



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

TITULACIÓN DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

**Estudio de los criterios utilizados por los medios de comunicación de Ecuador en la selección de información (seguimiento a diario El Universo entre el 21 de noviembre y 23 de diciembre del 2011)**

Trabajo de fin de titulación.

**Autor:**

Calva Cabrera, Ketty Daniela

**Director:**

Suing Ruiz Abel Romeo, Mgs.

Loja - Ecuador

2012

## Certificación

Magister

Abel Romero Suing

DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo, denominado: **Estudio de los criterios utilizados por los medios de comunicación de Ecuador en la selección de información (seguimiento a diario El Universo entre el 21 de noviembre al 23 de diciembre del 2011)** realizado por la profesional en formación: **Calva Cabrera Ketty Daniela**; cumple con los requisitos establecidos en las normas generales para la Graduación en la Universidad Técnica Particular de Loja, tanto en el aspecto de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, septiembre del 2012

f).....  
Ci: 1102394713

## **Cesión de derechos**

“Yo Ketty Daniela Calva Cabrera declaro ser autor (a) del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f).....  
Autor: Ketty Daniela Calva Cabrera  
Cédula: 1104889736

## **AUTORÍA**

Las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su AUTORA.

.....  
Ketty Daniela Calva Cabrera

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado a mis padres, a mis hermanos y a Manuel, por ser la base fundamental de mi vida y darme su cariño en todo momento.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Técnica Particular de Loja por ser la Institución donde me formé profesionalmente.

Agradezco a mi familia por brindarme su apoyo y cariño incondicional en el cumplimiento de mis metas.

Un agradecimiento especial al Mgs. Abel Suing por su labor durante el desarrollo de mi tesis y en mi formación dentro de la escuela de Comunicación Social.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>Certificación .....</b>	<b>i</b>
<b>Cesión de derechos .....</b>	<b>ii</b>
<b>AUTORÍA.....</b>	<b>iii</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>v</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>viii</b>

### CAPITULO I

<b>PARTE INTRODUCTORIA .....</b>	<b>1</b>
1.1.    Introducción.....	1
1.2.    Objetivos.....	2
1.2.1.    Generales:.....	2
1.2.2.    Específicos: .....	2

### CAPITULO II

<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>3</b>
2.1.    El Periodismo en Ecuador .....	3
2.2.    Teoría y particularidades de la agenda setting .....	6
2.3.    Opinión pública en los medios de comunicación y en la agenda setting .....	10
2.4.    Agenda de los medios, agenda pública y agenda política.....	12
2.5.    Agenda setting en América Latina y Ecuador .....	14

### CAPITULO III

<b>INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS DE CONTENIDOS SEMANA COMPUESTA.....</b>	<b>16</b>
3.1.    Metodología: análisis de contenidos por medio del instrumento de la información ...	16
3.2.    Fichas utilizadas en la recolección de datos .....	18
3.2.1.    Identificación .....	18
3.2.2.    Origen de la información.....	19
3.2.3.    Naturaleza de las fuentes y los protagonistas .....	19
3.2.4.    Fórmula de identificación de los protagonistas de la información .....	20
3.2.5.    Estructura de la información y formato de las noticias – respuestas múltiples ...	20
3.2.6.    Tratamiento de los contenidos .....	21
3.2.7.    Enfoque .....	21
3.2.8.    Desequilibrios informativos – información que oculta publicidad .....	21
3.2.9.    Valores .....	21
3.3.    Hipótesis.....	22

## **CAPITULO IV**

<b>REPRESENTACIÓN GRÁFICA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....</b>	<b>23</b>
4.1. Presentación de cuadros estadísticos y respectivo análisis.....	23
4.1.1. Identificación .....	23
4.1.2. Origen de la información.....	33
4.1.3. Naturaleza de las fuentes y fórmula de identificación de los protagonistas de la información.....	36
4.1.4. Fórmula de identificación.....	41
4.1.5. Estructura de la noticia.....	42
4.1.6. Tratamiento de los contenidos.....	44
4.1.7. Desequilibrios en la información.....	46
4.1.8. Valores.....	47
4.2. Comprobación de hipótesis.....	49
4.3. Análisis general de la investigación .....	50
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>53</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>55</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:.....</b>	<b>57</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>58</b>



## RESUMEN EJECUTIVO

---

La presente investigación analizó el tratamiento de contenidos de diario *El Universo*, permitiéndonos conocer la forma en que el medio establece su agenda y el tratamiento que brinda a sus noticias. A través de este conocimiento se permite percibir a los medios desde un punto de vista diferente, a través del cual se pone de manifiesto la crítica y la exigencia de calidad y veracidad en la información que recibimos.

