creó desde el 2017 como “Musicaly”, fue hasta el 2020, durante la pandemia, que desarrolló popularidad, convirtiéndose ahora en la red social más grande del mundo, y es utilizada principalmente por jóvenes y adolescentes. Esta aplicación dispone de gran cantidad de creadores de contenido, pues es tan popular que con los *hashtag* (#) correctos se puede hacer viral un video en cuestión de días.

La página web *Arimetrics* (2022) define la red social TikTok como:

TikTok (conocido en China como Douyin) es una aplicación para compartir vídeos de corta duración muy famosa entre adolescentes de todo el mundo. Los usuarios utilizan esta app principalmente para grabarse a sí mismos cantando en playback una canción y moviendo los dedos de un modo muy particular denominado finger dance. (párr. 01)

En estas redes sociales, los creadores de contenido, e incluso los periodistas, hacen videos o noticias, abriendo así los medios digitales, que tienen un gran poder hoy día debido

a la popularidad de las redes sociales. Se puede decir que, en la actualidad, es difícil ver que una persona joven encienda su televisor y ponga un canal de noticias, sino que más bien se informan por medio de esos medios, los cuales ahora son Facebook y las redes sociales.

Bajaña (2018) define como medios digitales lo siguiente:

En la actualidad los medios digitales tienen una gran influencia en la opinión pública en la sociedad, permitiendo a la ciudadanía evolucionar grandemente en el ámbito de la comunicación, lo cual demanda cada vez más y más información con la finalidad de estar actualizados de los acontecimientos diarios. (p. 11)

Dado a esto, en la presente investigación se quiere analizar la ética, debido a que su significado son los valores. Se analizará la ética periodística, que es completamente diferente a la ética profesional.

La ética estudia los valores morales de las personas, en este caso de los periodistas, la manera en la que realizan su trabajo profesional y qué valor le agregan, son elementos necesarios para el presente estudio.

Rodrigo (2019) menciona como ética periodística:

A lo largo de la historia del periodismo, siempre han existido noticias falsas. La desinformación no es algo nuevo. Seguramente, el gran cambio de nuestra era digital está en el consumo de la información. En primer lugar, porque las fake news se siguen construyendo desde el poder. En segundo lugar, porque las mentiras que circulan por las redes sociales adquieren su relevancia pública cuando son recogidas por los medios de comunicación. (p. 228)

Es así como se entiende que la ética periodística es cómo los periodistas realizan sus labores diarias, cómo enfrentan las noticias que requieren pudor y discreción.

MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se definirá el método que será aplicado para desarrollar la presente investigación, la cual debe responder a los objetivos específicos mediante las estrategias redactadas a continuación.

Enfoque

Resulta oportuno para la presente investigación hacer referencia a Hernández y Mendoza (2018), quienes definen el concepto de enfoque como:

Con el enfoque cualitativo también se estudian fenómenos de manera sistemática. Sin embargo, en lugar de comenzar con una teoría y luego “voltear” al mundo empírico para confirmar si esta es apoyada por los datos y resultados, el investigador comienza el proceso examinando los hechos en sí y revisado los estudios previos, ambas acciones de manera simultánea, a fin de generar una teoría que sea consistente con lo que está observando que ocurre. (p. 46)

Para los autores, la investigación cualitativa se puede entender como el proceso de medir y comprobar la teoría aplicada al objeto de estudio.

Diseño

De acuerdo con Hernández y Mendoza (2018), se entiende como diseño de la investigación: “Constituyen abordajes generales para responder al planteamiento del problema • Son más bien abiertos y flexibles, No hay fronteras o límites precisos entre ellos” (p. 562).

El diseño de la presente investigación es etnográfico, ya que estudia el comportamiento de un grupo social. En la entrevista, se estudiará el comportamiento de la población entrevistada, así como de los profesionales de cada medio de comunicación. También se realizará un *focus group*, para obtener respuesta a los objetivos.

Según Hernández y Mendoza (2018), el diseño etnográfico se caracteriza por:

Los diseños etnográficos pretenden explorar, examinar y entender sistemas sociales: grupos, comunidades, culturas y sociedades, así como producir interpretaciones profundas y significados culturales, desde la perspectiva o punto de vista de los participantes o nativos. (p. 537)

Es descriptiva, da a conocer lo que un grupo de personas opinan sobre la ética periodística que le da los medios de comunicación antes mencionados, ante toda su labor ejercida. También porque por medio de la entrevista y la filmación se describen los gestos y todo lo que sucede en el trabajo de campo.

Fuentes de Información

Para poder sustentar la presente investigación, se toma en cuenta un total de cinco personas como muestra, para poder entrevistarlas con respecto a la ética que tiene el medio de comunicación para el que laboran, así mismo, ellos como periodistas o presentadores. Se realizará un *focus group* con un aproximado de tres personas, con el fin de llegar y lograr el cumplimiento de los objetivos.

Para efectos de un mejor resultado en la presente investigación, se consultó el código de ética de Colegio de Periodistas de Costa Rica (COLPER), para hacer una adecuada comparación con respecto al material que generan estos medios de comunicación regionales,

los cuales son: *Limón TV* y *Radio Casino Limón*. Ambos medios son utilizados como objeto de estudio. Cabe recalcar que no se analizarán todas las notas.

Según el Colegio de Periodistas de Costa Rica, se entiende por código de ética lo siguiente: “Los códigos son instrumentos pedagógicos de docencia, reflexión, autocrítica e investigación a la luz de los valores esenciales de su profesión; hablan el lenguaje o responden a las preguntas que surgen de cada grupo humano” (p. 06).

Lo anterior servirá para llevar a cabo un análisis en el contenido de los medios de comunicación *Limón TV* y *Radio Casino Limón*. El análisis regirá en el contenido que tienen en sus redes sociales, como Facebook y TikTok, durante el segundo cuatrimestre del año en curso, 2023.

También, en la presente investigación se utilizará el tipo de muestreo por cuotas. Se utilizará una población en específico en un mismo lugar para poder realizar tanto la entrevista como el *focus group*, la cual se llevará a cabo en el parque Vargas en el cantón central de Limón, ya que es la que se acopla a la presente investigación.

La muestra por cuotas, Hernández y Mendoza (2018) la explican como aquella que “es usada frecuentemente en estudios de opinión y mercadotecnia. Por ejemplo, los encuestadores reciben instrucciones de aplicar cuestionarios o realizar entrevistas abiertas a individuos en un lugar público (un centro comercial, una plaza o una colonia” (p. 430). Asimismo, mencionan que “al hacerlo, van llenando cuotas de acuerdo con la proporción de ciertas variables demográficas” (p. 430).

Debido a la elección de muestra que se realizó por medio de cuotas para fundamentar la presente investigación, la cual se basa en realizar 10 entrevistas a un total de diez personas

para cumplir con los objetivos de la investigación, estos fueron los criterios de inclusión y exclusión, los cuales se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 1

Criterios de inclusión.

N	Criterios de inclusión
1	Director del medio de comunicación <i>Limón TV</i> .
2	Presentadores y periodistas con más tiempo de laborar en el medio de comunicación <i>Limón TV</i> .
3	Periodistas del medio de comunicación <i>Radio Casino Limón</i> .
4	Presentadora del medio de comunicación <i>Radio Casino Limón</i> .
5	Director de las noticias de <i>Radio Casino Limón</i>
6	Persona adulta entre 35 a 60 años que consuma <i>Limón TV</i> a través de redes sociales.
7	Persona adulta entre 35 a 60 años que consuma <i>Limón TV</i> .
8	Persona adulta entre 35 a 60 años que consuma <i>Radio Casino Limón</i> a través de redes sociales.

Fuente: Elaboración propia: 09 de octubre, 2023.

Tabla 2

Criterios de exclusión.

N	Criterios de exclusión
1	Personas que no consuman el medio de comunicación <i>Limón TV</i> .
2	Adultos que no sean oyentes de <i>Radio Casino Limón</i> .
3	Personas que no sean residentes de Limón.
4	Periodistas que no trabajen en el medio de comunicación <i>Limón TV</i> .
5	Presentadores que no vivan en Limón centro.
6	Adultos que no conozcan los medios de comunicación.
8	Locutores que no trabajen en <i>Radio Casino Limón</i> .
9	Presentadores que no trabajen en <i>Limón TV</i> .
10	Presentadores, periodistas y locutores, que no tengan una larga trayectoria en los medios de comunicación antes mencionados.

Fuente: Elaboración propia: 09 de octubre, 2023.

Análisis de Selección

Tabla 3

Análisis de selección.

Variable	Dimensión	Indicador.
Medios regionales	Ética. Verificación. Estilo al informar.	Fuentes oficiales que utilizan. Cumplimiento de valores y de la ética profesional a la hora de informar.
Ética periodística	Periodistas Medios de comunicación regionales.	Estilo de informar. Manera de investigar la nota. Forma de publicación.
<i>Limón TV</i>	Ética de los periodistas. Tipos de fuentes. Ética del director del medio.	Al investigar temas importantes. Fuentes oficiales o secundarias. Infla la noticia, veracidad y objetividad.
<i>Radio Casino Limón.</i>	Ética de los periodistas. Tipos de fuentes. Ética del director del medio.	Manera de investigar diferentes temas. Fuentes oficiales o secundarias Infla la noticia, veracidad y objetividad.

Fuente: Elaboración propia: 09 de octubre, 2023.

Instrumentos

Entrevista

Resulta oportuno, para efectos de la presente investigación cualitativa de carácter etnográfico, mencionar a los autores Hernández y Mendoza (2018), quienes definen como entrevista: “una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado)” (p. 449).

Para efectos de la presente investigación, la entrevista que se utilizará es la semiestructurada. Según Hernández y Mendoza (2018), se definen como entrevistas semiestructuradas aquellas que “se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información” (p. 449).

Focus group

Según Hernández y Mendoza (2018), se define como grupo de enfoque o *focus group*:

Un método de recolección de datos cuya popularidad ha crecido son los grupos de enfoque. Algunos autores los consideran como una especie de entrevistas grupales, que consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos (tres a 10 personas), en las cuales los participantes conversan a profundidad en torno a uno o varios temas en un ambiente relajado e informal bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales. (p. 455).

Es un método que se utiliza para recolectar datos en una investigación, donde los autores van a un lugar determinado a realizar entrevistas a un mínimo de tres y hasta diez personas, esto con el fin de entrevistar a todos y poder ver sus gestos.

Para efectos de la presente investigación, el tipo de entrevista que se utilizará en el *focus group* sería abierta, esto para mayor comprensión del objeto de estudio. Para Hernández y Mendoza (2018), se definen como entrevistas abiertas las que: “se fundamentan en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla” (p. 449).

Análisis de Contenido

En esta investigación se llevará a cabo un análisis de contenido. Se revisarán las redes sociales de los medios de comunicación *Radio Casino Limón* y *Limón TV*, para comprobar si cumplen con el código de ética establecido por el Colegio de Periodistas de Costa Rica. De acuerdo con Hernández y Mendoza (2018), se define como recolección de datos el proceso de: “el investigador, auxiliándose de diversas herramientas como las entrevistas, la observación y las sesiones grupales” (p. 482).

Fase de Recolección de Datos

Para la recolección de datos de la presente investigación se tomaron en cuenta los criterios de selección. Esta recolección se llevará a cabo en el cantón central de Limón, a las personas que cumplan con los requisitos mencionados en el criterio de selección. Se realizará en el parque Vargas y sus alrededores, así como en las instalaciones de *Radio Casino Limón* y *Limón TV*.

Para la recolección de datos se empleará el instrumento de la entrevista, para poder llegar a resolver el planteamiento del problema de la presente investigación.

Muestra o Población

Para la presente investigación será necesario acudir a la población de estudio, los cuales son periodistas, presentadores y locutores de los medios de comunicación utilizados como objeto para la presente investigación. También se toman en cuenta a las personas que consumen los medios de comunicación.

Cuadro Estratégico

Tabla 4

Cuadro estratégico.

SUJETO DE INFORMACIÓN	LUGAR DE ENTREVISTA	FECHA DE ENTREVISTA	HORA DE ENTREVISTA
Persona 1	Instalaciones de <i>Limón TV.</i>	24 de agosto, 2023	12:22 p.m.
Persona 2	Instalaciones de <i>Limón TV.</i>	24 de agosto, 2023	10:06 a.m.
Persona 3	Instalaciones de <i>Limón TV.</i>	24 de agosto, 2023	11:02 a.m.
Persona 4	Instalaciones de <i>Radio Casino Limón.</i>	24 de agosto, 2023	11:43 a.m.

Persona 5	Instalaciones de <i>Radio Casino</i> <i>Limón.</i>	24 de agosto, 2023	2:15 p.m.
Persona 6	Parque Vargas, Limón centro.	09 octubre, 2023	10:00 a.m.
Persona 7	Parque Vargas, Limón centro.	09 de octubre, 2023	10:00 a.m.
Persona 8	Parque Vargas, Limón centro.	09 de octubre, 2023	10:00 a.m.

Fuente: Elaboración propia: 09 de octubre, 2023.

Procedimientos de Análisis de Datos

La presente investigación, al ser cualitativa, pretende llevar a cabo lo mencionado por Hernández y Mendoza (2018), los cuales definen como análisis de datos lo siguiente: “En el análisis cualitativo, la acción esencial consiste en que recibimos datos no estructurados, a los cuales nosotros les proporcionamos una estructura” (p. 465).

Según lo anteriormente citado, para efectos de esta presente investigación se realizarán entrevistas presenciales. Se utilizarán cámaras de video y grabaciones de voz, para poder tener mejor los detalles de las declaraciones de cada uno de los entrevistados.

También, se contará con cámaras de video para el *focus group*, el cual se realizará en el parque Vargas. Para el proceso de análisis de datos se necesitará una computadora y servicio de internet, para poder visualizar el contenido que realizaron los sujetos de estudio durante el periodo de tiempo establecido.

