

VALORES ÉTICOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL INTERNA EN CENTROS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL¹

Marelen Rafaela Sisiruca Montiel² y Carmen Edicta Salazar Llamarte³

Universidad Rafael Belloso Chacín, Venezuela - Artículo Tipo 1. Investigación Científica y Tecnológica

Recibido: 07 de marzo de 2014 - Aceptado: 18 de julio de 2014

RESUMEN

Este artículo trata lo concerniente a la teorización de los principales aspectos de los valores éticos, sociales y morales, como parte de la responsabilidad social en los centros de producción audiovisual, en las universidades privadas. El objetivo primario, fue identificar los valores éticos de la Responsabilidad Social interna en Centros de Producción Audiovisual de las Universidades Privadas. Era necesario aplicar un diseño de investigación descriptiva y no experimental, de campo transversal, de esta manera no se manipuló la variable. Su población fue conformada por 14 sujetos, a quienes se le aplicó un instrumento de tipo cuestionario, el cual se sometió a un proceso de validez, a través del criterio de cinco expertos. De acuerdo al análisis de los resultados, se evidenció que en el 49% de las personas se identificó efectivamente el objetivo trazado. En las conclusiones, tanto como en los análisis se pudo observar que el mayor porcentaje de encuestados respeta las normativas del trabajo, existe la igualdad de trato sin discriminación del personal y están dispuestos a aceptar la posibilidad de cambios laborales por ascenso. Debido a esto, los investigadores hicieron algunas recomendaciones, las cuales indican que se debería crear evaluaciones y actividades que incentiven los valores éticos, o la importancia y el bienestar profesional, así como también propiciar cursos de adiestramiento.

Palabras Clave:

Valores Éticos, Responsabilidad Social.

JEL: M14, A13.

Si va a referenciar este artículo / To quote this article / se for citar este artigo

Sisiruca, M & Salazar, C. (2014) Valores éticos de la responsabilidad social interna en centros de producción audiovisual, *Revista Económicas CUC*, 35(1) 79-90.

¹ Este artículo es producto de la investigación titulada “Responsabilidad Social Interna en Centros de Producción Audiovisual en las Universidades Privadas”, bajo la línea de investigación Responsabilidad Social en la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín.

² Licenciada en Comunicación Social, mención audiovisual en la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín. Magister en Gerencia Empresarial en la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín. Investigadora PEII. Coordinadora Técnica del Centro de Producción Audiovisual de la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín. (msisiruca@gmail.com)

³ Licenciada en Comunicación Social, mención audiovisual en la Universidad del Zulia. Magister en Gerencia de empresas en el área de mercadeo de la Universidad del Zulia. Doctora en Ciencias gerenciales en la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín. Posdoctora en gerencia pública en la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín. Miembro del comité de investigación de la facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín. Investigadora PEII. Miembro del Colegio Nacional de Periodistas seccional Zulia. Miembro de Redes de Biotecnología Agroalimentaria de Venezuela. Docente Titular de la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín. (carmenlou71@hotmail.com)

Ethical values of internal social responsibility in audiovisual production centers

ABSTRACT

This article is concerning the theorizing of the main aspects of ethical, social and moral values, as part of social responsibility in audiovisual production centers, in private universities. Since the primary objective was “to identify the ethical values of the internal Social Responsibility in Audiovisual Production Centers of private universities”. It was necessary to apply a descriptive research design and not experimental, on transversal field, so that the variable was not manipulated. Its population was comprised of 14 people, who underwent an instrument of questionnaire type, which was subjected to a process of validity, through the criterion of five experts. According to the analysis of the results, it was shown that 49% of people are actually identified as the layout object. In the conclusions, as in the analysis, it was observed that the highest percentage of respondents respect the rules of work, there is equal treatment without discrimination of staff and they are willing to accept the possibility of job changes by promotion. Because of this, the researchers made certain recommendations, which indicate that it is important to have assessments and activities that encourage the ethical, or the importance and professional well-being, as well as facilitate training courses.

Keywords:

Ethical Values, Social Responsibility.