El estudio se lo realiza dentro de una semana compuesta, establecida en las fechas del 21 de noviembre al 23 de diciembre del 2011, con esta selección de información se analizaron todos los formatos periodísticos transmitidos por el medio y así conocer las bases que utilizan para la elaboración de cada edición.

Se inició con un análisis de conceptos, estableciendo en lo posterior la metodología utilizada durante el estudio y forma en se aplicó, para terminar con la presentación de resultados y análisis de los mismos.

En las recomendaciones se han tomado en cuenta aspectos importantes para considerarse en futuras investigaciones y para el estudio de la carrera de comunicación social.

## **PARTE INTRODUCTORIA**

### **1.1. Introducción**

Hoy en día los medios de comunicación están en constante monitoreo, por otro lado también existe censura dentro de los mismos, lo que provoca que la información sea clasificada para finalmente transmitir los hechos que el medio decide que el pueblo debe conocer.

Los continuos debates que se crean entorno al trabajo periodístico y la forma en que percibe la sociedad la información que es transmitida, impulsa a poner en cuestión acerca de la línea que siguen los medios para el establecimiento de la agenda mediática y a su vez de la calidad de la información que recibimos.

Es por ello que se realiza el presente análisis de contenido a diario *El Universo* a través de una semana compuesta; el seguimiento forma parte del proyecto puzzle desarrollado por el Departamento de Comunicación de la Universidad Técnica Particular de Loja; el mismo abarca medios impresos, audiovisuales y nuevas tecnologías.

El estudio se desarrolla a nivel nacional, analizando información, fuentes y valores transmitidos por 6 medios de comunicación del país.

En diario *El Universo* la ficha de investigación es aplicada a 197 noticias que son el total de las 5 ediciones que forman parte de la semana compuesta; el seguimiento y análisis de cada una de ellas lo mostraremos en los siguientes capítulos.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Generales:**

- Determinar las características de la información publicada o emitida por diario *El Universo* entre el 21 de noviembre al 23 de diciembre del 2011.
- Descubrir las bases en las que los medios de comunicación se basan para el establecimiento de la agenda de información.

### **1.2.2. Específicos:**

- Seguimiento, estudio y análisis a Diario *El Universo*, a través de una semana compuesta, para conocer su posición frente a la Agenda Setting y el contenido de sus publicaciones.
- Estudio de los principales temas a los que el medio de comunicación brinda prioridades para ser publicados.
- Conocer el trato que otorga *El Universo* a los contenidos y temas publicados.

## CAPÍTULO II

---

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. El Periodismo en Ecuador

Entre los orígenes del periodismo en el Ecuador se destacan dos prestigiosos diarios nacionales; uno de los cuales forma parte de esta investigación.

Diario *El Telégrafo* según Efrén Avilés<sup>1</sup> es considerado “El decano de la prensa nacional”. Nació el 16 de febrero de 1884 fundado por Don Juan Murillo Miró. Diario *El Comercio* fundado el primero de enero de 1906 por el señor Carlos Mantilla Jácome. Gracias a Ismael Pérez Pazmiño nace *El Universo* que es diario de mayor circulación actual, fue fundado el 16 de septiembre de 1921.

Pero el primer periódico de nuestro país y el tercero en América Latina fue “*Primicias de la Cultura de Quito*”, nace el 5 de enero de 1792, en honor a esta fecha cada año se celebra el día del periodismo ecuatoriano). El periódico se caracterizaba por su contenido enfocado en la justicia y libertad.