Procedimiento de Recolección de Datos

Grabación de Video

Para Hernández y Mendoza (2018), se entiende por grabación de video: “Como muestra, aludimos a las grabaciones de video realizadas por medio de teléfonos celulares, tabletas y otros dispositivos, las cuales han sido muy útiles en diversas investigaciones” (p. 462).

Para efectos de la presente investigación, como proceso de recolección de datos, se utilizó la grabación de video en las entrevistas, esto para mayor veracidad a la hora de transcribir cada una de ellas.

A continuación, se presenta un cuadro donde se indican los nombres de los entrevistados y las preguntas que se realizarán.

Tabla 5

Entrevistados.

Nombre del entrevistado	Preguntas
Dereck Barrientos- <i>Limón TV</i>	Para usted, ¿qué es ética profesional periodística?
Dereck Barrientos- <i>Limón TV</i>	En el medio para el cual usted trabaja, ¿cómo cree que ha influenciado en la ética la llegada de las redes sociales y de los medios digitales?
Udhei Leitón- <i>Limón TV</i>	¿Qué es ética profesional periodística para usted?
Udhei Leitón- <i>Limón TV</i>	¿Cree usted que el medio de comunicación para el que labora es ético en todo el sentido de la palabra

	o hay partes en las que falla? Esto por ciertos motivos de los cambios que ha tenido el periodismo a través de la era digital.
Udhei Leitón- <i>Limón TV</i>	¿Usted cree que el manejo de la ética profesional periodística es correcto, con su jefe? O si en este medio se aplica de forma correcta, o ha visto usted que ha sufrido cambios a través de la fama que han tenido las redes sociales.
Martín Montoya- <i>Limón TV</i>	Para usted, ¿qué es la ética profesional periodística?
Martín Montoya- <i>Limón TV</i>	Don Martín, el manual de estilo que tiene este medio de comunicación, ese código de ética, ¿cuáles son los valores exactos que pone usted como periodista, en este caso como director? Esos valores éticos que le pone usted a su medio y que les exige a sus periodistas, ¿cuáles son?
Sergio Díaz- <i>Radio Casino Limón.</i>	Como toda empresa, la emisora también tiene sus reglas. ¿Cree usted que esas reglas son éticas y permiten que usted conserve sus valores incluso en su diario labor?
Sergio Díaz	En el programa de deportes “Entre compas”, el cual tengo por entendido que es suyo, es un proyecto suyo, y sé que cuenta con más gente a su

	alrededor, pero, ¿cree usted que el manejo que se le da cada uno de los que están con usted en ese proyecto, mismo que se transmite en la radio, es ético?
Francisco Morales	Don Francisco, ¿qué entiende usted sobre la ética profesional periodística? ¿Cuáles son los cambios que ha sufrido con la llegada de la era digital y con respecto a este tiempo?

Fuente: Elaboración propia: 09 de octubre, 2023.

Focus Group

Tabla 6

Focus group.

Nombre:	Preguntas:
Luis Navarrete	¿Creen ustedes que los medios de comunicación regionales son éticos? Justifique su respuesta.
José Ocampo	¿Conocen el concepto de ética profesional? Ante esto, ¿cuál creen que es la labor de un periodista? Justifiquen su respuesta.
Víctor Mora	¿Creen ustedes que los periodistas que laboran en los medios de comunicación antes mencionados realizan su labor éticamente? Justifique.

Fuente: Elaboración propia: 09 de octubre, 2023.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

Para dar inicio al análisis, el medio de comunicación *Limón TV* utiliza como redes sociales Facebook, Instagram y TikTok. Instagram y TikTok no los utiliza con mucha frecuencia; sin embargo, usa Facebook para transmitir sus programas.

Limón TV es un canal de televisión cuyas cableras son a nivel nacional, como Kolbi TV e IPTV, utilizando el canal 36 como referencia; no obstante, en Facebook también se pueden ver los programas que se transmiten en la televisión, esto para aquellos que no tengan las diferentes cableras en las que transmiten, y para llegar a un mayor público.

En la página de Facebook, donde se llama *Limón TV*, cuenta con 44 mil seguidores; empero, en Instagram cuentan con 724 seguidores, esto hace notar el poco uso de esta red social; además, en TikTok, este medio cuenta con 256 seguidores, con un total de ocho videos en dicha red social.

Cabe mencionar que *Limón TV* tiene los siguientes programas:

1. “Limón hoy la revista”, donde se habla de diferentes temas como salud, entretenimiento, deportes, series de televisión, emprendedores limonenses y sucesos o novedades ocurridas en la provincia.
2. “Limón deportes”, donde se concentran en los deportes de Limón Black Star, el equipo de la provincia.
3. “Hablemos de Limón”, donde el presentador Martín Montoya analiza y cuestiona leyes y argumentos que se han implementado para el bienestar de la provincia.
4. “Timeout con Yanell”, programa donde representan la cultura limonense apoyando a los talentos y festejos de Limón.

5. “La guachafita podcast”, el cual, a pesar de ser un *podcast*, es transmitido en televisión, y los presentadores conversan de diferentes temas importantes, desde la infancia, recuerdos, o temas debatibles, con un poco de humor.

En Facebook, en el segundo cuatrimestre del 2023, que serían los meses de abril hasta julio, este medio realizó un total de 162 publicaciones en general.

La cantidad de programas de la “Revista de Limón Hoy”, en el transcurso de tiempo estipulado, es de 74 programas; sin embargo, aunque se analizan todas las notas, se seleccionan las más importantes para poder llegar a la respuesta esperada. Dicha revista servirá de enfoque para el análisis que se realizará.

Mes de Abril

La cantidad de revistas realizadas en este mes fueron 17, mismas que inician desde el 03 de abril y finalizan el 28 de abril.

La revista comienza a la 1:30 p.m., cuando los presentadores dan inicio saludando a la audiencia y saludándose entre sí; seguidamente, realizan un pase simulado hasta el Instituto Meteorológico Nacional, dando el reporte del clima. En este programa se le da cobertura a temas sociales y culturales, como el concierto de salsa que hubo en esas fechas en Limón; también se menciona el control que realizó el Gobierno en el barrio Limoncito, sobre las inundaciones que sufrían los habitantes del barrio en esas fechas.

Debido a que para esas fechas de abril se tenían las actividades de Semana Santa, en el programa le dieron cobertura al “Domingo de Ramos”, donde entrevistaron a varias personas al respecto. En ese mismo mes se les dio información a las personas sobre más temas sociales, como entretenimiento, entre otros.

El vocabulario de los periodistas es claro, conciso y no llega a lo vulgar; asimismo, es coloquial, para mayor entendimiento de los televidentes. Al respecto, lo que indica el código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica (2011) es: “Artículo 18. Perseverar en el uso correcto de la lengua, bajo los principios de rigor en su utilización, claridad en exposición de ideas, promoverlo y preservarlo con excelencia” (Colegio de Periodistas de Costa Rica, 2011, p. 23).

Con respecto a la cobertura en entrevistas, el medio de comunicación *Limón TV* realiza entrevistas largas, ya sea a expertos de algún tema de interés, o bien a los emprendedores, a quienes les da oportunidad el medio, representando a la cultura limonense. El lenguaje en las entrevistas es respetuoso, sin embargo, se percibe que las entrevistas son muy largas y poco informativas, caen más en lo personal del emprendedor.

Las entrevistas a expertos son de larga duración, sin embargo, estas sí cuentan con atracción al televidente, aunque caen en mucha redundancia. El medio menciona las fuentes donde obtuvieron la información, e incluso entrevistan a expertos; sin embargo, con los expertos, en algunos programas, las empresas enviaban a un funcionario y no al experto como tal, sino a su asistente o a alguno que no tiene tanto conocimiento del tema.

Según el código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica (2011), el periodista debe realizar lo siguiente en las entrevistas:

Artículo 8. No utilizar información privilegiada que se reciba en el desempeño del trabajo y manipularla en beneficio propio, de parientes o de terceros.

(...)

Artículo 14: Es deber de todo profesional de la comunicación indicar la fuente de donde obtuvo la información y respetar la confidencialidad de aquella, cuando ésta así lo solicite. (p. 22)

Mes de Mayo

La cantidad de revistas realizadas en este mes fueron 19, mismas que inician desde el 02 de mayo de 2023 hasta el 30 de mayo del año en curso.

Como fue mencionado anteriormente, la revista tiene un horario de 1:30 p.m. a 2:30 p.m., exactamente una hora. En este mes de mayo conversaron y se enfocaron en temas como el equipo de Limón, ya que para ese mes se jugó la liga de ascenso, y aunque la revista no está enfocada en deportes, tocaron temas también del equipo de Limón Black Star.

Cabe recalcar que los presentadores transmitieron imágenes originales de TD MÁS, sin embargo, le dieron créditos a dicha televisora. Al respecto, el código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica (2011) menciona: “Artículo 14: Es deber de todo profesional de la comunicación indicar la fuente de donde obtuvo la información y respetar la confidencialidad de aquella, cuando ésta así lo solicite” (p. 22).

En ese mismo programa también se enfocaron en un restaurante ubicado en Puerto Viejo, ya que dicha revista se enfoca en la cultura limonense, como fue mencionado anteriormente.

En otros programas, también analizaron el discurso de rendición de cuentas del presidente Rodrigo Chaves, debido a que un día antes brindó un discurso donde hace mención de la provincia. Este programa fue el día 03 de mayo de 2023.

El análisis que realizaron los presentadores fue del discurso que dio el presidente con respecto a Limón, ya que, según los periodistas, en el discurso se menciona a Limón solo una vez, según lo analizado por ellos, y solo por temas de seguridad e infraestructura. Los presentadores reclaman diciendo que para el presidente no son importantes muchos más temas de Limón, los cuales son urgentes.

En el programa mencionan que el presidente habló sobre los escáneres de APM. Al llegar al tema de la inseguridad en la provincia, el periodista Udhei Leitón da su opinión diciendo que no cree que esto acabe con más policías, argumenta que debería darse otros planes. Sin embargo, cabe mencionar que en el discurso el presidente menciona los problemas actuales que tiene la provincia, tanto la inseguridad, escáneres y problemas de infraestructura; por ende, se puede ver que el periodista malinterpretó los datos.

El código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica (2011) menciona al respecto de malinterpretar información: “Artículo 26. No elaborar informaciones fuera de contexto o tendenciosas, que puedan inducir a engaño” (p. 24).

Ese mismo día se enfocaron en una familia muy numerosa que tiene una empresa de bisutería y manualidades. Asimismo, en otros programas de los días siguientes consiguieron diferentes entrevistas con emprendedores de la zona, también con personas que representan la cultura limonense.

Ante esto, el código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica menciona sobre hacer partícipe al público lo siguiente: “Artículo 23. Facilitar la participación de los ciudadanos en los medios de comunicación y el derecho de respuesta” (p. 24).

Mes de Junio

La cantidad de revistas realizadas en este mes fueron 22, mismas que inician desde 01 junio hasta el 30 de junio. Mismo horario, misma dinámica.

Este medio en el mes de junio se enfocó más que todo en la campaña de vacunación contra la influenza. En el programa del 01 de junio también le dieron homenaje a un influyente personaje de la provincia que había fallecido en esos días, quien era reconocido por haber creado una de las comparsas más queridas de Limón.

En los otros programas de los días siguientes, se enfocaron en otros temas típicos de la revista, como entrevistas a *influencers* limonenses y a emprendedores; asimismo, le dieron cobertura a diferentes allanamientos que realizaron las autoridades limonenses. El estilo de la cobertura ante estos temas es un poco confuso, debido a que el periodista no dice toda la información concisa.

Ante esto, solo se brindan imágenes tomadas del Organismo de Investigación Judicial y una narración un poco trabada de lo que sucedió. En el caso concreto, en apariencia una familia fue allanada por ser sospechosa de asesinar a un barbero en la provincia de Limón. Aunque tienen inserciones del OIJ, no es muy comprensible; sin embargo, el código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica no menciona nada al respecto de una nota confusa, debido a que lo que dice el periodista es verdad.

Con este mismo enfoque continúan las siguientes notas, pues en su mayoría tienen contenido de entrevistas con *influencers*, emprendedores y más sobre la cultura de Limón.

Mes de Julio

Cantidad de revistas realizadas este mes fueron de 18, mismas que inician desde el 03 de julio hasta el 31 del mismo mes. A continuación, se transcribirá el análisis de los programas más relevantes, para la ayuda de las respuestas esperadas en la presente investigación.

En dicho mes las revistas fueron de diferentes temas. Entrevistaron a *influencers* populares de la provincia y continuaron con el enfoque caribeño, entrevistando a emprendedores.

No se enfocan tanto en las necesidades periodísticas que tiene la provincia, no informan tanto sobre el acontecer limonense. En esta revista se enfocan mucho en apoyar a los limonenses de manera positiva, pero deberían tener un segmento de noticias, solo de noticias, porque se puede caer en la desinformación, ya que es considerado un medio noticioso para los limonenses.

Se entiende que una revista tiene diferentes temas diarios. Ya que los limonenses consideran “Limón Hoy, La Revista” como un programa noticioso, debería el medio de considerar un apartado para noticias, posiblemente como otro programa aparte.

Ante lo anterior, el código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica (2011) menciona al respecto: “Artículo 17. Servir al bienestar colectivo, promover la tolerancia, la educación, la cultura, la creatividad, la sana convivencia social y la seguridad del destinatario del mensaje” (p. 23).

Para efectos de la presente investigación, se realizó el anterior análisis con el fin de llegar a las conclusiones éticas, fundamentadas en el código de ética planteado por el Colegio de Periodistas. Asimismo, se busca dar respuesta a los objetivos de la presente investigación.

Según el Colegio de Periodistas de Costa Rica, se entiende por código de ética lo siguiente: “Los códigos son instrumentos pedagógicos de docencia, reflexión, autocrítica e investigación a la luz de los valores esenciales de su profesión; hablan el lenguaje o responden a las preguntas que surgen de cada grupo humano” (p. 06).