Valores éticos da responsabilidade social interna em centros de reprodução audiovisual

RESUMO

Este artigo trata sobre a teorização dos principais aspectos dos valores dos valores éticos, sociais e morais como parte da responsabilidade social nos centros de produção audiovisual nas universidades privadas. O principal objetivo foi identificar os valores éticos da Responsabilidade Social interna em centros de produção audiovisual das universidades privadas. Foi necessário aplicar um modelo de pesquisa descritiva e não experimental, de campo transversal, desta maneira não foi manipulada a variável. Sua população foi composta por 14 indivíduos, aos quais foram aplicados um tipo de instrumento questionário que passou por um processo de validade, por meio do critério de cinco especialistas. De acordo com a análise dos resultados, mostrou-se que no 49% das pessoas identificou-se efetivamente o objeto designado. Tanto nas conclusões quanto na análise observou-se que a maior porcentagem de entrevistados respeitou as regras de trabalho, existe a igualdade de tratamento sem discriminação do pessoal e estão dispostos a aceitar a possibilidade de mudanças de emprego por promoção. Devido a isso, os pesquisadores fizeram algumas recomendações, as quais indicam que deveriam ser criadas avaliações e atividades que estimulem os valores éticos, ou a importância e o bem-estar profissional, bem como facilitar cursos de formação.

Palavras-chave:

Valores éticos, Responsabilidade social.

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es realizada por las organizaciones, tanto dentro como fuera de ellas y es concebida para garantizar el equilibrio de todas las personas que forman parte de su capital humano. Además, está relacionada con todo lo referente al ambiente laboral y a los factores externos a la empresa, cuyo fin principal es optimizar la competencia, a través del mejoramiento profesional de sus empleados y para contribuir al mantenimiento del factor ambiental donde se encuentre ubicada la organización.

En el marco de la Responsabilidad Social Empresarial, los valores éticos juegan un papel fundamental, ya que, son parte importante de todas aquellas actividades que se realizan dentro de los patrones de cooperación para todos los proyectos que quiere emprender una empresa de cualquier índole, con el fin de cumplir con los objetivos establecidos previamente y así lograr el equilibrio. Para ello, es importante cumplir con los valores éticos, tanto morales, como sociales, y puesto que el individuo, dentro de su evolución, ha crecido con creencias que lo ayudan al desenvolvimiento dentro de la sociedad o de su entorno más cercano, quedando de manifiesto su conciencia ciudadana. Esta gran virtud le permite contribuir de manera más cercana en la realización de diversos proyectos que promuevan el fortalecimiento de las relaciones en la comunicación interna de una empresa y con todo el ambiente externo a la organización, sin alterar el entorno de la misma.

VALORES ÉTICOS

En el principio de los tiempos, los primeros hombres y mujeres que conformaban aquellas sociedades, no vivían bajo normas éticas o filosóficas, sino que habían desa-

rollado estándares de comportamiento social dentro de sus comunidades. De esta manera, Flores, Guzmán & Paz (2002) explican que los valores éticos sociales y éticos morales dependen de su articulación con los principios de reciprocidad, cooperación e integración entre los miembros de la sociedad, mas no de establecer los mismos dentro de la comunidad.

Por otra parte, Dolan, Martin & Soto (2004) señalan que los valores éticos son pensamientos que se mantienen pre-configurados en el cerebro, y permiten la supervivencia y persistencia en la sociedad humana. León (2010) establece que el valor social es un bien espiritual para la comunidad social; es un bien intangible, pero necesario para la armonía entre las personas, por ser percibido como “bueno”. Este valor espiritual también es cultural, puesto que contribuye a la conducta y comportamiento de los individuos dentro de una comunidad o entorno social.

VALORES ÉTICOS MORALES

Los valores éticos morales están relacionados con el hombre y sus acciones, son bienes que se filtran desde el seno de la familia. Dolan et al., (2004) los definen como modos de conducta necesarios para alcanzar los valores finales, que no deben ser precisamente los mismos fines existenciales.

Así mismo, Cortina (2002) define los valores morales como una cultura o la iniciativa de toma de decisiones que aplica cada persona durante su crecimiento personal, los cuales son impulsados por el estímulo y vínculo familiar y hacen a las personas más humanas. Además, el autor también hace referencia a que los valores éticos son los que debería tener cualquier persona, institución, o actuación que quiera llamarse humana y ser fiel al sentido de la palabra.