A partir de esta fecha numerosos periódicos circularon hasta la actualidad. Durante los 10 primeros años del siglo XIX, en la capital del Ecuador se publicaron medios como *La Gaceta de la Corte de Quito* y *La Gaceta de la Corona*.

*En lo posterior durante la primera mitad de este siglo circularon los siguientes: El Patriota de Guayaquil, El Pensador Quiteño, El Imparcial, El Republicano del Sur, El Ruiseñor, El Garrote, El Eco del Azuay, El Telescopio, La Alforja, El Republicano, El Hombre Libre, El Investigador, El Argos, La Verdad desnuda, La Concordia, La*

---

<sup>1</sup> Efrén Avilés nace en Guayaquil el 26 de febrero de 1947, fue un escritor catedrático e historiador ecuatoriano. Hijo de Efrén Avilés Tabares y Eugenia Pino Yerovi. Su vida estuvo dedicada a la historia, investigando documentos y archivos tanto históricos y geográficos, como biográficos.

Entre sus obras están: Himno del Club Sport Emelec (1991); Diccionario del Ecuador Histórico, Geográfico y Biográfico (1994); 500 años de historia (1995); Gobernantes del Ecuador (1996); Calendario histórico del Ecuador (1997); entre otras obras destacadas.

Murió el 31 de diciembre del 2009.

*Linterna Mágica, El Seminario Eclesiástico, Las Facultades Extraordinarias, El Semanario Mercantil, El Quiteño Libre, La Balanza.* (Benítez, J. A., 2000, p. 114)

Algunos de los periódicos antes mencionados lograron conseguir aunque sea una pequeña parte de la historia del periodismo en el Ecuador, compartiendo acontecimientos importantes, por ejemplo la Independencia del Ecuador el 10 de Agosto de 1809.

A pesar de las constantes dificultades, los deseos de someter a un silencio periodístico y las adversidades, se publicaban las ediciones de estos medios. Durante la segunda mitad del siglo XIX continuaron forjándose los deseos de luchar por una prensa libre, en la que se dejaron de lado las influencias de movimientos, grupos políticos y gobiernos que constantemente impugnaban para conseguir poder sobre los diarios y sobre

Una figura destacada en contra de los abusos de poder de ciertos gobiernos fue el escritor Juan Montalvo, quien se manifestó en oposición a contra de la tiranía de Gabriel García Moreno, sentimiento plasmado al fundar el periódico *El Cosmopolita*

*Durante la segunda mitad de este siglo se hicieron notorios los siguientes: El Iris, Los Andes, La Crónica Semanal, El Centinela, La Prensa, La Patria, El Correo de Ecuador, La Opinión Nacional, La América Latina, La Estrella de Mayo, El Eco Liberal, La Nación, El Guayas, El Convencional, La Joven Liberal, El Popular, La Catacumbas, La Civilización Católica, El Espectador, El Comercio, La Candela, El Imparcial, El Bálsamo, El Herald, El Porvenir, El Regenerador, El Nacional, El Ecuador, La República, El Federalista, La Unión, El Independiente, El Semanario Popular, La Época, El Partido Liberal, La Reacción, La Razón, El Tiempo, El Industrial, El Diario de Quito, El Grito del Pueblo, entre otros.* (Benítez, J. A., 2000, pp. 115-116)

*Antes de terminar el siglo XIX la prensa del Ecuador estaba compuesta por alrededor de 90 periódicos, una buena parte de ellos diarios. Guayaquil era la ciudad que más órganos de prensa tenía, con un total de 40. Era seguida por Quito, con 15; Cuenca, con 8; Babahoyo, con 6; Loja, Bahía, Portoviejo, Machala, Riobamba, con 4 cada una; Ambato, con 3; Latacunga, con 2, etc.* (Benítez, J. A., 2000, p. 116)

Diario *El Comercio* forma parte de un grupo que lleva su mismo nombre, estabilizado en la capital del Ecuador, a este grupo se suman las revistas Familia, Carburando, As Deportivo, Educación y la Pandilla, el semanario Líderes, el vespertino Últimas Noticias, Radio Platinum y Radio Quito. En la actualidad su tiraje es de: lunes a viernes: 100.000, sábados: 120.000 y domingos: 160.000 ejemplares

*El Telégrafo* es el primer diario público de Ecuador, se constituye como tal a partir de la incautación de la empresa a sus anteriores accionistas y pasó a ser administrado por el Estado; actualmente con 25.000 ejemplares de lunes a domingo.