Lo anterior servirá para llevar a cabo un análisis en el contenido de los medios de comunicación *Limón TV* y *Radio Casino Limón*. Como anteriormente fue mencionado, el análisis regirá en el contenido que tienen en sus redes sociales, como Facebook, y TikTok. El periodo de tiempo en el segundo cuatrimestre del año en curso 2023.

Para continuar con el análisis de ambos medios de comunicación, se analizará en esta ocasión a *Radio Casino Limón*. Se analizará el contenido que publican en sus redes sociales, como Facebook, Instagram y TikTok. Cabe recalcar que dicho medio de comunicación no cuenta con el contenido radial de noticias en sus redes sociales, solo cuenta con notas escritas y diferentes programas en vivo realizados en conferencia de prensa.

Debido a lo anterior, se le pidió al director y presentador de las noticias que grabara el noticiario en video y lo facilitara, con el fin de poder llegar a un mejor resultado en el análisis ético.

En su página de Facebook, *Radio Casino Limón* cuenta con 83 mil seguidores; en la red social Instagram cuentan con 135 seguidores, sin embargo, no publican nada en dicha red

social. Debido a ello, el análisis se enfocará en las publicaciones de Facebook, dado que es la única red social en la cual publican contenido.

Radio Casino Limón contiene los siguientes programas radiales:

1. “Entre compas”, un programa presentado por Sergio Díaz, quien también es el creador de este. Su enfoque es una conversación entre amigos donde hablan de deportes y la vida de los deportistas, especialmente de fútbol, y aunque es un programa originalmente de televisión, también lo realizan con formato en radio.
2. “Sazonando las mañanas”, dirigido y coordinado por Sergio Díaz y Mónica Meneses, donde se dedican a conversar de música, complacer a la audiencia, y dar pequeños fragmentos de la vida de los artistas que pide el público.
3. “Deportivo Atlántico”. Este programa se enfocan solo en el formato radio y conversan de deportes de todo tipo, y comparten con la audiencia al respecto.
4. “Comentarios al día”. Este programa no tiene un presentador fijo, solamente se dirigen un grupo de personas a conversar del día a día, y del acontecer diario.
5. “La hora salsa”, dirigido por Tatiana Sáenz, periodista que se dedica únicamente a dicho programa, donde, como su nombre lo dice, pone en emisión piezas de salsa.
6. “Radio Noticias Casino”, programa de noticias donde Francisco Morales es el conductor y el encargado de las noticias.
7. “La hora brava”, programa de sábados en la mañana.

En Facebook, en el segundo cuatrimestre del 2023, que correspondería a los meses de abril hasta julio, este medio realizó un total de 27 publicaciones de *Radio Noticias Casino*, donde realizaron notas escritas y algunos programas en vivo.

Como anteriormente fue mencionado, en este apartado, aunque se analizarán todas las notas, se colocarán las más relevantes para poder llegar a las respuestas esperadas en la presente investigación.

Mes de Abril

La cantidad total de notas escritas y programas en vivo de noticias en este mes fue de nueve en total. Cabe recalcar que dicho medio de comunicación sube contenido a las redes sociales de deportes y otros programas en los cuales la presente investigación no se enfoca.

La primera nota escrita del mes se realizó el 01 de abril del 2023, donde la información central y principal era la reparación de la calle de la avenida 4. La información es corta y precisa, apoyada con imágenes, siendo un faltante los entrevistados. Tampoco cuenta con un título, por lo que es difícil saber el nombre de la nota. Se analizará la ética.

El medio de comunicación en este mes realizó también una nota escrita donde anuncia la muerte de un exregidor cantonal y líder de la comunidad de Talamanca. La ética reflejada en esta nota es muy humana, ya que el periodista que la escribió hizo la nota muy personal.

En dicha nota sucede el mismo caso anterior. No cuenta con título, ni antetítulo, tampoco con los requisitos de la pirámide invertida; ante esto, la nota escrita puede considerarse más como un mensaje de condolencias de un amigo hacia la familia del occiso, considerando que la página utilizada para publicar dicho mensaje fue la del medio de comunicación, no fue una red social personal.

Ante lo anteriormente mencionado, el código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica (2011) menciona: “Artículo 24. Conducirse de manera respetuosa en la obtención de las informaciones, con respeto al dolor ajeno, la privacidad y la intimidad” (p. 24).

Con respecto a lo anteriormente citado, la nota es muy personal, el periodista no cuenta más del suceso, solo que falleció, emitiendo un pésame a la familia; asimismo, hace mención de que era “la mejor persona” y que el país había perdido a un gran ser humano. Según el código de ética, el periodista debe dar la información con respeto al dolor ajeno, pero no hacerlo personal, sino que debe informar de la muerte como una nota escrita y con todo lo que se requiere.

El código de ética del COLPER (2011) continúa mencionando: “Artículo 22. Ejercer con vocación de servicio público, de tal forma, que las informaciones emitidas sean oportunas, equilibradas y veraces” (p. 24).

Radio Casino Limón realizó una publicación como nota escrita, donde informan sobre el cierre de la ruta 32. En esta nota sí ponen fecha y hora, sin embargo, no mencionan más, no dicen si hay heridos por el derrumbe, no es una nota completa. Mismo caso de los anteriores, donde la nota no cuenta con título, ni con los requisitos de la pirámide invertida, es por esto que es considerada como incompleta.

Debido a lo anteriormente mencionado, cabe recalcar que, en este análisis, también se puede colocar el artículo anterior del código de ética, el cual es el 22.

Mes de Mayo

La cantidad de notas escritas y programas en vivo hechos por el medio en este mes fue de siete.

La primera nota subida en este mes fue el 02 de mayo del 2023, donde se realizó un programa en vivo de la edición de *Radio Noticias Casino*. Las informaciones puestas en el noticiario son veraces y exactas, cuentan con información completa sobre fechas, e incluso,

estadísticas. El lenguaje y la presentación del periodista transmiten calma, no menciona para nada dichos coloquiales, es formal sin caer en lo aburrido.

El código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica (2011) menciona:

Artículo 22. Ejercer con vocación de servicio público, de tal forma, que las informaciones emitidas sean oportunas, equilibradas y veraces.

(...)

Artículo 24. Conducirse de manera respetuosa en la obtención de las informaciones, con respeto al dolor ajeno, la privacidad y la intimidad. (p. 24)

Mes de Junio

La cantidad de notas escritas o programas en vivo realizados en este mes fue de seis en total. Se analizará la ética en general de todas.

La primera nota fue publicada a principios del mes de junio, sin embargo, falta información, pues no mencionan muy claros los hechos. La nota es sobre el estado del mar en el Caribe Sur del país, esto como medida de precaución para los turistas, pero no menciona nada más allá, como las condiciones del tiempo, o cuáles áreas son permitidas nadar. Tampoco cuenta con entrevistas con expertos para darle fundamento a lo que está narrando el periodista.

Por otro lado, en la nota anterior, las condiciones del mar son importantes, más cuando es fin de semana, ya que las personas viajan en dirección a la playa; sin embargo, la falta de información puede llevar a las personas a la desinformación.

El código de ética del COLPER (2011) menciona lo siguiente: “Artículo 26. No elaborar informaciones fuera de contexto o tendenciosas, que puedan inducir a engaño” (p. 24).

La siguiente nota fue un programa en vivo del día 15 de junio del 2023, donde el periodista daba la información sobre la caída de un árbol en Manzanillo de Puerto Viejo. La información tiene un faltante de entrevistas y varias explicaciones, sin embargo, es comprensible el por qué la falta de esto, ya que las personas estaban ayudando en la caída del árbol y estaban muy ocupados. Se ve en el programa en vivo donde el periodista menciona los hechos correctos de lo que sucedió, sin embargo, al terminar el programa, se pudo realizar una nota formal con expertos y entrevistas a los que ayudaron en la caída del árbol.

El código de ética del COLPER (2011) se menciona:

Artículo 14: Es deber de todo profesional de la comunicación indicar la fuente de donde obtuvo la información y respetar la confidencialidad de aquella, cuando ésta así lo solicite.

(...)

Artículo 22. Ejercer con vocación de servicio público, de tal forma, que las informaciones emitidas sean oportunas, equilibradas y veraces. (p. 22)

Mes de Julio

La cantidad total de notas escritas o programas en vivo realizadas en este mes fue de cinco. Se analizará la ética a la hora de informar de las más relevantes, según lo expuesto por el código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica.

En este mes, el día 01 de julio, se realizó un mini carnaval en Matina. El medio de comunicación dio la correcta cobertura, donde la ética se nota, pues el lenguaje es completamente coloquial sin caer en lo vulgar, a la vez es culto sin ser aburrido, y representa la correcta cultura limonense. También, hace partícipes a las personas que están disfrutando del carnaval.

Por otro lado, al ser un en vivo no se analiza lo mencionado anteriormente como la pirámide invertida; sin embargo, sí entrevistó a los organizadores, e incluso a participantes del carnaval.

Según el Colegio de Periodistas de Costa Rica (2011):

Artículo 22. Ejercer con vocación de servicio público, de tal forma, que las informaciones emitidas sean oportunas, equilibradas y veraces.

Artículo 23. Facilitar la participación de ciudadanos en los medios de comunicación y el derecho de respuesta.

(...)

Artículo 25. No reproducir estereotipos de ninguna naturaleza, ni hacer discriminación de personas por ninguna razón. (p. 24).

La siguiente nota, es sobre el cierre del Zurquí, donde hay material caído. En la nota se menciona que la resolución del percance tomará horas. El comunicador de dicha nota les desea buen viaje a las personas. Es una noticia corta y sin información completa, dada la falta de entrevistas con expertos, así como de título y antetítulo, la pirámide invertida y demás requisitos para que una nota escrita sea considerada completa.

Según el código de ética del COLPER (2011): “Artículo 26. No elaborar informaciones fuera de contexto o tendenciosas, que puedan inducir a engaño” (p. 24).

Debido a la falta de contenido en las redes sociales, se optó por ir hasta el estudio de la radio donde se logró grabar un poco la forma en la que se realiza el noticiario, mismo que inicia a las 6:00 a.m. y finaliza a las 7:00 a.m.

Ante esto, se logró observar, que el periodista toma notas de otros medios de comunicación y las lee en el programa, el cual es un estilo impuesto por el director, es decir, buscan notas de otros medios como *Diario Extra*, y las notas más relevantes la leen en vivo en el programa; buscan notas que relacione a Limón, y unas que otras son propias. Ante esto, el periodista no dice ni menciona que la información es tomada de otros medios.

Según menciona el código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica (2011):

Artículo 8. No utilizar información privilegiada que se reciba en el desempeño del trabajo y manipularla en beneficio propio, de parientes o de terceros.

(...)

Artículo 12. El engaño, la competencia desleal y el mercantilismo, se considerarán actos impropios en el ejercicio profesional.

(...)

Artículo 14: Es deber de todo profesional de la comunicación indicar la fuente de donde obtuvo la información y respetar la confidencialidad de aquella, cuando ésta así lo solicite. (p. 22)

Para efectos de la presente investigación, es necesario mencionar la elaboración de las siguientes tablas, que sirven para una mejor comprensión del análisis realizado sobre los dos medios de comunicación.

Las tablas elaboradas son un listado para ayudar al lector a entender cuántas notas éticas tienen cada medio de comunicación regional investigado en el presente trabajo. Las notas cuentan con su respectivo nombre.

Se elaborarán por separado, siendo así la primera la lista ética de *Limón TV*, continuando con *Radio Casino Limón*, esto para una mejor comparación entre ambos medios de comunicación.

Cabe recalcar lo mencionado reiteradas veces en este trabajo de investigación, que no se incluyeron todas las notas, sino una lista precisa y escogida, para que así sea más comprensible el trabajo.

Tabla 7

Cuadro ético Limón TV.

Mes	Cantidad de programas al mes	Nombre del programa	Ética	No ética
Abril	17 programas.	Limón hoy la revista.	16	1
Mayo	19 programas.	Limón hoy la revista.	18	1
Junio	22 programas.	Limón hoy la revista.	22	0
Julio	18 programas	Limón hoy la revista	18	0

Fuente: Elaboración propia, 15 de noviembre, 2023.

Tabla 8

Cuadro ético Radio Casino Limón.

Mes	Cantidad de notas al mes	Éticas	No éticas	Nombre de las notas no éticas
Abril	9 notas	6	3	Reparación calle. Nota ruta 32. Muerte regidor.
Mayo	7 notas	7	0	X
Junio	6 notas	5	1	Nota estado del mar en puerto viejo.
Julio	5 notas	4	1	Nota del Zurquí.

Fuente: Elaboración propia, 15 de noviembre, 2023.

Análisis de los Resultados

Para efectos de la presente investigación, se llevará a cabo el siguiente análisis de los resultados, para saber si lo recaudado responde a los objetivos correctamente.

Se analizará cada una de las recolecciones de datos, así como cada uno de los objetivos, con el fin de poder demostrar si la investigación responde a cada uno de ellos.

Según Hernández y Mendoza (2018), se entiende como análisis de datos: “Los datos recolectados por ambos métodos son comparados o mezclados en la fase de análisis. Este diseño suele proporcionarte una visión más amplia del fenómeno estudiado que si usaras un solo enfoque” (p. 641).

En este apartado de análisis, se tomarán en cuenta lo dicho por los entrevistados, desde el *focus group* hasta las entrevistas que se hicieron por aparte a cada uno de los periodistas y directores de los medios que sirven como objeto de estudio. También se tomarán en cuenta el análisis de las notas y programas que mantienen en sus redes sociales en el tiempo estimado para la presente investigación, el cual es el segundo cuatrimestre del 2023, mismo que rige desde abril hasta julio.