Martínez (2005) refiere el significado de valores morales a un conjunto de principios, valores, patrones de conducta, prohibiciones e ideales que conforman un sistema propio de vida, que aplica a un colectivo humano concreto en un determinado momento histórico. Por ello refleja una determinada forma de vida de la mayoría de los miembros de una sociedad.

Del mismo modo, Martínez (2005) perfila los valores morales como patrones o principios que tienen todos los humanos, demostrando así las virtudes que tienen para alcanzar el triunfo. Estos se forjan en la base de la sociedad y mediante la reflexión personal de cada individuo.

El término valor se define a sí mismo como las cualidades que posee un hombre sin perder parte de su humanidad. Son los valores los que lo apartan y hacen diferencia entre el raciocinio humano y el instinto animal. Estos pueden ser puestos en práctica tanto en el entorno íntimo como en el entorno social y los vínculos familiares. Los valores éticos morales son todas esas acciones y costumbres que hacen que el modo de conducta de una persona sea más humano.

HONESTIDAD

La honestidad es una cualidad que posee el ser humano en donde reside la conducta y la sinceridad con la que él mismo actúa. Negrete (2004) expresa que es la conformidad o acuerdo de lo que se dice con lo que se siente, se piensa o se hace, además de ser una cualidad que hace proceder con rectitud e integridad.

De otro modo, se conoce como honestidad el hecho en el que se basa el respeto y la forma de manifestar la verdad hacia otras personas. Cortina (2003) indica que es una cualidad humana que consiste en comportarse y expresarse con coherencia

y sinceridad, y de acuerdo con los valores de verdad y justicia.

En su sentido más evidente, la honestidad puede entenderse como el simple respeto a la verdad en relación con el mundo, los hechos y las personas; en otros sentidos, ésta también implica la relación entre el sujeto y los demás, y del sujeto consigo mismo.

En este mismo orden de ideas, León (2010) menciona que la honestidad es fundamentalmente la sinceridad consigo mismo y para con los demás. En otras palabras, ser honesto consigo mismo es transmitir respeto, veracidad y justicia, así como lo menciona Cortina (2005). La honestidad refleja la realidad y la calidad humana, la cual ayuda a mantener la confianza entre las personas y aquellos que lo rodean.

RESPONSABILIDAD

Actualmente en la sociedad, existe un valor que es tomado en cuenta con gran interés, éste es llamado responsabilidad y se conoce que prevalece en la conciencia de las personas y a su vez le permite a la misma ser orientada a la hora de valorar las emanaciones de sus actos. De esta forma, Guedez (2002) explica la responsabilidad, en su sentido más elemental, como la capacidad de responder por lo que se hace o se deja de hacer, así como por las correspondientes consecuencias que proceden de lo que se hizo o no.

Resulta oportuna la definición expuesta por García & Dolan (2006), quienes la definen como la cualidad de la personalidad que implica cumplimiento cabal de las tareas o deberes contraídos, derivados de los diferentes roles que se desempeñan en distintos ámbitos y cuyo cumplimiento brinda satisfacción. Capacidad para asu-

mir consecuencias que se deriven de las acciones.

Por otro lado, León (2010) define la responsabilidad como un sentimiento apremiante y de carácter moral que motiva el deseo de cumplir el deber de algo por convicción, lo cual hace a las personas eficaces con los compromisos.

La responsabilidad es un valor que se encuentra dentro de la conciencia humana y permite valorar y reflexionar acerca de todos los actos que se han realizado y se han dejado de realizar. Pues es sólo el ser humano, quien puede elegir libremente sus acciones, tomando en cuenta que sea cual sea, ésta tendrá una consecuencia buena o mala, ya que la responsabilidad surge de la libertad que tienen las personas para poder decidir.

RESPECTO

El respeto es la manera de aceptar y comprender a los demás, es una de las bases más sólidas del ser humano, en la cual se sustenta la ética y la moral para determinar el comportamiento de éste. Apoyando esta teoría, Negrete (2004) indica que el respeto es la consideración especial que se tiene hacia las personas en razón de reconocer sus cualidades, méritos, situación o valor particular, que además implica una actitud de tolerancia, entendida como un comportamiento abierto hacia posturas u opiniones diferentes a la propia.