Está también *El Universo*, es un medio de comunicación que ha mantenido conflictos con el presidente de Ecuador Rafael Correa, principalmente el juicio que siguió al medio por una columna de opinión publicada en torno al 30S<sup>2</sup>. Para el 2012 su tiraje es: días ordinarios: 130.000, días sábados: 180.000, días domingos: 199.616 ejemplares.

Un diario que cabe ser mencionado es *El Extra*, el más vendido en el Ecuador; es un medio de comunicación enfocado a la prensa amarillista y sensacionalista, publica fotografías de mujeres desnudas y destaca lo más crudo de la violencia.

Diario *Hoy* es el primero en América del Sur en ofrecer su versión en la Web lo que impulsó a los diferentes medios para que migren a formar parte de la aldea global. Su tiraje es: Lunes a viernes 48.808, sábado 60.438, domingo 60.438 ejemplares

Además diario *La Hora* es un periódico regional enfocado principalmente en las noticias locales y provinciales, su fuerte es el publicarse en: Quito, Loja, El Oro, Manabí, Portoviejo, Chimborazo, Cotopaxi, Esmeraldas, Imbabura, Imbabura, Pastaza, Santa Elena, Santo Domingo de los Tsáchilas, Zamora Chinchipe, Tungurahua. El tiraje de sus ejemplares es: 149.641 de lunes a domingo

Actualmente los medios de comunicación reciben constantes críticas por parte del presidente, debido que el mismo frecuentemente juzga su trabajo, manifestando que forman parte de la oposición; razón por la cual se ha invadido la libertad de prensa y expresión,

---

<sup>2</sup> El 30S es un sinónimo que se le ha dado al 30 de septiembre del 2010, fecha en la que es Ecuador experimentó una gran crisis política; es el día de la huelga nacional policial en contra de la Ley de Servicio Público. Resultado de la crisis es que Rafael Correa declaró estado de excepción para el país, ordenó una cadena nacional que duró 8 horas, 8 personas fueron declaradas muertas y 274 lesionados.

En torno a esta fecha Emilio Palacio publicó el 30 de febrero del 2011 en diario *El Universo* un artículo titulado "NO a las mentiras" en contra del Rafael Correa por lo sucedido el 30S; esta publicación provocaría el cierre del medio y constantes críticas e insultos por parte del mandatario. Luego de juicio se sentencia al diario con una indemnización de 40 millones de dólares, condena al periodista y a tres directivos del medio; finalmente Rafael Correa en febrero 2012 decide perdonar la sentencia mencionada.

haciendo que los medios se sientan presionados en su labor, lo que llega a un resultado lógico que es la influencia en la agenda setting.

## **2.2. Teoría y particularidades de la agenda setting**

Para empezar a hablar de este tema, es necesario dar un breve recorrido por lo que es la teoría del enfoque o más conocido como framing.

La teoría del enfoque es la encargada de demostrar que el periodismo no está guiado por el objetivismo, sino, controlado por el subjetivismo. El framing funciona a través de la percepción de la realidad que pueden tener los profesionales del periodismo; es decir, esta percepción estará claramente direccionada según las ideologías políticas y religiosas, valores, el estilo de vida y el entorno de crecimiento del periodista, además de la línea editorial del medio de comunicación para el que labora.

Lo esencial es la forma en que es interpretada la realidad, de ahí nace el enfoque que se le pueda dar a la noticia, la percepción está determinada por notables aspectos, pero también dependerá de la participación periodística que tenga la misma, de si el reportero estuvo de cerca en el lugar de los hechos o lo evidenció a varios metros de distancia, o simplemente está guiado por testimonios directos.

Es por ello que cada medio de comunicación presenta la misma noticia con un diferente punto de vista, con su propia percepción de la realidad, dándole el enfoque que ellos decidirán es el correcto.