Para iniciar con este análisis, se debe explicar primero qué es un medio de comunicación. Los medios de comunicación juegan un papel importante en la información. En la vida diaria, las personas buscan en diferentes medios alguna noticia relevante tal y como lo define Jara (2009) en su artículo. Jara explica que los medios de comunicación son canales artificiales los cuales permiten la comunicación interpersonal entre emisor y receptor. Es decir, los medios de comunicación son una manera antigua utilizada para informar a las personas de diferentes acontecimientos diarios que pasan en el país o internacionalmente. Sirven para que cada persona pueda mantener comunicación entre sí, pues ahora hay muchas maneras de comunicarse como lo son los medios digitales, que también son medios de comunicación, pero más personales.

Estos medios han sido desde siempre una manera esencial de comunicación para las personas de diferentes edades. Con la llegada de la era digital y las redes sociales, la forma de comunicarse ha cambiado, pues hoy día es muy común usar las redes sociales para informarse de cualquier cosa; sin embargo, hay muchas personas que utilizan solo Facebook, y TikTok, otros cuentan con todas las redes sociales, desde Facebook, TikTok, Instagram, Snapchat y otras que no pertenecen a este análisis.

Para una mejor comprensión del presente análisis, se explicará lo que significa redes sociales, tomando en cuenta las referencias tomadas en apartados anteriores, para sustentar la investigación.

Tal y como fue descrito por Redon (2020), existe el debate sobre las oportunidades y los desafíos que presentan las redes sociales sobre todo para las y los adolescentes. Las redes sociales se han vuelto parte del diario vivir de todas las personas, muchas redes sociales tomaron popularidad desde hace muchos años. Hubo una que revolucionó el mundo y esa es Facebook, que es la red social pionera, la que revolucionó la manera de compartir con otras personas.

Hoy día hay muchos medios de comunicación que al instante se unieron a esta red social, porque alcanzó rápidamente mucha popularidad, Facebook ha tomado un papel central en internet al ser la red social online más grande del mundo, es tan grande que se conecta con más personas y llega a más público por ser una de las más populares.

Dada la popularidad tan grande que ha tenido esta red social Facebook, muchos medios de comunicación han querido tener una página en esta, de ese modo, pueden llegar a más personas, sin importar si es un canal de televisión.

Para poder enriquecer aún más este análisis, se explicará qué son los medios digitales y cómo esto cambia la perspectiva de los medios tradicionales. En la actualidad, los medios digitales tienen una gran influencia en la opinión pública en la sociedad, permitiendo a la ciudadanía evolucionar grandemente en el ámbito de la comunicación.

La era digital vino para quedarse, es por esta razón que muchos medios de comunicación tuvieron y optaron por adaptarse a este cambio, ya sea para sobrevivir a la

aceptación de la sociedad, o para generar más ingresos, debido a que Facebook y otras redes sociales pertenecientes a esta pagan por realizar contenido.

Destacar los Cambios que Han Tenido los Medios de Comunicación Regionales y Cómo Influye esto en su Ética

En la presente investigación se analizó la ética periodística de los medios regionales. Ante esto, se debe explicar lo que ética significa. La ética estudia los valores morales de las personas, en este caso de los periodistas.

La manera en la que realizan su trabajo profesional, y qué valor agregan a este, son elementos necesarios para el presente estudio; sin embargo, se sabe que, a lo largo de la historia del periodismo, siempre han existido noticias falsas.

La desinformación no es algo nuevo. Seguramente, el gran cambio de la era digital está en el consumo de la información. En primer lugar, porque las *fake news* se siguen construyendo desde el poder, es decir, las personas pueden utilizar diferentes medios que están en redes sociales para crear estas “noticias falsas”.

Antes de las redes sociales, las personas se informaban tradicionalmente, por medio del periódico o en televisión con los canales de noticias. Era muy común observar cómo las personas se sentaban horas en frente de la televisión para entretenerse o informarse. Hoy día se sigue informando, e incluso, todavía hay familias que se informan en televisión, pero estos canales también cuentan con redes sociales, donde suben contenido noticioso o entretenido.

Cabe mencionar que uno de los resultados es que el medio de comunicación *Limón TV* utiliza como redes sociales Facebook, Instagram y TikTok. Aunque Instagram y TikTok no los utilizan con mucha frecuencia, usan Facebook para transmitir sus programas.

Son un canal de televisión cuya cableras son a nivel nacional, como Kolbi TV e IPTV, utilizando el canal 36 como referencia; sin embargo, en Facebook también pueden ver los programas que se transmiten en la televisión, esto para aquellos que no tengan las diferentes cableras en las que transmiten, y para llegar a un mayor público.

En la red social Facebook, en la cuenta llamada *Limón TV*, cuentan con 44 mil seguidores, mientras que en Instagram cuentan con 724 seguidores. Esto hace notar el poco uso de esta red social. Además, en TikTok, este medio cuenta con 256 seguidores, con un total de ocho videos en dicha red social, evidenciando una vez más el poco uso que le dan a esta red social. En la presente investigación solo se analizó la red social Facebook, que es la que más utilizan los medios de comunicación que sirven como objeto de estudio.

De los programas con los que cuenta *Limón TV* se puede mencionar que, aunque en la presente investigación se analizaron todas las notas del medio sobre el programa “Limón Hoy, La Revista”, no se pusieron todas, solo las más relevantes.

La cantidad de programas de la revista de “Limón Hoy”, en el tiempo estipulado para el estudio, es de 74 programas en total.

Según lo dicho por los entrevistados, el medio sí ha tenido cambios, pues han ajustado su estilo a uno más moderno para llegar a una mayor cantidad de público en las redes sociales, como fue el caso de Dereck Barrientos, camarógrafo y presentador de *Limón TV*, quien mencionó que:

El cambio en la ética puede darse por muchas cosas, pero siempre hay que mantenerlo, tanto en las falsas informaciones que se ha venido dando con las *fake*

news, ahora redes sociales que hay tantas páginas que sacan informaciones que son difíciles de corroborar si son ciertas. (Comunicación personal, 24 de agosto, 2023)

Evidenciando lo anterior, relativo al ajuste que debe dar el medio de comunicación con la llegada de la era digital, cabe mencionar que este medio lleva 20 años existiendo, por ende, la llegada de las redes sociales realizó un cambio en este medio, debido a lo cual optaron por transmitir sus programas por medio de Facebook.

La ética de un periodista debe permanecer, sin importar las situaciones o circunstancias; sin embargo, hay muchas razones que influyen en que un periodista o un medio de comunicación dejen de lado o cambien su ética, debido a la forma de pauta que ahora con las redes sociales llegan a más público, y esto puede hacer que los medios de comunicación que utilizan las redes sociales para sus transmisiones y demás sean solo un negocio, provocando que para que el medio se adapte a esta era, deba aceptar cosas antiéticas.

Ante esto, otro entrevistado, Udhei Leitón, periodista de *Limón TV*, también comentó al respecto, durante la recolección de datos de la presente investigación:

Siento que es el periodista el que tiene que ser ético, el medio es la institución y la imagen donde uno está. La ética no es cambiante, es decisión de la persona el ser ético, aunque informe en un medio televisivo que es transmitido por redes sociales, o bien, para uno tradicional que informa solo por televisión. (Comunicación personal, 24 de agosto, 2023)

Para sustentar aún más la investigación, se formularon varias preguntas a espectadores de ambos medios regionales que sirven como objeto de estudio, para saber y destacar los cambios que verdaderamente han tenido estos con la llegada de las redes

sociales; como lo que mencionó Luis Navarrete, quien dijo que él antes leía el periódico y esa era la forma en la que se informaba, “ahora todo es por medio del celular. Los canales *Limón TV* y *Radio Casino Limón* casi no se adaptan, pues *Radio Casino Limón* aún realiza el noticiario a las 6 a.m.” (Comunicación personal 09 de octubre, 2023).

Otro dato recolectado de un espectador más indica que él aún se informa viendo *Teletica* en la televisión, pero recalca lo que dijo el anterior espectador, pues ahora todo es por medio del celular. Estos comentarios dejan la evidencia de que ahora los mayores no pueden informarse como antes, o al menos consumir tanto los medios regionales por motivos de que cada medio tuvo que adaptarse a la era de las redes sociales.

Debido a lo anterior, se puede pasar al siguiente medio de comunicación, en el cual también se analizó la ética; sin embargo, como en el caso anterior, se puede mencionar que, aunque sí se hizo el debido análisis ético en todas sus notas, comparándolas con el código de ética del Colegio de Periodistas, solo se exponen en el presente trabajo de investigación las más relevantes.

Este medio es *Radio Casino Limón*, mismo que cuenta con 83 mil seguidores en la red social de Facebook, y en Instagram cuentan con 135 seguidores; sin embargo, no publican nada en dicha red social.

Para dar respuesta a esta parte del objetivo, se entrevistó a varias personas, desde el director de la sección de noticias en *Radio Casino Limón*, el cual se llama Francisco Morales, hasta los mismos espectadores en el *focus group*, y la adaptación que han tenido los medios de comunicación con respecto a la ética.

Francisco Morales, director de *Radio Casino Limón*, comentó:

La ética nunca va a cambiar sea en el medio que sea, porque los parámetros siempre son que la ética es por y para el bienestar de los semejantes, evidenciando el comentario que, no importa el medio que utilices para informar, lo importante es hacerlo con la verdad. (Comunicación personal, 24 de agosto, 2023)

Ante esto, algunos radioescuchas de la emisora comentaron sobre el cambio. Quien comentó primero fue Luis Navarrete, quien dijo: “Por lo menos, *Radio Casino* aún transmiten las noticias en la radio en vivo, pero el otro medio, *Limón TV*, es solo por Facebook” (Comunicación personal, 09 de agosto, 2023).

En esta parte, después de haber puesto toda la recopilación del material recaudado para este objetivo, se puede llegar a la conclusión de que sí ha cambiado el periodismo, o bien, los medios regionales, con la llegada de la era digital; no obstante, dicho cambio aplica mayormente para *Limón TV*, puesto que, en efecto, *Radio Casino Limón* aún hace sus transmisiones de noticias en la radio en vivo, dado que es una decisión o estilo del medio el no adaptarse a lo moderno, como lo son las redes sociales.

En el caso de *Limón TV*, ellos se adaptan más a la era digital por motivo de que no todos cuentan con cableras en casa; entonces, una forma rápida de llegar a más personas es por medio de las redes sociales, pero también se debe a que su público es más joven y sus presentadores y contenido también lo son.

Ante lo mencionado con anterioridad, se puede decir que sí, los medios cambian su ética por la llegada de las redes sociales, esto para adaptarse mejor y llegar a un público más amplio, dando así respuesta al anterior objetivo.

Con respecto a la ética, sí influye, pues como anteriormente se observó durante el análisis, aunque la ética no es cambiante, porque son los valores de las personas, se aplica diferente en los escenarios en los que se mueven las personas; es decir, la ética que se debe de imponer en la vida diaria no es la misma que se aplica en los trabajos o profesiones.

La ética y los valores con los que cuenta cada individuo es la representación de lo que es el ser humano, pues, como fue mencionado anteriormente. En el caso de los medios analizados, la ética que aplican en la emisora al leer las notas de otros medios en vivo, cosa que es antiética, no es el mismo estilo que mantienen en su página de Facebook, ya que en dicha página suben notas escritas propias de los periodistas que laboran en el medio.

Por lo tanto, el medio *Radio Casino Limón*, en el presente estudio, se evidencia que no es ético por la acción que aplica en la radio en vivo, y por las notas escritas que no se apegan a lo que rige el código de ética. No obstante, aquí se realiza la siguiente pregunta a responder: ¿Qué pasaría si *Radio Casino Limón* realizara sus propias notas y las leyera en vivo en la radio? O bien, ¿qué pasaría si realizan notas con tiempo y profesionales, notas dignas de estar en la radio sobre lo que sucede en Limón diariamente?

Para responder a las preguntas realizadas anteriormente, en efecto, la radio sería más ética que la televisora *Limón TV*, porque las notas que realizarían, las subirían a las redes sociales como notas escritas correctas. Por lo tanto, serían locutadas correctamente. Ahora, con el anterior análisis se observó que en redes sociales la dinámica es diferente. No está mal que un medio de comunicación suba sus notas al Facebook, pero aquí es donde se llega a lo siguiente: el vocabulario utilizado en las redes sociales debe ser menos formal y rígido para convertirse en coloquial y amistoso.

El contenido que se debe subir a las plataformas debe ser distinto porque son gobernadas por generaciones variadas. Como se evidenció en los apartados anteriores, quienes más utilizan las redes sociales son los adolescentes, jóvenes y adultos jóvenes, estos últimos no tanto como los adolescentes.

Los medios de comunicación se están metiendo en un terreno que podría ser un poco confuso para ellos, ya que es gobernado por jóvenes, dejando atrás lo tradicional; como en el caso de *Limón TV*, cómo Luis Navarrete, quien es un adulto de un promedio de edad de 35 a 70 años, mencionó que él se informaba por medio de periódicos antes, y si no, lo hace de la manera tradicional, como lo es encender el televisor y buscar las noticias en sus horarios habituales.

Al estar en las redes sociales, los medios de comunicación regionales que sirven como objeto de estudio en la presente investigación hacen que su público con mayor edad no se pueda informar correctamente. Como lo mencionó Víctor Mora, entrevistado del *focus group*: “Es complicado, yo no se usar mi celular para entrar a esas redes” (Comunicación personal, 09 de octubre, 2023).

Ante esto, cabe recalcar que los medios grandes a nivel país no realizan una información ampliada de la provincia de Limón. Se creería que para eso están los medios regionales, sin embargo, si estos medios no pueden adaptarse al ritmo de la era digital y abandonan su público de mayor edad, y ante el mal manejo de las redes sociales no pueden llegar a público más joven, las personas de la provincia caribeña no podrán informarse correctamente.

Para finalizar, evidentemente la ética no cambia. El análisis realizado anteriormente hace notar cómo los medios caen en lo antiético por no poder aplicar la ética en los diferentes escenarios en los que se debe mover con la llegada de la era digital, y con los medios digitales que ahora están puestos en las redes sociales.