De este modo, Alles (2009) especifica que el respeto, además de ser la capacidad de dar a los otros y a uno mismo un trato digno, franco y tolerante, es también la forma en la que se está de la mano con los valores morales, es decir, las buenas costumbres y las buenas prácticas profesionales. Así, el respeto implica la capacidad para construir relaciones cálidas y dura-

deras basadas en una conducta honesta y veraz.

Desde otro punto de vista, Corona, Jardín, Mancilla & Romero (2007) alegan que el respeto tiene que ver con aceptar al prójimo tal como es, con sus virtudes y defectos, reconociendo sus derechos y necesidades. Manifestarse educadamente, sin herir, violentar o insultar a nadie, son muestras de respeto. En las comunidades es conveniente crear un estado de transparencia y seguridad entre las personas; estos casos se dan cuando el respeto se percibe en su conducta.

Precisando la definición antes expuesta por Corona et al., (2007), este valor se refiere a que el mismo ser se debe y se tiene que querer, así como se respeta a los que están en el entorno, aceptando sus cualidades y sus defectos. La base de una relación respetuosa siempre será la verdad y la cordialidad entre los miembros de una comunidad.

SOLIDARIDAD

La solidaridad es uno de los valores en el que los ciudadanos esperan y expresan gratitud y colaboración de otros, de este modo, Rojas (2005) define solidaridad como una actitud que se debe asumir en emergencias y desastres, sin embargo, es una característica de la sociabilidad que inclina al hombre a sentirse unido a sus semejantes y a la cooperación con ellos.

Según Negrete (2004), la solidaridad es una responsabilidad mutua contraída por varias personas, que las hacen colaborar de manera fortuita en la causa de otros, en procura de la unión y buena correspondencia entre los hombres. Una de las características que puede determinar la solidaridad es la acción que le permite al ser humano desarrollarse y mantenerse en su entorno social.

En ese mismo sentido, Álvarez (2002) explica que la solidaridad es uno de los principios básicos de la organización social, política, y constituye el fin y el motivo primario del valor de la organización social. La solidaridad es uno de los valores por el que el ser humano espera una manifestación de buenos sentimientos por parte del otro. La solidaridad es de gran importancia en la sociedad, ya que de ésta parte el funcionamiento de un sistema social sano.

Las personas toman la definición de solidaridad como un impulso para generar cambios que favorezcan el desarrollo de su entorno. El ejercicio de la solidaridad nace de un ser humano para ayudar casi siempre a otro ser humano. En apoyo a lo expuesto por Negrete (2004), la solidaridad requiere de ponerse en el lugar del otro y se refleja en la búsqueda del bien común y el servicio. Tiene como principal finalidad intentar solucionar las carencias, tanto materiales, como espirituales del prójimo. Este valor requiere a su vez del respeto hacia otras personas en el momento de prestar ayuda.

VALORES ÉTICOS SOCIALES

Los valores éticos sociales se definen como una especie de objetivos o propósitos que buscan primordialmente el bienestar y el mejoramiento de toda una sociedad. Flores et al., (2002) explican que los valores éticos sociales, son indicios objetivos por los cuales se pueden determinar las normas, las costumbres y los usos entre las pautas de comportamiento. En líneas generales, es la manera en que los individuos de comportan ante la sociedad de acuerdo al lugar, tiempo y circunstancia.

Son los elementos que están dispuestos para el hombre y su entorno y que sirven

como medio para saber si sus acciones son las adecuadas dentro de la comunidad. En este sentido, Dolan et al., (2004) explican que los valores éticos sociales constituyen aspiraciones o propósitos que benefician a toda la sociedad, tales como el respeto medioambiental o el respeto de los derechos humanos.

IGUALDAD

Es el alejamiento total de la discriminación y distinción entre las personas. Es tener los mismos derechos y obligaciones ante la ley, la sociedad, la familia y la educación. Golpe (2002) explica que un sistema político hace referencia al principio jurídico por el cual se reconocen los mismos derechos a todos los ciudadanos sin distinción de clase, raza o religión. Todos gozan de igualdad ante la ley y de protección en la medida en que sus actos estén dentro del marco de la legalidad.