En este apartado también se habla acerca del encuadre, a continuación se buscará explicar su diferencia:

*"Graber define el enfoque como "una estructura cognitiva que consiste en el conocimiento organizado acerca de situaciones e individuos, que ha sido abstraído de experiencias previas. Se emplea para procesar nueva información y para llamar información almacenada". (Graber, 1989, p 28)*

*Entman propone en esta línea una definición del encuadre o del "encuadrar" (to frame). Para él consiste en seleccionar ciertos aspectos de la realidad, y redefinirlos a través de una nueva interpretación, contextualización o definición del hecho (Entman, 1993: 52)." (Giménez A., P., 2006, p. 62)*

A partir del enfoque del periodista, de la percepción que tenga de la realidad, se dará lugar al encuadre, que sería plasmar todas esas ideas o percepciones a través de una nueva definición para ser presentada a la audiencia a través de las publicaciones.

Para McCombs en enfoque sería una segunda dimensión de la agenda setting: *“En sus propias palabras: “En cada paso del proceso de comunicación se toman decisiones, se excluye o incluye información, se ignoran asuntos o se presentan con fuerza, se escriben titulares para captar la atención y se hacen filmaciones para ilustrar los temas. Se establecen prioridades. Se elige. Cada uno de estos pasos es, en esencia, la imposición de un encuadre. El modelo de la agenda-setting dice sencillamente que, una vez que se han hecho estas elecciones –en cualquier momento del proceso y por las razones que sean – la información resultante influirá en el modo en que los individuos ven y piensan acerca de las ideas y asuntos que se discuten (McCombs y Evatt, 1995: 27).” (Giménez A., P., 2006, p. 61)*

Este fragmento brinda una clara interpretación del papel del enfoque dentro de la agenda y del proceso que sigue la misma para su establecimiento, en el cual profundizaremos más adelante.

La agenda setting según la Dra. Antonia González *“conforma toda una teoría que surge a finales de los años sesenta en el marco positivista de la “Communications research” norteamericana, la cual se ha convertido en la teoría principal para la explicación de la influencia de los medios de comunicación sobre la formación de la opinión pública”.* (González B., A., 2000, p.1)

Los medios de comunicación dan a la audiencia la lista de temas de importancia y actualidad, en sí, son ellos los que deciden los eventos importantes en la sociedad y temas los cuales deberían o no ser noticias, lo que brinda a las personas conocimiento y cultura o simplemente ofreciéndoles la oportunidad de permanecer en la ignorancia.

El establecimiento de esta agenda es la selección y jerarquización de noticias a publicar, pero no sólo se queda ahí, sino que también se encarga de desechar aquellos temas o sucesos que a su parecer no tienen relevancia o simplemente ya se ha dicho todo sobre ello.

En este proceso de selección también es considerada la opinión pública; muchos de los temas seleccionados son los considerados de mayor importancia para la sociedad. Una de las formas para saber cuáles son estos temas es a través de los sondeos, los que son aplicados para detectar asuntos de interés público. Es de vital importancia señalar que para establecer estos temas los medios también se enfocan en los líderes de opinión, ya que son ellos los portavoces en los diferentes grupos formados en la sociedad.



Todas las noticias que se dan en el día a día no son necesariamente publicadas, a través de un proceso son desechadas muchas de ellas; es por eso que López, M., 1995, p. 46-48, en su libro "Cómo se fabrican las noticias" ha explicado cada uno de los pasos a seguir en este proceso:

1. **Selección.-** como ya se menciona en el acontecer diario son varios los eventos que se transforman en noticias, pero, para seleccionar cuales deberían ser publicadas o de interés público primeramente es primordial elegir aquellas que cumplan claramente con las características de ser llamadas en noticias, características en las que por ejemplo están las fuentes, la actualidad y la relevancia, entre otros.
2. **Inclusión.-** en esta parte del procesos se incluirán solamente aquellas noticias que el medio de comunicación considere que deberían ser publicadas, obtengan un lugar en el noticiero o periódico y sean consideradas de relevancia
3. **Exclusión.-** de este paso forman parte todas las noticias que no se incluyeron por su poca relevancia o simplemente por decisión del medio
4. **Jerarquización.-** es la importancia que posee cada noticia según su interés público o porque simplemente es un especial del medio, es decir, las noticias serán ordenadas para ser publicadas; factores determinantes en esta parte del proceso pueden ser la investigación periodística que posea la nota o su mejor elaboración.