Analizar el Contenido de los Medios de Comunicación Limón TV y Radio Casino Limón Según el Código de Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica

Para efectos de la presente investigación se dará respuesta al siguiente objetivo específico. Se inicia este apartado de análisis de los resultados con *Limón TV*, los cuales cuentan con un total de 74 notas éticas. La cantidad de programas realizados en el tiempo estipulado para esta investigación es de 162 publicaciones en total.

Se tomaron las notas más relevantes con más reproducciones del programa llamado “Limón Hoy, La Revista”, donde el enfoque son emprendedores limonenses, y se abarcan diferentes temas de entretenimiento y de información.

En el mes de abril, cuando el medio realizó 17 programas, también se inicia la presente investigación. Para esas fechas hubo un concierto de salsa en Limón, al cual el medio le dio cobertura; asimismo, los periodistas mencionan el control que realizó el Gobierno en el barrio Limoncito sobre las inundaciones que sufrían los habitantes del barrio en esas fechas, pero la ética a la hora de informar es la que se analiza en este apartado.

Como para esas fechas de abril se dio la Semana Santa, en el programa dieron la cobertura al “Domingo de Ramos”, donde entrevistaron a varias personas al respecto. En ese mismo mes se les dio cobertura a más temas sociales y demás temas de interés.

Por otro lado, parte del análisis fue el vocabulario de los presentadores, el cual es claro, conciso y no llega a lo vulgar; asimismo, es coloquial, para mayor entendimiento a los televidentes. Según la comparación que se realizó con ayuda del código de ética, el artículo 18 redacta perseverar en el uso correcto de la lengua, bajo los principios de rigor en su utilización, claridad en exposición de ideas, promoverlo y preservarlo con excelencia. Lo anterior da evidencia de que el lenguaje utilizado por el periodista es ético.

Con respecto a la cobertura en entrevistas, el medio de comunicación *Limón TV* realiza entrevistas bastante largas, ya sea a expertos de algún tema de interés, o a los colaboradores de alguna entidad importante.

Aunque el medio se enfoca mucho en temas culturales de Limón, se entienden en las entrevistas con los emprendedores y expertos, mediante programas que sean de larga duración. El lenguaje que utilizan es respetuoso, sin embargo, las entrevistas no son informativas, caen más en lo personal del emprendedor.

El medio menciona las fuentes donde obtuvieron la información, e incluso entrevistan a expertos; sin embargo, con los entrevistados, en algunos programas, las empresas envían a un funcionario y no a la persona experta como tal, sino a su asistente o a alguno que no tiene tanto conocimiento del tema.

Ante esto, el código de ética también menciona en el artículo 8: “No utilizar información privilegiada que se reciba en el desempeño del trabajo y manipularla en beneficio propio, de parientes o de terceros”.

También lo sustenta en el artículo 14, que menciona que: “Es deber de todo profesional de la comunicación indicar la fuente de donde obtuvo la información y respetar la confidencialidad de aquella, cuando ésta así lo solicite”.

En el mes de mayo, el análisis que se realizó del medio fue exactamente igual. Se comparó con lo dicho por el código de ética. En ese mes se enfocaron en temas como el equipo de Limón, ya que para ese mes se jugó la liga de ascenso; a pesar de que la revista no es enfocada en deportes, tocaron temas del equipo de Limón Black Star.

Ante esto, los presentadores transmitieron imágenes originales de TD MÁS, para poder realizar las notas y hablar del equipo de fútbol con buenas imágenes. El código de ética menciona el dar créditos a otras televisoras o fuentes cuando un periodista toma imágenes de ellos. Este medio sí le dio los créditos correspondientes a dicha televisora.

Según el código de ética del Colegio de Periodistas: “El artículo 14, es el que redacta que, es deber de todo profesional de la comunicación indicar la fuente de donde obtuvo la información y respetar la confidencialidad de aquella, cuando ésta así lo solicite” (p. 22).

En otros programas, también analizaron el discurso de rendición de cuentas del presidente Rodrigo Chávez. Los análisis realizados por los presentadores estuvieron fuera de contexto, ya que se enfocaron en que, supuestamente, el presidente en el discurso solo habla de la inseguridad de la provincia y sobre los escáneres de APM, y entre otros temas menciona la infraestructura; mismo discurso en el que, según lo alegado por los presentadores, el presidente no abarca todos los problemas de la provincia, mencionando también que Limón solo se escuchó una vez en su discurso.

Los periodistas también fallan a la ética al dar su propia opinión con respecto al tema de la inseguridad en la provincia. Los periodistas mencionan que no creen que esto acabe con más policías, sin embargo, en el discurso, el presidente menciona los problemas actuales que tiene la provincia, tanto la inseguridad, escáneres y problemas de infraestructura; por ende, se da una gran evidencia que los periodistas malinterpretaron los datos.

Según lo mencionado por el código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica, para ser la adecuada comparación en el artículo 26, se redacta que: “Los periodistas no deben de elaborar informaciones fuera de contexto o tendenciosas, que puedan inducir a engaño” (p. 24).

En los meses faltantes también se comparó con el código de ética, demostrando si cumplen o no con lo expuesto por el Colegio de Periodistas en dicho código. Los entrevistados también juegan un papel importante en este proceso de análisis, ya que tanto presentadores como consumidores del medio pueden opinar si este medio es o no es ético.

Para responder al objetivo, uno de los primeros entrevistados es Dereck Barrientos, presentador y camarógrafo del medio de comunicación *Limón TV*, el cual comenta que: “La ética son algunas normas que rigen los valores que deben de tener los periodistas, a la hora de ejercer su profesión” (Comunicación personal, 24 de agosto, 2023).

Esto evidencia que el presentador conoce el concepto de ética profesional, lo cual espera evidenciar si los periodistas o presentadores conocen o no el concepto de ética. Es para saber o entender el por qué fallan a la ética, o bien, si tiene que ver con el medio o con ellos mismos.

Ante esto se entrevistó al periodista Udhei Leitón, que comentó: “La ética es el dar balance a la información y consultar ambos lados, mostrar ambos lados de la moneda” (Comunicación personal, 24 de agosto, 2023).

Con esto se evidencia que se conoce el concepto principal de lo que es la ética, sin embargo, como se analizó anteriormente en el espacio correspondiente, se ve que *Limón TV* le falla a la ética muy pocas veces; también, tienen más notas éticas que cumplen con las normas estipuladas por el Colegio de Periodistas, lo que hace notar que, si el periodista conoce el concepto y práctica estos valores, es más fácil que su trabajo sea ético.

Otro entrevistado fue Martín Montoya, director de *Limón TV*. Es necesario saber si quien está arriba conoce el concepto de ética, de ser así, se evidenciará que, por ende, les exige a los suyos hacer o practicar en el medio la ética.

El director comenta que:

La ética no es más que la representación real de los principios y valores que como profesionales debemos de enarbolar, a la hora de estar ejerciendo periodismo. Independientemente de que una persona sea periodista, abogado, o ejerza cualquier otra profesión, la ética es un principio fundamental que debemos de mantener todos. (Comunicación personal, 24 de agosto, 2023)

Ante esto, se evidencia que los periodistas conocen el concepto de ética profesional. Con este resultado y el anterior análisis que se realizó, se puede notar la respuesta de este objetivo; sin embargo, *Limón TV* no cuenta con un manual de estilo o un código de ética como tal, así lo dejó saber el director del medio, comentando que “no es solo un manual, en

el que te dejas, simplemente porque la norma así lo siga. No. Deben ser principios, equidad, opinando que la ética no debe estar escrita en piedra”.

Lo anterior pertenece a lo que mencionó Martín Montoya, director de *Limón TV*; sin embargo, en el *focus group* también opinaron los consumidores del medio. El primero en comentar es Luis Navarrete, quien comentó: “*Limón TV* no agarran notas de otros medios, pero no dicen lo que es, a veces le ponen más a la información” (Comunicación personal, 09 de octubre, 2023).

Otro consumidor de los medios que también opinó es Víctor Mora, quien menciona: “Algunos de los periodistas que laboran en *Limón TV* y en *Radio Casino Limón* son éticos, porque al final no es culpa de ellos, pues, como todo, tienen un jefe que los manda, y hay que ver las situaciones también” (Comunicación personal, 09 de octubre, 2023).

Para finalizar con este medio de comunicación, se puede notar que los periodistas conocen el concepto de ética, y ante la cantidad de notas éticas que tiene el medio de comunicación, el cual es de 74 notas éticas, tomando en cuenta que no se colocaron las 162 notas las cuales tiene el medio, de las escogidas las éticas fueron 74 y las no éticas fueron dos.

Se continúa con *Radio Casino Limón*, que en sus redes sociales cuenta con notas escritas y programas en vivo, 27 en total, durante el tiempo estipulado en la presente investigación. En el mes de abril realizaron nueve notas o programas en vivo en la red social de Facebook.

Una de las notas analizadas fue una nota escrita donde anuncia la muerte de un ex regidor cantonal y líder de la comunidad de Talamanca; sin embargo, la ética impuesta en

esta nota no está muy correcta, debido a que el periodista que la escribió hizo la nota muy personal; al leerla, se sentía como una despedida de un amigo y no como una nota. Cabe mencionar que no cuenta con título ni las “5 w” necesarias para que cuente como nota escrita, ya que en la enseñanza del ejercicio del periodismo se muestra que en una nota escrita son necesarias las “5 w”, las cuales son cinco preguntas a las que debe responder la nota.

En el artículo 24 del código de ética del COLPER se menciona que es necesario para el periodista conducirse de manera respetuosa en la obtención de las informaciones, con respeto al dolor ajeno, la privacidad y la intimidad. Sin embargo, el código no permite el que la nota sea de índole personal.

Por otra parte, en la escritura de las redes sociales cabe mencionar que, a la hora de realizar una nota escrita en alguna página presente en las redes sociales, son necesarias las “5 w”, lo cual se menciona anteriormente su función, pues, al ser para redes sociales, debe ser más corta, pero debe responder a esto, para que la nota no caiga en la desinformación.

Por lo tanto, cabe mencionar que no se analizaron todas las notas, solo las más relevantes y necesarias. Este medio de comunicación cuenta con un total de notas éticas de 22 y no éticas de cinco, esto solo de las analizadas en apartados anteriores.

Por otra parte, los entrevistados mencionaron algunos aspectos del medio. Para empezar, como se realizó con el medio anterior, se hará una prueba para determinar si los periodistas de dicha radio conocen el concepto de ética profesional.

Uno de los primeros en ser entrevistado es el director de la sección de noticias, Francisco Morales quien comenta: “La ética nunca va a cambiar sea en el medio que sea,

porque los parámetros siempre son que la ética es por y para el bienestar de los semejantes, dejando en evidencia el dominio del tema” (Comunicación personal, 24 de agosto, 2023).

Por otro lado, Sergio Díaz, entrevistado al cual se le cambió un poco la pregunta, indicó:

En efecto, a opinión propia, el medio respeta la ética. Uno de los valores que más se respetan aquí es el trabajo y la cultura, eso es lo que más representa a la empresa, y sobre la ética me parece que a nivel general sí se maneja muy bien. (Comunicación personal, 24 de agosto, 2023)

Apoyando lo anterior, se nota un claro manejo del concepto de ética; sin embargo, en el *focus group* opinaron de diferente forma, pues un radio escucha, Víctor Mora, dijo que: “En efecto, en el caso de Radio Casino, ellos agarran *La Extra* y la leen en vivo, o cualquier otra nota de otro medio” (Comunicación personal, 09 de octubre, 2023).

Este comentario anteriormente realizado por un consumidor del medio evidencia que ellos saben que la radio no elabora sus propias notas, más bien leen las que están en internet de otros medios, sin dar crédito alguno, y ya se sabe lo que dice el código de ética al respecto. en el artículo 14, el cual es aquel que redacta: “Es deber de todo profesional de la comunicación indicar la fuente de donde obtuvo la información y respetar la confidencialidad de aquella, cuando ésta así lo solicite”.

Debido a lo dicho por los entrevistados, el análisis de contenido realizado y la cantidad de notas éticas y no éticas, se puede ver que, en comparación con el código de ética, *Limón TV* formula un mejor manejo de la ética según lo estipulado por el código. Es un medio con una aplicación cuidadosa de la ética en sus redes sociales, analizadas con anterioridad,

cuidan lo que publican para no llevar al público a la desinformación. Por su parte, con la comparación realizada con el código de ética en mano, se evidencia que *Radio Casino Limón* no maneja tan correctamente su ética; aunque conozcan el concepto, no tienen una adecuada aplicación a la ética, convirtiéndolo en un medio no ético.

Por otro lado, la radio no es cuidadosa con lo que publican e sus redes sociales, a pesar de tener una mayor cantidad de seguidores que *Limón TV*, y aunque la radio tiene muchos más años que la televisora, a *Radio Casino Limón* le ha costado mucho más adaptarse a la era digital, y con la evidente falla a la ética, se evidencia que se debe a no poder modernizarse, así como a la falta de conocimiento que tiene la emisora del código de ética, y a la falta de conocimiento que tienen los comunicadores a la hora de realizar una correcta nota escrita.

Cabe recalcar que las notas para radio son diferentes que las notas que se realizan para televisión, pues las notas de radio deben tener un final doble, es decir, que la nota al final diga lo mismo que al principio, pero con otras palabras. Esto aplica solamente para las notas que se ejecutarán en la radio en vivo. Sin embargo, las notas escritas para sitios web, o periódicos como lo son *Diario Extra*, *Delfino CR* y otros medios que no están en redes sociales, pero sí en sitios web como periódicos digitales, esas notas deben ser escritas diferentes que las notas para redes sociales. La ética sigue siendo la misma, resguardando lo dicho por el código de ética impuesto por el Colegio de Periodistas, solo que se aplica diferente en los periódicos digitales y en las redes sociales.