Cabe agregar que García & Torrijos (2003) la definen como una cualidad que elimina las diferencias entre personas o cosas. Es el principio jurídico que admite la capacidad de todos los ciudadanos para disfrutar de los mismos derechos. Por naturaleza, la igualdad es un acto en el que todos los seres humanos son respetados y valorados de la misma manera, forma o cualidad.

Así mismo, Cortina (2003) afirma que la igualdad es una cualidad que da a cada uno aquello que merece, siendo equitativo con lo que le corresponde y guardando las proporciones de lo merecido por el otro. En este caso y partiendo de la definición de este autor, la igualdad es la posición que tienen todos los humanos en representación a identidad y semejanza.

EQUIDAD

La equidad es el trato igualitario que se le da a una situación o caso concreto ante la justicia, un órgano social, un ámbito familiar y en el ámbito educacional. El estado de derecho que se le otorga al ciudadano para tener educación, vivienda, salud, empleo y seguridad laboral es tomado como equidad.

Altarejos (2000, p. 32) indica que la equidad se refleja cuando a cada persona se le otorga justicia por igual, cuando ésta es merecida, “aquel que elige esta clase de justicia y no exige una justicia minuciosa en el mal sentido, sino que sabe ceder aun cuando tiene la ley de su parte, es equitativo; esta disposición de carácter es de valor ético”.

García & Torrijos (2003) explican que la equidad es el valor mediante el cual se garantizan a todos los individuos las mismas oportunidades de acceso a los bienes de la sociedad y el mismo derecho a participar activamente en su país. Sin embargo, Campos (2006) explica que la equidad es un concepto ya conocido por los juristas romanos, quienes adaptaron la ley a la regulación de los intereses sociales y que debía defender el sistema jurídico.

Tomando en cuenta la definición expuesta por García & Torrijos (2003), la equidad y la igualdad son fundamentales para llevar a cabo la toma de decisiones, sin que ésta afecte a las personas ni a su entorno laboral o educacional.

JUSTICIA SOCIAL

La justicia social es tomada en cuenta como un valor importante para la sociedad, en el que existe un tra-

to de justicia igualitario para todas las personas, de este modo, Cortina (2005) explica que es la concepción que cada época y civilización tienen acerca del bien común, un valor determinado por la sociedad. Ésta nace de la necesidad de mantener la armonía entre sus integrantes. Es el conjunto de reglas y normas que establecen un marco adecuado para las relaciones entre personas e instituciones, autorizando, prohibiendo y permitiendo acciones específicas en la interacción de éstos.

Del mismo modo, Alles (2009), indica que:

(...) la justicia es la capacidad para dar a cada uno lo que le corresponde o pertenece, en los negocios, en la relación con clientes y proveedores, en el manejo del personal o en una negociación, y al mismo tiempo, velar por el cumplimiento de los valores de la organización y trabajar mancomunadamente en pos de la visión y la estrategia de esta (p.169)

Por otra parte, Guédez (2002) afirma que es todo aquel indicativo de ecuanimidad, imparcialidad y equidad, que ha de reflejarse en forma equilibrada en la organización. La justicia social, se consideró la primera de las virtudes de la sociedad, donde cada uno tiene el derecho de la inviolabilidad, basado en el principio de la justicia.

En este orden de ideas y de acuerdo con la definición de Alles (2009), todo ciudadano debe reclamar un esquema de derechos y libertades justas y por iguales para todos. Una de las principales intenciones de la justicia social es mantener y procurar la unión entre las personas de una comunidad y darle a cada uno lo que le corresponde.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no es más que la contribución considerada e indicada referente al avance significativo en relación al ámbito económico, social y ambiental por parte de la empresa, siendo estas acciones motivo para el beneficio de la comunidad.

De esta manera, Perdiguero & García (2005) explican que la responsabilidad social empresarial está relacionada con el enfoque de los stakeholders o grupos participantes, con el que resulta poco discutible que, frente a la simplicidad de la visión imperante de la economía durante los años noventa, se haya recuperado con una cierta frescura la idea de la empresa como una institución compleja con obligaciones legítimas hacia sus propietarios y accionistas, pero también con responsabilidades innegables hacia el conjunto de los individuos y grupos afectados por sus actividades.