Mas adelante se hablará de la agenda política, de medios y la pública; pero en la obra Rodríguez, R., 2004, p. 41-42, también habla de otros dos tipos de agenda:

**1.- Agenda intrapersonal.-** de este tipo de agenda forman parte las noticias que están directamente relacionadas con las personas, temas considerados de estrecha relación con la audiencia, lo que son seleccionados por el medio y están dentro de la jerarquía. Son propios de la agenda setting con los cuáles sí buscan influir en la opinión pública.

**2.- Adenda interpersonal.-** de esta agenda forman parte las noticias que son elegidos por las personas, lo que les interesa y de los que les gusta informarse y hablar; muchas de las veces estos temas no son considerados dentro de la agenda del medio, pero son los que la opinión pública elige.

## Elementos componen la agenda

- **Tema.-** los temas están a nuestro alrededor; los medios de comunicación a diario están buscando sobre qué hablar o investigar. Son los que forman parte de la agenda y entre ellos están por ejemplo la educación, las drogas, etc., son asuntos que siempre están ahí y de los que se puede hablar de forma positiva o negativa. También existen los eventos o acontecimientos, dentro de ellos está por ejemplo la presa rosa y la amarillista.
- **Relevancia.-** es la importancia que los medios de comunicación dan a los temas, al jerarquizarlos los están clasificando según la relevancia e importancia que éstos posean para el medio y para la audiencia.

En cada edición o noticiero los medios dan importancia determinadas noticias más que a otras, a través de los titulares o portadas; con esto ellos ya están influyendo en la opinión pública y diciéndoles cuáles son los temas a los que les tienen que prestar más atención.

Pero la relevancia no sólo se enfoca en la jerarquización de los temas, sino, que también hace referencia al punto central o de más importancia dentro de los mismos, es decir, cada tema posee un objetivo central del porqué debería ser tratado o publicado; por ejemplo en cuanto al tema de la diplomacia si es publicada una noticia su eje central sería los conflictos fronterizos de Ecuador con Perú.

- **Temas familiares o cercanos y temas desconocidos y lejanos.-** los primeros son aquellos que forman parte del entorno cotidiano de la audiencia, son temas de los que ellos ya están informados, de los cuales pueden hacer un crítica sin la necesidad del medio y a su vez ellos no tratan de influir en la opinión pública. Mientras que los segundos son aquellos que no tienen una relación directa con la audiencia como por ejemplo temas internacionales por lo que según la credibilidad del medio éste sí puede influir en la opinión pública.

En sí la elaboración de la agenda setting está influenciada por varios aspectos internos y externos al medio de comunicación, depende del periodista el que ésta sea beneficiosa y no para la audiencia y la sociedad; es verdad que la opinión pública forma

parte importante en la elaboración de la agenda setting, pero a mi parecer, responsabilidad más grande es la que lleva el medio porque en muchos temas y en variadas ocasiones a través de las publicaciones se le dará a la audiencia la forma en que tienen que percibir el mundo.

### **2.3. Opinión pública en los medios de comunicación y en la agenda setting**

*“Opinión pública significa cosas distintas según se contemple como una instancia crítica en relación a la notoriedad pública normativamente lícitada del ejercicio del poder político y social, o como una instancia receptiva en relación a la notoriedad pública, representativa o manipulablemente divulgada, de personas o instituciones, de bienes de consumo y de programas” (Habermas, J., 1981, p. 261)*

Al ser la opinión como algunos autores la citan un “fenómeno” sobre el cual se ha discrepado acerca de su concepto, es importante destacar que muchas de las veces se la ha entendido como suma de opiniones ciudadanas acerca de una temática en específica; contradictoriamente puedo manifestar que la opinión pública es el consenso al que se llega frente a una temática, más no la separación de opiniones.