En las redes sociales, las notas escritas deben ser claras y concisas, o bien, optar por realizar un video con la información, pero en el caso de *Radio Casino Limón*, las notas no son completas, claras ni concisas, pues confunden lo claro y conciso con lo corto, lo cual no

es así. La radio debe aplicar un mejor ejercicio a la hora de informar tanto en la radio en vivo como en las redes sociales.

Por otro lado, y para finalizar con este apartado, *Limón TV* no tiene tantas fallas a la ética según lo analizado anteriormente, a pesar de que tampoco manejan adecuadamente las redes sociales. Su estilo de buscar las noticias y la forma en la que informan es ética, sus notas en las redes sociales son las mismas que realizan para la televisión, lo que les ayuda a que su ética sea aplicada correctamente.

Explicar el Cambio que la Ética Periodística Ha Sufrido con la Llegada de la Era Digital y cómo Debe Aplicarse en los Medios Digitales

Este apartado va de la mano con el primer objetivo, donde se destacaban los cambios que en efecto han tenido los medios de comunicación; sin embargo, en este se explica el cambio en la ética con la llegada de era digital al periodismo. Para esto, se tomarán respuestas utilizadas anteriormente de los entrevistados, donde se evidencia y se explica el cambio que ha tenido el periodismo con la era digital.

Para empezar con este apartado, cabe mencionar la cantidad de notas y programas que tienen los dos medios, *Limón TV* y *Radio Casino Limón*. *Limón TV* cuenta con más manejo de las redes sociales, pero con menos seguidores que *Radio Casino Limón*. Esta radio cuenta con 85 mil seguidores en la página de Facebook y en Instagram cuenta con 135 seguidores, mientras que *Limón TV* tiene 44 mil en Facebook y en Instagram cuenta con 724 seguidores.

A pesar de la diferencia que tienen ambos medios en seguidores y cantidad de contenido en las redes sociales, se evidencia que, aunque uno es un medio televisivo, cuenta

con redes sociales, y al igual que *Radio Casino Limón*, ambos medios informan por medio de Facebook.

Ahora, analizando correctamente el uso de la ética, los resultados evidencian que *Limón TV* es más ético que *Radio Casino Limón*, sin embargo, esto es por el estilo y la manera de informar, y porque no se aplica de la manera adecuada en las redes sociales. Los medios se han adaptado a la era digital mas no de la manera correcta.

Según Dereck Barrientos, periodista de *Limón TV*:

El cambio que ha tenido el periodismo en la era digital es el problema de las *fakes news*, que lo que hacen es desinformar y muchos periodistas o comunicadores, o bien, medios de comunicación que informan a través de redes sociales, no se encargan de desmentir estas noticias falsas y deciden vender su ética por una mejor adopción a lo que rige la era en estos tiempos. (Comunicación personal, 24 de agosto, 2023)

Ante esto, en la entrevista realizada a Dereck Barrientos se mencionó que el periodismo también es un negocio, y al estar en Facebook, la cual es una red social mediante la cual se llega a muchas personas, es difícil mantener la ética. Asimismo, se dijo que algunas personas se olvidan de informar, y como se va directamente a la persona que está pagando, lo anterior deja en evidencia que la ética ha sufrido cambios, pero por decisión de los informantes.

El director de la sección de noticias de *Radio Casino Limón*, Francisco Morales, menciona que:

En ningún momento ha ido cambiando la ética, aunque los códigos de comunicación se han adaptado, pero en el aspecto de que uno tiene que ser consecuente con lo que practica, porque no puedes decir una cosa al aire, si no lo estás viviendo. (Comunicación personal, 24 de agosto, 2023)

La respuesta anterior evidencia que la ética, según Morales, no cambia. También, según el periodista de *Limón TV*, que piensa lo mismo acerca de la ética, es decisión del periodista o comunicador, pues ambos piensan que la ética no depende del medio por el cual se informe, sin embargo, según la recolección de datos que se realizó anteriormente, da evidencia de la práctica de la ética no es correcta en los medios, pues, aunque no tienen tantas fallas, en el caso de *Radio Casino Limón*, las notas no están completas, no cuentan con información relevante.

En el caso de *Limón TV*, el programa de la revista informativa “Limón Hoy” lo suben al Facebook tal cual la grabaron para la televisión, cuando en los apartados anteriores se ha evidenciado que en Facebook se puede realizar diferente contenido.

En conclusión, la ética no cambia sin importar si está en redes sociales o no, pero sí les ha costado a los medios adaptarse al ritmo de la era digital, más que todo al medio *Radio Casino Limón*, debido a que la información en redes sociales se mueve más rápido, y la primicia es tan inmediata que, para los medios regionales, adaptarse a ese ritmo es difícil.

Por lo tanto, la ética no debe cambiar, pero sí debe adaptarse al medio por el cual se está informando, pues en televisión las cosas son más formales y rígidas, en tanto en redes sociales es posible llegar a un público joven y a un público mayor al mismo tiempo, por lo que adaptarse y ajustar para aplicarlo de manera correcta en las redes sociales no está de más.

Un ejemplo de cómo se puede aplicar la ética en los medios digitales es si *Limón TV*, que realiza sus transmisiones por Facebook y también en televisión, hiciera de sus programas uno especial para redes sociales. No solo crecería su público, sino que la ética que implementarían se ajusta al medio por el cual están dando la información, sin ser tan rígido como en televisión.

En el caso de *Radio Casino Limón*, las notas en redes sociales deben ser más completas, de esa forma aplicarían el uso correcto de la ética en redes sociales, y se adaptarían mejor al ritmo digital.

El uso correcto de las redes sociales es crear contenido para las diferentes plataformas que existen. Si un medio de comunicación quiere pertenecer a la era digital e informar por medio de las plataformas digitales, se debe adaptar adecuadamente, es decir, realizar diferente contenido tanto en Facebook, TikTok, Instagram y demás redes sociales.

Con lo anterior, los medios tendrían menos fallas a la ética, pues la correcta aplicación en redes sociales podría ayudarlos. En el caso de *Radio Casino Limón*, les falta información a las notas escritas que publican en Facebook, como fue mencionado reiteradas veces.

En el caso de *Limón TV*, a pesar de tener menos fallas a la ética según lo analizado con el código de ética en mano, sus notas están bien, solo que sus programas no son informativos, debido a que la cobertura, aunque sí es ética, es no es apta para las redes sociales.

La razón por la cual *Limón TV* le falla menos a la ética que la emisora mencionada anteriormente es porque no solo su público es de edades diferentes, sino que también sus presentadores son de edades mixtas, más jóvenes que adultos, pero son de edades mixtas.

Ante esto, la libertad de los jóvenes y creatividad al presentar los programas atrae a las personas.

Recalcando que los presentadores son jóvenes y adultos, la adaptación de este medio a la era digital es muy distinta, pues no se adaptan adecuadamente, pero no es tan negativa como la adaptación que tiene la emisora.

La aplicación correcta de la ética en Facebook y las diferentes plataformas es sobre cómo se deben realizar los videos informativos de manera atractiva, sin caer en el juego de la comedia típica de los *influencers*, recordando que son periodistas, y al final el trabajo de un comunicador es informar. También, la ética rige en mantener un lenguaje apto para quienes gobiernan estas plataformas, los cuales son los adolescentes.

En parte del análisis de contenido que se le realizó a *Limón TV*, se evidenció que, en efecto, las demás redes sociales como TikTok e Instagram no las usan como lo hacen con Facebook. Así también lo hace *Radio Casino Limón*, pues no utiliza otra red social que no sea Facebook. Aunque tiene una cuenta creada en las demás redes sociales, no sube contenido o información en ellas.

Lo anterior evidencia la falta de conocimiento del dominio de las redes sociales, y la razón por la cual, a los medios regionales no les es tan fácil adaptarse a la era digital, pues el contenido del cual se ha hablado que es apto para las redes sociales, debería realizarse no solo para Facebook, sino para las demás plataformas, ya que muy pocas personas se informan por la radio o por medio de la televisión, según fue arrojado en la presente investigación.

Con respecto a la información o los videos plasmados en Facebook, se pueden cargar *reels* en Instagram dando promoción, o bien en TikTok, invitando a las personas a que

sintonicen la radio, por ejemplo, para que así los diferentes medios regionales puedan aplicar el uso adecuado a las redes sociales.

Por lo tanto, la ética no debe cambiar, pero sí debe adaptarse al medio por el cual se está informado, pues en televisión las cosas son más formales y rígidas, en redes sociales se puede llegar a gente joven y a gente mayor al mismo tiempo, por lo que adaptarse y ajustar para aplicarlo de manera correcta en las redes sociales no está de más.

Un ejemplo de cómo se puede aplicar la ética en los medios digitales es si *Limón TV*, que realiza sus transmisiones por Facebook y en televisión, hiciera un programa especial para redes sociales. No solo crecería su público, sino que la ética que implementaría se ajustaría al medio por el cual está dando la información, sin ser tan rígido como en televisión.

En las redes sociales, el morbo juega un papel principal, pues muchas personas se prestan a decir o hacer cosas solo para ganar seguidores en diferentes plataformas. Con el anterior análisis se presentaron y puntualizaron diferentes formas de no fallarle a la ética, sin importar si se informa por medio de redes sociales.

Sin embargo, parte del cambio que han tenido algunos medios digitales es prestarse al morbo, salvando los medios analizados con anterioridad, que al no conocer y no dominar muy bien las redes sociales, no caen en este juego.

El cambio que han tenido los medios regionales estudiados con anterioridad también se debe a la falta de entendimiento sobre el movimiento tan rápido que tiene la información con la era digital. Las nuevas generaciones no escuchan radio, no se informan por medio de televisión.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Tomando en cuenta todo lo anterior, que ha servido para la realización de la presente investigación, cabe mencionar lo dicho por Hernández y Mendoza (2018) sobre este apartado de “Conclusiones y recomendaciones”:

Cada investigación tiene su propia identidad, la misma que fluye desde el nivel exploratorio y que se va obteniendo en sus diferentes episodios, hasta llegar al final, donde se vierten las conclusiones. Y a lo largo del tiempo, he aprendido que, para llegar a establecer conclusiones consistentes, debo abordar la realidad, la teoría y los resultados estadísticos a los que llegue. (p. 701)

Según lo citado, las conclusiones y recomendaciones son aquello que se realiza al ya tener los resultados esperados o no esperados que arrojó la investigación. En el caso de la presente investigación, se analizaron los medios de comunicación regionales *Limón TV* y *Radio Casino Limón*, y la ética impartida en cada uno de los medios.

Con respecto a la ética, se pueden mencionar muchas cosas, pues se sabe que hoy día se vive en un mundo digitalizado. Los resultados de la presente investigación arrojaron que la ética no cambia, solamente se aplica diferentes métodos en los distintos medios de informar con los que se cuenta hoy día.

A pesar de esto, en las redes sociales hay un mundo de información que puede o no ser real. Hay páginas dedicadas a dar información falsa sobre cualquier tema, y otras páginas

encargadas de desmentirlas. Este es el cuidado que hay que tener, y confiar en los medios tradicionales en los que siempre se informan.

Las redes sociales llegaron a revolucionar el mundo y la forma en que las personas se comunican. Esto influye en que los medios de comunicación cuenten con al menos una de estas redes para subir publicaciones, o bien, informar por medio de redes sociales. Los resultados de esta investigación arrojaron que la ética no cambia, pero el mundo sí, a lo que se evidencia que ambos medios de comunicación, aunque uno le falla a la ética más que el otro, ninguno de los dos tiene un uso correcto de las redes sociales.

Lo anterior se respalda en el caso de *Radio Casino Limón*. Sus notas radiales son veraces, aunque las toman de otros medios de comunicación sin darles créditos y las leen tal cual están escritas en ese otro medio, y esto es un evidente fallo a la ética, incluso. Según el código de ética utilizado en el presente trabajo para comparar las notas, la radio también pone notas propias, y así las publican en las redes sociales; sin embargo, no son notas completas, incluso se evidenció que les falta el tema de la pirámide invertida, las “5 w”, información apoyada por expertos, entre otras fallas más. Esto se debe a que el medio es bastante más viejo que *Limón TV*, pues en la provincia llevan 72 años, pasando así por diferentes directores y periodistas, y sufriendo muchos cambios a lo largo de los años.

Esto influye en que la emisora, por miedo a perder su autenticidad que lleva años conservando, no pueda adaptarse adecuadamente en las redes sociales, y ante esto su contenido sea tan pobre y le falle a la ética.

En el caso de *Limón TV*, los resultados arrojaron que en efecto es más ético que la emisora, no obstante, tienen más manejo de las redes sociales porque en las demás redes

sociales cuyo contenido no fue analizado, se amplían con diferentes programas con temas juveniles, lo que atrae a más público.

Lo anterior evidencia que el manejo que tiene la televisora con respecto a las redes sociales se debe a la ayuda de estos jóvenes que trabajan en *Limón TV*, mismos que no tienen la libertad de hacerlo adecuadamente porque el medio tiene un estilo diferente.

En conclusión, la televisora *Limón TV* es ética, pues tiene muy pocos fallos según el código de ética establecido por el Colegio de Periodistas de Costa Rica. Tiene un mejor manejo en las redes sociales, y aunque no es el más aceptable, no le falla a la ética ni en los programas al aire ni en sus redes sociales.

Por otro lado, *Radio Casino Limón* no es ético, no solo en sus redes sociales, sino porque agarran notas de diferentes medios y las leen en vivo en la radio sin dar crédito alguno, lo cual es una falla a la ética, según lo estudiado con anterioridad.

Para finalizar, se destacaron los cambios que en efecto han tenido que realizar los medios de comunicación para realizar sus trabajos diarios con la llegada de la era digital, en la cual se pudo observar que la ética se ha visto influida.

Se analizó también el contenido ético que tienen los medios estudiados comparándolos con el código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica, lo que llevó a una evidencia esperada de que un medio es más ético que el otro, pero ambos tienen un mal uso de las redes sociales, esto apoyado con el criterio que se ve diario en las diferentes redes sociales.