Según, Martínez (2005), la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) está enfocada al compromiso que tiene la organización en contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general. Es la capacidad de valorar las consecuencias que tienen en la sociedad, las acciones y decisiones que se toman para lograr los objetivos y metas propias de las organizaciones.

La RSE incluye los intereses legales, éticos y filantrópicos que conservan las organizaciones. Los stakeholders mantienen relaciones con la empresa; se ocupan de aseverar que las organizaciones en su liderazgo sean responsables, no sólo con los accionistas, sino también con las otras personas que tienen intereses en la toma de decisiones de la compañía.

El Manual de Responsabilidad Social Corporativa (2009) indica que la RSE debe cumplir el beneficio del Desarrollo sostenible, es decir, en pro del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente. Todo ello con el fin de alcanzar un entorno más estable y próspero.

Con respecto a los análisis realizados y de acuerdo con la teoría expuesta por Martínez (2005), la responsabilidad social empresarial posee preferencia a trascender entre todas las organizaciones, ya que ocupa un compromiso para el bienestar y desarrollo de las instituciones en general, obteniendo así el logro de los objetivos.

RESPONSABILIDAD SOCIAL INTERNA

La responsabilidad social interna (RSI), es la rama que va dirigida al departamento de capital humano de la organización, logrando una óptima gestión enfocada desde el punto de vista social, ético y humano para llevar a cabo una buena labor del empleado de la empresa. Actualmente, está demostrado que la RSI es tomada como una estrategia de recursos humanos, ya que van de la mano en la elaboración y ejecución del trabajo en equipo, así como también de la colaboración y la igualdad, tomando en cuenta la capacitación del personal para realizar futuras promociones.

De esta manera, Navarro (2008) explica que las actividades específicas de las organizaciones que afectan directamente a los grupos de interés, stakeholder o a los trabajadores, son tomados como acciones de la RSI. Así, se puede decir que la RSI, es el centro del desarrollo enfocado al entorno del capital humano, por lo que Enrique, Madriñero, Morales, & Soler (2008) indican que ésta se desarrolla en la empresa hacia el propio personal (accionista, propietarios, directivos, empleados).

Por otra parte, la Comisión de las Comunidades Europeas, 2001 (citado por Carneiro, 2004) manifiesta que dentro de la empresa, las prácticas responsables en lo social afectan en primer lugar a los trabajadores y se refieren a disputas como la inversión de recursos humanos, la salud, seguridad entre otros.

Luego de ser analizadas estas tres definiciones, se puede decir que, la RSI actualmente no posee una definición específica, por lo que éste artículo se refiere a ella partiendo del interés que tiene en orientarse hacia la gestión del capital humano, así como lo menciona Enrique et al. (2008), siendo ésta una de las dimensiones que se desarrollarán más adelante, partiendo desde los valores éticos.

LA METODOLOGÍA

El tipo de investigación fue descriptiva, en este sentido se estudió la variable y su desarrollo en la realidad. El diseño de la investigación fue no experimental, de campo transeccional, los datos fueron recogidos en una sola etapa del proceso investigativo, por lo que no hubo manipulación de la variable,

La investigación tuvo una población finita, debido a que estuvo constituida por menos de 100.000 unidades; en este fueron 14 personas, quienes representan el talento humano de los Centros de Producción Audiovisual de las Universidades Privadas de Maracaibo, instituciones que tienen hasta más de 20 años de gestión académica. Esta población estuvo distribuida de la siguiente forma: cuatro personas bajo el cargo de coordinadores, y 10 personas con el cargo de operadores técnicos.

El instrumento a utilizar estuvo conformado por un cuestionario de 34 ítems, en el que las opciones de respuestas estuvieron basadas en la escala de Likert. Una vez validado el instrumento por cinco expertos en el área a investigar, se midió la confiabilidad, a través de una prueba piloto, que generó calificación muy alta en el baremo de Alpha de Cronbach.

RESULTADOS

En relación al objetivo principal a tratar en esta investigación, se observó que dentro de las dependencias audiovisuales de las universidades privadas se mantuvo un ambiente en el que se conservan los valores éticos, como lo muestra la Tabla 1.