Según Habermas, existen ocasiones en que la opinión pública no es real, puesto que toda la información está previamente manipulada para que la audiencia piense de tal forma, ya sea según la conveniencia del medio, de grupos sociales o de mandatarios. Esta manipulación no solamente está dada gracias a las transmisiones noticiosas sino a la publicidad que se le da a determinado tema, la misma que puede ser interna o externa, específicamente dentro o fuera del medio de comunicación.

Es importante mencionar que la opinión pública puede tener diferentes conceptos, es decir, puede formarse gracias a la información formalmente transmitida o comunicada, así como también gracias a la cotidianidad, es decir con las vivencias, algunas de ellas diseccionadas por la publicidad o simplemente por el acontecer social informal.

En sí, los profesionales de la comunicación ejercen una gran influencia en la opinión pública, generando en ella que se brinde más o menos importancia a determinado tema; se puede manifestar que de cierta forma los medios de comunicación entregan a la ciudadanía

los temas sobre los cuales deben pensar o hablar y darles mayor o menor importancia. En conclusión la verdadera opinión pública se forma a través y gracias a los medios.

Los medios de comunicación siguen un esquema de contenidos y es que siempre estarán enfocados en las prioridades de los ciudadanos, otorgando información de aquellos temas en los que de una u otra forma se ven inmiscuidos; todo esto lo hacen principalmente apuntando a los líderes de opinión, para que sean ellos los que se dirijan a sus grupos y generar un debate acerca de un determinado tema para finalmente llegar a un consenso en el que se refleja su posición frente al mismo.

Es así que los medios se llevan una gran responsabilidad porque de una u otra forma, para bien o para mal, sí influyen en el comportamiento de la sociedad. A través de sus publicaciones pueden provocar una guerra así como contribuir a la conciliación.

Al hablar de la agenda setting la opinión pública se ve directamente afectada con las decisiones que tomen los medios en cuánto a este tema, dando mayor o menor prioridad a determinados temas, además de la influencia que se permita que ejerzan el gobierno y grupos políticos en cuanto a las noticias.

Ésta es una importante labor de los medios debido a que con la prioridad y jerarquía de las noticias ellos están estableciendo las noticias a circular en el espacio público para que posterior a ello se establezcan debates y finalmente el consenso de los grupos de opinión.

*...ni los políticos, ni los periodistas representan ya a la opinión pública: ésta se configura como un sector autónomo, que si bien no se agota en los sondeos, tuvo en ellos el deslinde necesario del periodismo y de la política. Éste es justamente uno de los mayores retos que tiene el periodismo contemporáneo: reconocer la autonomía de la esfera de la opinión pública... (Miralles, A. M., 2007, p. 47)*

Al ser necesario reconocer esta problemática, se deberán tener claramente definidos los temas de interés público y los acontecimientos políticos de mayor transcendencia (se destaca que estos sucesos muchas de las veces van a estar condicionados por la línea editorial del medio). En definitiva, Miralles (2007), sostiene que los tres protagonistas del establecimiento de la agenda serán: los políticos, los periodistas y la opinión pública.

Los asuntos políticos cuentan con un importante apartado en la agenda setting, es por eso que el papel de los periodistas está enfocado en el reconocimiento y jerarquía de los temas políticos que verdaderamente son de interés público, separándolos de aquellos que han perdido su auge y su importancia, es decir dando prioridad también a la agenda ciudadana.

## **2.4. Agenda de los medios, agenda pública y agenda política**

### **Agenda de los medios**

*La agenda de los medios de comunicación (the media agenda) es una de las variables más resaltadas a la hora de generar el índice de contenidos que ocuparán las portadas de los medios durante un periodo de tiempo. El número de noticias que aparecen sobre un tema o asunto de estudio se mide en función de su importancia, páginas que ocupa, tiempo dedicado...(Miralles, A. M., 2007, p. 18)*

El proceso de elaboración de esta agenda inicia con un análisis de contenido, se lo realiza a través de un seguimiento de todas las publicaciones (y de sus características), tomando en cuenta la importancia y jerarquía que el público le da a cada tema. De la audiencia dependerá que este análisis se mantenga en pie durante meses o años, según la importancia que logre captar la temática.