También, se explicó el cambio en la ética que tienen los medios analizados a la hora de informar por medio de redes sociales, tal y como se debe hacer correctamente, llegando a

la conclusión de que en realidad no se puede decir que un medio no es ético por lo que sube en sus redes sociales, debido a que puede no tener un uso correcto, sino también por lo realizado en sus programas. En este caso, se analizaron las noticias y se observó cómo a *Radio Casino Limón* le falla a la ética en los programas al aire y en sus redes sociales.

Asimismo, se evidenció también que *Limón TV* es ético al aire y en sus redes sociales, esto por la cantidad de notas no éticas que tienen, las cuales, de las escogidas para poner en el presente trabajo, solo obtuvieron dos notas no éticas.

Recomendaciones

Según Hernández y Mendoza (2018), se entiende al apartado de recomendaciones como: “Adicionalmente, se sugieren criterios y recomendaciones para desarrollar ideas que tengan el potencial de generar conocimiento, resolver problemáticas o estudiar un fenómeno mediante la elaboración e implementación de un proyecto de investigación” (p. 504).

Con respecto a lo anteriormente citado, se entiende que las recomendaciones son criterios que se utilizan en los trabajos de investigación para generar conocimiento de las diferentes ideas plasmadas y así poder recomendar generalmente algo.

Para iniciar con las recomendaciones, se realizará una lista enumerada con las recomendaciones para *Limón TV*, y por separado las recomendaciones a *Radio Casino Limón*.

1. Se le recomienda que en el medio se implemente una sección solo de noticias, pues en la revista informativa llamada “Limón Hoy” no dan informaciones noticiosas, se enfocan más en los emprendedores y la cultura limonense, lo que puede hacer caer al público en desinformación. Se entiende que en las revistas se pueden abarcar diferentes temas. y de hecho son de diferentes temas diarios. Por lo anterior, se le

recomienda al medio que realice un noticiero solo para informaciones de la provincia.

2. *Limón TV* podría dejar “Limón Hoy” como la revista oficial y realizar un noticiero. Otra recomendación para esta televisora sería que no extiendan tanto las entrevistas, el programa dura un aproximado de una hora y eso mismo duran las entrevistas; a veces, cuando tienen más de dos entrevistados, los entrevistan juntos, duran media hora con cada uno, y es un poco tedioso y aburrido.
3. Otra recomendación sería que *Limón TV* contrate a más personal para que innove en sus programas, ya que uno de los problemas por los que *Limón TV* no cuenta con una sección de noticias es justamente por la falta de personal, ya que los periodistas que trabajan en la revista son los únicos que tienen; además, el personal extra podría ayudarles con el adecuado manejo de las redes sociales, así podrían atraer a más público joven e instar a la juventud a informarse.
4. Debido a lo anterior, se le recomienda a *Limón TV* darle más importancia a lo que sucede en la provincia limonense, pues no solo se puede informar lo malo y no solo se puede informar lo bueno de Limón.
5. La siguiente recomendación para *Limón TV* sería hacer diferentes ediciones de noticias, esto si aplican la recomendación anterior donde se les dice que pueden realizar un programa solo de noticias y por aparte dejen la revista. Con ese programa de noticias, podrían tener varias ediciones desde la mañana y una al medio día, que se repita en la noche, de tal forma podrían tener una mejor cobertura de los temas noticiosos que mantiene la provincia diariamente.

El manejo de la ética en redes sociales es el mismo que se debe tener en las labores diarias. El deber del periodista, locutor, presentador, comunicador, o cualquier persona que se dedique a generar información, es informar con la verdad, valga la redundancia.

No importa el medio en el que se labore, o el medio que sea utilizado para informar, el deber es hacerlo con veracidad y con ética; sin embargo, se entiende que el estilo sí cambia a la hora de informar por otro medio; por ejemplo, no se puede realizar una nota para televisión y subirla a las redes sociales. El contenido de redes sociales, según lo que se estudió en la presente investigación, debe ser diferente, un poco más entretenido, sin fallarle a la ética,

Ahora, se realizará un listado de las recomendaciones para *Radio Casino Limón*, continuando con una lista general para ambos medios de comunicación.

1. En el caso de *Radio Casino Limón*, se le recomienda contratar a más periodistas y que uno de los requisitos sea conocer el código de ética. Periodistas de profesión, para que con el tema de las redes sociales puedan realizar las notas completas, y también para que no caigan en la necesidad de agarrar notas de otros medios de comunicación sin dar el crédito.
2. Otra recomendación para la radio va para los encargados de toda la emisora, pues se rehúsan a cambiar y a modernizar los programas radiales, por la cantidad de años que tiene la emisora al aire.
3. Otra forma para ayudar a la emisora sería contratar a un experto en redes sociales, para que pueda modernizar con *podcast* y diferentes programas, ya que, para la presente investigación, no se pudo acudir a personas jóvenes, de un rango de edad

aproximado de 18 a 25 años, porque ninguno consume la emisora, pues la consideran bastante antigua. Los consumidores son de edades más elevadas.

4. No solo podría la radio implementar un *podcast* para atraer a más público, sino *streamings* en redes sociales, modernizar la emisora sin perder su esencia cultural que lleva años resguardando, lo que significa que la emisora entienda que no porque se modernicen y se adapten adecuadamente a la era digital le están fallando a la cultura que han cuidado por durante los 72 años que llevan al aire en la provincia de Limón.
5. Ante esos 72 años que tiene la emisora de estar en la provincia de Limón, el horario que han mantenido durante todos esos años es de 6:00 a.m. a 7:00 a.m., horario en que los jóvenes o personas incluso adultos menores de 35 años no están al pendiente de la emisora, según lo que dijo Luis Navarrete fuera de cámaras. Por la simple razón de que no tiene ningún cambio y se sabe que las notas no son propias, se le recomienda otro horario.
6. Innovar con diferentes programas no solo atraería más público, sino también despertaría el interés de los radioescuchas, ya que, debido a lo dicho por los entrevistados en el *focus group*, y aunque esto no se mencionó en las grabaciones, sino fuera de ellas, tanto Luis Navarrete como Víctor Mora y José Ocampo coinciden en que no es nada atractivo escuchar a alguien leyendo las notas de alguien más, mismas que se pueden buscar en internet.
7. A *Radio Casino Limón* se le recomienda una repetición de noticias en horarios de la tarde, o bien, que creen una revista radial, donde también entreviste no solo a los emprendedores de la zona, sino a los diferentes talentos que se encuentran en las calles limonenses.

8. Dicha revista podría subirse a las redes sociales como video, y a la plataforma Spotify como un *podcast*. Ambas referencias son muy buenas y ayudarían a la radio a crecer no solo en las plataformas digitales, sino también a nivel de emisora.
9. Otra recomendación sería que el director Francisco Morales realice las noticias en conjunto con un estudiante de Periodismo de la zona, es decir, que cada semana invite a un periodista nuevo a presentar con él en la radio. No solo abriría la posibilidad de conocimiento a este futuro periodista, sino que también atraería a las personas a escuchar la emisora.
10. La emisora podría realizar no solo el noticiero de las 6:00 a.m. como ya se conoce, sino que puede realizar una sección al medio día, donde le permita a los estudiantes de Periodismo, con la guía del director, ayudar en esa sección. Con lo anterior, no solo tendrían la posibilidad de realizar las notas propias, sino también de realizar una mejor cobertura, y abarcaría más lugares y distritos de Limón.

Se continúa con las recomendaciones para ambos medios de comunicación, tanto para *Limón TV* como para *Radio Casino Limón*.

- ✓ Se deben informar correctamente ambas partes de la moneda. Ambos medios deberían concentrarse más en el acontecer de la provincia, para así honrar el nombre de Limón, como han dicho que lo honran por años.
- ✓ Se le recomienda también a ambos medios unirse a diferentes canales pequeños de redes sociales, es decir, que realicen una alianza con diferentes personas que se dedican a informar por medio de redes sociales, de tal manera, no tendrían que fallarle a la ética, o bien, se podrían adaptar mejor a las redes sociales.

- ✓ Además de la alianza con las diferentes páginas de Facebook que se encargan de informar sobre los diferentes lugares de la provincia, se les recomienda a los medios de comunicación regionales que acepten los cambios que se realizan en las diferentes generaciones.
- ✓ También se les recomienda a los medios de comunicación regionales, *Limón TV* y *Radio Casino Limón*, que utilicen la mayor cantidad posible de redes sociales, que no se apeguen solo a Facebook, esto para que puedan utilizar las diferentes redes para promocionar sus programas, subir diferentes fotos de los proyectos que tienen recientes, ya que entre más redes sociales manejen los medios, a más público podrían llegar.

La información recaudada en los apartados anteriores sirvió para llevar la investigación a lo esperado, dando así la evidencia de que los medios de comunicación regionales no son tan éticos como verdaderamente piensan sus dueños o directores.

Ante esto, cabe mencionar que los medios de comunicación siempre tendrán fallas de diferentes maneras a la ética profesional, o al ejercicio del periodismo, pues no hay medio perfecto; sin embargo, entre menos le falle a la ética, mejor.

Con la presente investigación se puede notar que, en efecto, un medio es más ético que el otro, por diferentes razones ya analizadas anteriormente, pues *Limón TV*, aunque criticado un poco por las personas de la provincia en los comentarios de sus redes sociales, resultó tener un mejor manejo ético que *Radio Casino Limón*, medio cuestionado por los entrevistados en el *focus group*.

Debido a lo anterior, se realizará recomendaciones para futuras investigaciones sobre el tema de la presente investigación.

- Ser completamente neutral. Si se elige un medio de comunicación, no inclinarse por ninguno.
- Tener claro el concepto de ética.
- Ayudarles a los medios regionales a realizar un código de ética.
- Continuar con las investigaciones hacia los medios regionales.
- Inspeccionar con lupa el manual de estilo que tenga cada medio regional.

Para continuar con este apartado de recomendaciones, se le dará algunas a la Universidad Internacional de las Américas (UIA).

- Se recomienda a la Universidad implementar más cursos de ética profesional, con una perspectiva más profunda, donde se pueda abarcar cómo realizar un código de ética.
- Se le recomienda también más cursos sobre medios digitales.
- Implementar materias sobre redes sociales y su manejo adecuado.
- Enseñar sobre los medios digitales y regionales, y cuál es su diferencia.

Con lo anterior, se finaliza el apartado de conclusiones y recomendaciones de la presente investigación, recalando que las respuestas de los objetivos anteriores fueron las que se esperaban al inicio de la investigación.

REFERENCIAS

- Alfaro, R. (2022). *Propuesta de lineamientos amparados en la filosofía del acceso abierto para la regularización y normalización de la distribución de las publicaciones realizadas en la Universidad Nacional, Costa Rica*. [Tesis de Licenciatura en Bibliotecología y Gestión de la Información]. Universidad Nacional, Costa Rica. <https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/23756/Tesis%20a%20texto%20completo%20de%20Raquel%20M.%20Alfaro%20Marti%cc%81nez.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Arismetrics. (2022). Qué es TikTok. *Arismetrics*. <https://www.arismetrics.com/glosario-digital/tik-tok>
- Baltodano, G. y Ramírez, G. (2023). La Editorial Universidad Nacional ante la pandemia de Covid-19. *Letras*, 74. <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/letras/article/view/18767/28548>
- Bajaña, K. (2018). *Medios digitales, responsabilidad social e impacto en la opinión pública de los babahoyenses, perteneciente a la ciudad de Ecuador*. [Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Educación con énfasis en Comunicación Social]. Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/4958/P-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000066.pdf?sequence=>
- Camacho, J. (2021). *Ética de la conservación y conflictos territoriales con Jaguares (Panthera onca) y fauna silvestre asociada: Análisis del discurso de cinco ONG de Costa Rica*. [Tesis de Maestría Académica en Gestión Ambiental y Ecoturismo].

<https://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/83351/%c3%89tica%20de%20la%20conservaci%c3%b3n%20y%20conflictos%20territoriales%20con%20jaguars%20%28Panthera%20onca%29%20y%20fauna%20silvestre%20asociada%3b%20an%c3%a1lisis%20del%20discurso%20de%20cinco%20ONG%20de%20Costa%20Rica%2c%20Joseph%20Camacho%20Chac%c3%b3n%2c%20UCR..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cañizales, A. (2020), Tiempos de COVID-19. Reflexiones sobre ética, periodismo y libertad de expresión. *Temas de Comunicación*, (40).

<https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/temas/article/view/4613/3850>

Código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica (COLPER). Artículos del 8 hasta el 26 del 2011. 31 de marzo, 2009-2011.

González, J. (2010). *Medios de comunicación, ¿Al servicio de quién?*

<https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20200423054514/Medios-de-comunicacion.pdf>

Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cualitativa, cuantitativa y mixta*. México: McGraw Hill.

Herrera, M. (2023). *La corrupción transparente sistematización de la investigación periodística en casos de corrupción publicados por el periódico La Nación, de Costa Rica, en el periodo 2004-2006*. [Tesis de Maestría en Ciencias Políticas].