Tabla 1.
Valores Éticos

INDICADORES	X	BAREMO
Valores Éticos Morales	4.29	Efectiva
Valores Éticos Sociales	4.2	Muy Efectiva
Media de la Dimensión	4.24	Muy Efectiva

Fuente: Sisiruca & Salazar (2013)

En líneas generales, los valores éticos son todos aquellos principios que tiene el ser humano, es lo que lo conduce a llevar a cabo de manera correcta sus funciones en su entorno o en su lugar de trabajo, manteniendo en pie el respeto, la responsabilidad, la solidaridad y la humildad ante cualquier circunstancia o persona.

El sustento teórico de León (2010), tiene correspondencia con los resultados arrojados en la investigación; según éste, los valores éticos son bienes tangibles para el conglomerado social, se consideran como un bien espiritual. Sin embargo podrían volverse tangibles cuando el funcionamiento operativo de estos centros de producción se realizara de manera idónea en relación al tiempo y ejecución de sus labores y las relaciones entre trabajadores fueran armónicas.

Los valores dependen del ser humano, de su cultura, costumbres y de lo que desea alcanzar, basándose con esfuerzo y perseverancia en el logro de sus actividades, consiguiendo así, el perfeccionamiento personal. De esta manera, entran dos subdimensiones de los valores éticos como son los valores éticos morales y los valores éticos sociales.

Al profundizar sobre los valores éticos morales, presentes en los centros de producción audiovisual, en líneas generales, se encontró que el equipo que labora en ellos los conserva. Cabe señalar como asertiva la definición del autor Martínez (2005), quien indica que los valores éticos morales, son un conjunto de principios, patrones de conducta, prohibiciones e ideales de vida buena que conforman un sistema propio, de un colectivo humano concreto en un determinado momento histórico.

Los valores éticos morales se complementan con la honestidad, la responsabilidad, el respeto y la solidaridad. Ante la pregunta: *¿dentro del área de trabajo se discriminan a las personas por sus actitudes?*; el mayor porcentaje de personas respondió “nunca”, confirmando la teoría de Corona, et al., (2007), quienes explican que el respeto tiene que ver con aceptar al prójimo tal como es, con sus virtudes y defectos, reconociendo sus derechos y necesidades.

En cuanto a los valores éticos sociales, los resultados arrojaron que el personal que labora en los centros de producción audiovisual, aún conserva y manifiesta de forma positiva sus valores. Se puede corroborar entonces, que la teoría aplicada fue la más acertada, dado que Flores et al., (2002) explicaban que éstos son indicios por los cuales se pueden determinar las normas, las costumbres y los usos entre las pautas de comportamiento.

En otro apartado, al determinar los elementos presentes en la Responsabilidad Social Interna de los Centros de Producción Audiovisual de las Universidades privadas, el mayor porcentaje en relación a los indicadores expuestos, mostró que el personal se siente medianamente motivado en momentos en que la empresa presenta brechas en su proceso comunicacional, por lo cual no se identifica con la teoría expuesta, ya que según Carneiro (2004) las prácticas responsables en el tema social inciden en el ámbito interno, afectando la labor organizativa, entre otras.

De esta manera, la responsabilidad social interna se ocupa de evaluar, analizar y estudiar al capital humano que labora dentro de un departamento, institución o empresa, logrando óptimos cambios desde el punto de vista de social, ético y humano. Los resultados, coinciden con la teoría de Navarro (2008), quien indica que la Responsabilidad Social Interna (RSI) es el centro del desarrollo enfocado al entorno del capital humano, así como Enrique et al. (2008) explican que la RSI desarrolla la empresa hacia el propio personal (accionistas, propietarios, directivos, empleados).

El equipo que labora en los Centros de Producción Audiovisual de las Universidades privadas conserva sus valores éticos, destacando sus principios y patrones de conductas. Por otra parte, se evidenció que no se ejecutan labores que afecten al medio ambiente; en este sentido, es oportuna la invitación a mantener unas normativas mínimas acerca del cuidado de éste, para que no se torne perjudicial, para la salud y la comunidad.

Desde otra perspectiva, existen oportunidades para optar por un ascenso o mejora laboral, preservando la importancia del bienestar profesional, dado que a través de ello, se puede incentivar al empleado a obtener una mejora laboral o un ascenso dentro del departamento y por ende su respectivo progreso.

CONCLUSIONES

Tomando en cuenta los valores éticos dentro de la responsabilidad social interna en la investigación, se llegó a la conclusión, al identificar la equidad, la igualdad, responsabilidad, respeto y justicia social en los Centros de Producción Audiovisual de las Universidades privadas que los valores éticos fueron respondidos de manera asertiva por un alto porcentaje de personas, lo que manifiesta que realmente están presentes dentro del lugar de trabajo.

Para finalizar, al analizar la responsabilidad social interna en Centros de Producción Audiovisual de las Universidades privadas del Estado Zulia, se evidenció que un porcentaje representativo marcó la opción siempre, dando resultados positivos a la investigación, quedando calificado como efectiva y por ende, el funcionamiento de estos centros educativos están encaminados dentro de los propósitos de enseñanza de las universidades.

REFERENCIAS

- Alles, M. (2009). *Nuevo Enfoque Diccionario de Comportamientos*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Granica.
- Altarejos, F. (2000). *Ética Docente*. Editorial Ariel Educación.
- Álvarez, C. (2002). *La Escuela en la Vida*. La Habana, Cuba: Editorial Pueblo y Educación.
- Campos, N. (2006). *Equidad en la Educación*. Chile. Recuperado de: <http://filo-edu.blogspot.com/2007/12/equidad-y-educacion.html>
- Carneiro, M. (2004). *Guía de Responsabilidad Social Interna y Recursos Humanos*. Recuperado de: http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/uploads/2012/02/guia_rse_interna_y_recursos_humanos.pdf
- Corona, M., Jadín, B., Mancilla, M. & Romero, C. (2007). *Programa de Extensión y Difusión Cultural*. México: Editorial Umbral.
- Cortina, A. (2002). *La Convivencia en los Centros Escolares como Factor de Calidad*. Madrid, España: Editorial Tecno.
- Cortina, A. (2003). *Ética de la Empresa en la Sociedad de la Información y de las Comunidades*. Madrid, España: Editorial Tecno.
- Cortina, A. (2005). *El Mundo de los Valores*. Bogotá, Colombia: Editorial El Búho.
- Dolan, S., Martín, E. & Soto, E. (2004). *Los 10 Mandamientos para la Dirección de Personas*. España: Editorial Gestión 2000.
- Enrique, A., Madriñero, G., Morales, F. & Soler, P. (2008). *La Planificación de la Comunicación Empresarial*. Universidad Autónoma de Barcelona. España.
- Flores, E., Guzmán, I. & Paz, W. (2002). *Control Sociocultural y Sistemas Normativos en el Uso de los Recursos Forestales en los Territorios Indígenas*. La Paz, Bolivia: Editorial Offset.
- García, G. & Torrijos, E. (2003). *Vivir con Valores*. México: Editorial Lectorum.
- García, S. & Dolan, S. (2006). *La Dirección por Valores*. México: Editorial Mc Graw Hill Internacional.
- Golpe, O. (2002). *Filosofía, ética, moral y valores*. México: Editorial Thomson.
- Guedez, V. (2002). *Ética y Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial*. Venezuela: Editorial Planeta Venezolana.
- León, A. (2010). *Virtudes, Valores y Sentimientos para una Vida Ética*. Venezuela: Editorial San Pablo.

- Martínez, H. (2005). *El Marco Ético de la Responsabilidad Social Empresarial*. Bogotá, Colombia: Editorial Pontificia, Universidad Javeriana.
- Manual de Responsabilidad Social Corporativa (2009). Editorial, Publicaciones Vertice.
- Navarro, F. (2008). *Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid, España: Editorial Esic.
- Negrete, L. (2004). Valores Universales. *Revista Rompan Filas*. Valores universales. Revista Rompan Filas, (14), 3-10, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Perdiguero, T. & García, A. (2005). *La Responsabilidad Social de las Empresas y los Nuevos Desafíos de la Gestión Empresarial*. Barcelona, España: Universidad de Valencia. Servei de publicacions.
- Rojas, F. (2005). *Marketing Social y Ética Empresarial*. Madrid, España: 1º Edición. ESIC Editorial.