<https://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/89840>

- Jara, V. (2009). Los medios de comunicación de masas. *La verdadera magnitud*.
<https://laverdaderamagnitud.files.wordpress.com/2009/06/medios-de-comunicacin.pdf>
- Libby, M. (2021). *Periodismo por docena*.
<https://pculturales.ujat.mx/FilesPublicaciones/files192/periodismo%20por%20doce%20na.pdf>
- Pozo Rico, T. (Noviembre, 2018). Plataformas digitales en contextos educativos. [Mensaje en blog]. *Educación y fp*.
https://www.educacionyfp.gob.es/reinounido/en_GB/dam/jcr:29ea9edf-ba79-4da4-a001-97bd5a803c1f/teresa-pozo---ponencia-plataformas-digitales.pdf
- Puente, G. (2019). *El periodista en la era digital: transformaciones y cambio del oficio periodístico en la prensa escrita*. [Tesis previa de Periodismo]. Pontificia Universidad Católica de Ecuador, Ecuador.
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/16497/El%20periodista%20en%20la%20era%20digital%20transformaciones%20y%20cambios%20d.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez, S. y López, X. (2019). La ética del periodismo inmersivo debate. *Hipertext.net*, 18(18),
https://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/10.31009-hipertext.net.2019.i18.01/Perez-Seijo_Lopez-Garcia
- Paco, F. (2017). *La red social Facebook y su incidencia con la trata y tráfico*. [Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Educación]. Universidad Mayor de San Andrés,

Bolivia. <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/11741/TG-3936.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Redón, S. (2020). Las redes sociales en espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 18(1). <https://scielo.conicyt.cl/pdf/psicop/v19n1/0718-6924-psicop-19-01-86.pdf>

Rodrigo, M. (2019). Periodismo, ética y posverdad. *Cuadernos Info*, (44). <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cinfo/n44/0719-367X-cinfo-44-225.pdf>

Ufarte, M., Calvo, L. y Murcia, F. (2021). *Los desafíos éticos del periodismo en la era de la inteligencia artificial*. [Tesis]. Universidad Complutense de Madrid, España. https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/handle/CONSEJO_REP/2926

ANEXOS

A continuación, se transcribirán las entrevistas realizadas, mismas que sustentan la presente investigación. Se inicia la sesión de preguntas en los estudios de *Limón TV*, donde se entrevistó a los periodistas con más tiempo de laborar en dicho canal. Dereck Barrientos, quien es presentador del *podcast* “La Guachafita” y también hace función de camarógrafo, respondió a las siguientes preguntas.

1. Para usted, ¿qué es ética profesional periodística?

Algunas normas que rigen los valores que deben de tener los periodistas a la hora de ejercer su profesión.

2. En el medio para el cual usted trabaja, ¿cómo cree que ha influenciado en la ética la llegada de las redes sociales y de los medios digitales?

El cambio en la ética puede darse por muchas cosas, pero siempre hay que mantenerlo, tanto en las falsas informaciones que se ha venido dando con las *fakes news*, ahora redes sociales, que hay tantas páginas que sacan informaciones que son difíciles de corroborar si son ciertas. Ha habido muchas campañas que se están haciendo para combatir estas cosas.

Es muy difícil para medios que sí están haciendo lo posible para traer información concreta combatir con otros. El medio de pauta influye mucho en la ética de un periodista, esto hace que los jefes de información decidan qué pasar por la pauta publicitaria. También, hay páginas que por pautar, le dicen “pasas esto y te pago esto”; entonces, siempre hay que mantener la ética profesional con la información que se quiere dar.

La entrevistadora le dice a Barrientos que el periodismo es un negocio para alguien más, por lo cual hay gente que cree que porque están pagando por anuncios ya no se es ético. Ante esto, Dereck Barrientos responde:

Correcto, pero creo que alguna gente se olvida de informar, y como que se va directamente a la persona que te está pagando. Al fin y al cabo, si hacen algo bueno o algo malo, la función de uno como empresa, como medio de comunicación, es informar, aunque sea bueno o malo. Es informar nada más.

Se finaliza la entrevista con Barrientos, pero se continúa con uno de sus compañeros, el cual es periodista titulado de la Universidad San Judas Tadeo con una Licenciatura en Periodismo Deportivo. Su nombre es Udhei Leitón, quien es el jefe de información de dicho medio. Cabe recalcar que se realizaron las mismas preguntas, a lo que respondió:

1. ¿Qué es ética profesional periodística para usted?

Creo que la ética profesional periodística es el dar balance a la información y consultar ambos lados, mostrar ambos lados de la moneda. No es, tal vez, mostrar justo la información oficial del Gobierno, y tal vez no concretarla o no revisarla con lo que se está viviendo en la actualidad; entonces, creo que eso tiene que ver con una parte de lo que es ética profesional. No recuerdo quién era el que decía que para ser periodista hay que ser buena persona, entonces, también siento que el tener ética conlleva mucho eso, el tratar de hacer las cosas bien, el tratar de ser transparente y pues, sin herir a nadie, sino informar de la manera adecuada.

2. ¿Cree usted que el medio de comunicación para el que labora es ético en todo el sentido de la palabra, o hay partes en las que falla? Esto por ciertos motivos de los cambios que ha tenido el periodismo a través de la era digital.

Yo siento que es uno el que tiene que ser ético. El medio es la institución y la imagen donde uno está, ¿verdad? Por ejemplo, hay muchos medios de comunicación grandes en el país que han sido condenados por alguna situación judicial por parte de las autoridades, pero se cuestiona el medio, no tal vez al periodista que está detrás del medio; entonces, siento que eso tiene que ver mucho con la primera pregunta, que sea el profesional el que definitivamente sea el que muestre esa ética.

3. Sí, pero, como los medios de comunicación grandes, usted también tiene un jefe, y si el jefe no es ético, el periodista no puede ser ético ¿por qué? Porque tiene que acatar órdenes. Entonces, la pregunta sería si usted cree que el manejo de la ética profesional periodística es correcto, con su jefe, o si en este medio se aplica de forma correcta, o ha visto usted que ha sufrido cambios a través de la fama que han tenido las redes sociales.

Yo siento que, pues, repito un poco lo anterior, creo que queda en uno, uno es quien hace la casa. La casa esta es una estructura, uno es quien la hace que la casa sea bonita, que esté bien pintada, así, por decirlo de esta manera. Pero es uno detrás. Obviamente, uno obedece, pero también a uno lo respaldan por ser en este caso como yo, jefe de información, y tratamos de ser lo más objetivos posibles.

Se finaliza la entrevista con Udhei, quien amablemente trató de responder lo mejor posible las preguntas elaboradas. Ante esto, se prosigue con la entrevista al director y dueño del medio de comunicación, Martín Montoya, quien también es periodista. Ante las preguntas, respondió lo siguiente:

1. Para usted, ¿qué es la ética profesional periodística?

Bueno, la ética no es más que la representación real de los principios y valores que como profesionales debemos de enarbolar a la hora de estar ejerciendo periodismo, independientemente de que una persona sea periodista, abogado, o ejerza cualquier otra profesión. La ética es un principio fundamental que debemos de mantener todos, es un compromiso que adquirimos dentro de la profesión que vamos a ejercer, en el desarrollo de nuestro trabajo. Son principios fundamentales en el ejercicio de nuestro trabajo.

2. Don Martín, el manual de estilo que tiene este medio de comunicación, ese código de ética, ¿cuáles son los valores exactos que pone usted como periodista, en este caso como director? Esos valores éticos que le pone usted a su medio y que les exige a sus periodistas, ¿cuáles son?

A ver, no es solo un manual, en el que te dejás simplemente porque la norma así lo diga. No, es que deben ser principios, equidad, en la información es absoluta. Nosotros, siempre le digo a ellos [a los periodistas del medio], nosotros no estamos en periodismo para hacer amigos, nuestro trabajo es informar, pero cuando hablamos de informar debe ser apegados a la verdad absoluta. Entonces, dentro de ese código o manual que usted me establece, es una forma de vida. Inclusive, trato que mis muchachos y muchachas así lo comprendan, porque esto no es únicamente para el periodista, como medio de comunicación tenemos una obligación a la hora de que el editor está trabajando una información junto al periodista, en el momento en el que el camarógrafo está trabajando una información, en el momento en el que un asistente de campo está colaborando con el periodista que van como equipo, entonces, la

verdad, la equidad, por supuesto, que también mantener el respeto, mantener ante todo un principio importantísimo, y es el de reservar siempre el secreto profesional; es decir, debemos tener claro que nuestras fuentes son fundamentales en el trabajo que desarrollamos, pero también tenemos que crear esa credibilidad para que las fuentes puedan brindarnos y suministrarnos la información que necesitamos. Entonces, es uno de los principales gestos de ética.

Con Martín Montoya se finaliza la entrevista, y ahora, tras lo cual la entrevistadora se dirige hacia los estudios de *Radio Casino Limón*, donde continúa con la entrevista a uno de los presentadores con más antigüedad de laborar en dicho medio de comunicación.

Se inicia la entrevista con Sergio Díaz, locutor del programa “Sazonando las mañanas”, creador y autor del programa de radio y televisión, “Entre Compas” y encargado del contenido de deportes de la radio.

1. Como toda empresa, la emisora también tiene sus reglas. ¿Cree usted que esas reglas son éticas y permiten que usted conserve sus valores incluso en su diario labor?

Sí, me parece que sí. De hecho, uno de los valores es el trabajo y la cultura, eso es lo que más respeta la empresa, y sobre la ética me parece que a nivel general sí se maneja muy bien eso.

2. En el programa de deportes “Entre compas”, el cual tengo por entendido que es suyo, es un proyecto suyo, y sé que cuenta con más gente a su alrededor, pero, ¿cree usted que el manejo que se le da cada uno de los que están con usted en ese proyecto, mismo que se transmite en la radio, es ético?

Sí, sí, sí. O sea, cuando hablamos de ética hablamos en sí de lo que es el deporte, en este caso, de lo que es la vida deportiva, buscando siempre realzar al deportista con un énfasis muy grande en el deportista limonense, aunque los temas de este programa son también a nivel nacional e internacional, también, pero, hay mucho énfasis en el deportista limonense. Pero con respecto a la pregunta que me haces sobre la ética, si hay un orden, ¿verdad?, con los del equipo de producción, presentadores y demás, mismo que es muy claro con los lineamientos de lo que es la ética, la honestidad, o sea todo lo que conlleva el concepto de ética, es muy sano, muy limpio cómo lo realizamos.

Se da fin a la entrevista con Sergio Díaz, y en los estudios de la radio se prosigue con el director de las noticias, Francisco Morales, quien no es periodista de profesión, sin embargo, es comunicador por la experiencia que lo caracteriza.

1. Don Francisco, hablemos sobre la ética profesional periodística y los cambios que ha sufrido con la llegada de la era digital y con respecto a este tiempo.

Con respecto a la ética, nunca va a cambiar sea en el medio que sea, porque los parámetros siempre son que la ética es por y para el bienestar de los semejantes; entonces, en ningún momento ha ido cambiando, aunque los códigos de comunicación se han adaptado, pero, en el aspecto de que uno tiene que ser consecuente con lo que practica, porque no puedes decir una cosa al aire, si no lo estás viviendo.

Finaliza la entrevista con don Francisco Morales. De manera posterior, se contactó a las personas que serían parte del *focus group* en el parque Vargas de Limón Centro, y ante las preguntas, esto fue lo que respondieron.

Se da inicio al *focus group* con exactamente tres personas del rango de edad estipulados con anterioridad. La hora de inicio fue a las 10:00 a.m. Cabe mencionar que los entrevistados solo aceptaron grabar su voz, no sus rostros.

Ante la primera pregunta, que indica: ¿Conocen ustedes el concepto de ética? Explíqueme, ¿qué es? El primero en responder es Luis Navarrete, quien menciona: “¡Ah! Él sabe más de eso”, señalando a Víctor Mora, quien toma la palabra: “La ética son esos valores que tienen las personas, y lo usan también los trabajadores”. Ante esto, responde Luis Navarrete: “Estoy de acuerdo con Víctor, la ética son esos valores que nos enseñaron nuestros padres y se construyen en casa”.

Se continúa con la siguiente pregunta, que es: ¿Creen ustedes que los medios de comunicación regionales son éticos? ¿Por qué?

Indica Mora: “No podemos saber si hablan más de lo que es o como, porque no sabemos cómo buscan las noticias. En el caso de *Radio Casino*, ellos agarran *La Extra* y la leen en vivo, o cualquier otra nota de otro medio”. Responde Luis Navarrete: “*Limón TV* también, no agarran notas de otros medios, pero no dicen lo que es, a veces le ponen más”.

¿Creen ustedes que los periodistas que trabajan en esos medios son éticos? Responde Víctor Mora diciendo: “Algunos, porque ‘deay’, al final no es culpa de ellos, pues, como todo, tienen un jefe que los manda, y hay que ver las situaciones también”. A la conversación interviene Luis Navarrete, quien afirma: “Es que, también, hay periodistas que no informan lo que realmente está pasando, se enfocan solo en las cosas de la capital, están muy arraigados a los medios de la capital”, a lo que responde José Ocampo: “Yo pienso que verdaderamente el culpable es el jefe”.

Ante esto se realiza otra pregunta: ¿Cómo creen ustedes que puedo hacer yo para no fallarle a la ética? A lo cual responde José Ocampo: “Pienso que tendría que simplemente decir lo que le llega”. Ante esto, responde Víctor Mora: “Todo está en que salgan a buscar la noticia, eso es todo”, mientras Navarrete asienta con la cabeza.

Se continúa con otra pregunta estipulada como la última: ¿Creen ustedes que el periodismo ha sufrido cambios con la llegada de las redes sociales y la era digital? Ante esto el primero en responder es Luis Navarrete, quien menciona: “Sí, claro. Antes yo leía el periódico, yo así me informaba, ahora todo es por medio del celular. Esos medios que usted menciona, *Limón TV* y *Radio Casino*; bueno, todavía *Radio Casino* se salva porque aun a las 6:00 a.m. usted escucha las noticias en la radio, pero el otro es solo por Facebook, y las personas que no tienen eso que...”.

El siguiente en responder es Víctor Mora: “Yo pienso que sí, pero, es difícil para mí explicarlo, porque, como le digo, yo me informo aun viendo *Teletica* ahí en el tele, pero sí, a como dijo Luis, pues, ahora todo es por el celular. E imagínate que ahora que los medios de comunicación están ahí, en ese Facebook y en las redes sociales, los anuncios los hacen diferentes, se tienen que vender y hasta venden la información, se puede decir así”. Continúa diciendo Víctor Mora: “Es complicado, yo no sé usar mi celular para entrar a esas redes, ¿cómo cree usted que me voy a informar?”.

Se finaliza el *focus group* a las 11:00 a.m. Hubo información en las conversaciones que no fue expuesta porque no tenía relevancia con los objetivos de la presente investigación.