Es una importante tarea el decidir cuales son los temas que aparecerán en cada publicación y más aún tomando en cuenta que existen ocasiones en las que la agenda pública está enfocada en temas lejanos de los que el medio considera de relevancia; es por ello que el medio lleva en sus manos las pautas de los temas de los que debe preocuparse la opinión pública.

### **Agenda pública**

*...la agenda pública se mide por encuestas realizadas a una parte de la población y en ellas a una muestra de individuos se le pregunta: ¿Cuál es el problema más importante al que tiene que hacer frente este país?, pregunta denominada el Problema Más Importante (PMI). Con los resultados que se obtengan, se pretende ver la posición relativa que tiene un tema o varios en la agenda del público. (Miralles, A. M., 2007, p. 20)*

A través de estas encuestas los medios de comunicación pueden saber cuales son los temas en los que la audiencia está interesada y sobre los que les gustaría que se hablara; teniendo la oportunidad también de identificar el problema más importante.

La agenda de medios da al público una pauta acerca de los temas de más relevancia; pero a través de los sondeos de opinión el medio de comunicación puede detectar cuales son las temas de los que la gente quiere informarse y se les de importancia, dando como resultado que las dos agendas están conectadas y formen parte del índice de contenidos de una publicación.

Con la agenda pública es posible que se pueda conocer cuales son los temas a los que el público les da mayor importancia y en qué determinado tiempo. Gracias a esta agenda se puede organizar los temas a publicar y los que tendrán mayor importancia entre la audiencia.

### **Agenda política**

*Mide el tipo de acciones que adoptan los gobiernos, parlamentos y las diferentes instituciones sociales que más tarde formarán parte desencadenante de debates, además de incluirse como temas destacados en la agenda de los medios y en la agenda pública.*(Miralles, A. M., 2007, p. 21)

En este tipo de agenda se incluyen todas las temáticas relacionadas con el gobierno así como el acontecer políticos; por lo general mantienen espacios importantes dentro de una publicación o un noticiero. A diario los medios de comunicación buscan noticias clave dentro de esta agenda; por eso es que los reporteros y los políticos se necesitan mutuamente, los primeros deben mantener buenas relaciones para obtener información para sus noticieros y los segundos necesitan que sus actividades e ideologías sean transmitidas o comunicadas.

No solamente los políticos o el gobierno influyen en la construcción de esta agenda, también lo hace la acción ciudadana, sus manifestaciones y protestas ante las acciones desarrolladas por el gobierno y demás entidades públicas.

La agenda política influye en las demás, mantiene una labor a través de la cual se pueden generar numerosos debates, influir en la agenda de los medios así como en la pública; la este tipo de agenda cambiaría drásticamente el rumbo de la opinión pública.

En nuestro país son varios los medios de comunicación que se dejan influenciar por la agenda política, dejando que la misma guíe las publicaciones, y más aún en las empresas de comunicación públicas o comparte la ideología del gobierno.

## **2.5. Agenda setting en América Latina y Ecuador**

Las coberturas mediáticas a eventos electorales son las más comunes en América Latina, se realiza el seguimiento y estudio de por ejemplo tres medios de comunicación para conocer cual es la posición de los mismos frente a los diferentes partidos políticos. A través de estas coberturas también se puede conocer cuál es la posición que mantiene el medio frente a los hechos.

El observador de medios de comunicación de América Latina, en el año 2008 realizó un seguimiento a los 5 países de América del sur, sus investigadores fueron: Marco Villaruel Acosta, Ecuador; Alan Antonio Patroni, Perú; Magdalia Pineda de Alcázar, Venezuela; Fernando O. Paulino, Brasil; Adriana Maricela Londoño, Colombia.

Para la selección de los cinco países modelo influyeron aspectos importantes, como por ejemplo: políticos, de violencia y libertad de expresión; estos temas también son foco de los principales conflictos que enfrenta cada país.

En Brasil los medios de comunicación tienden a colocar como titulares a las versiones que ellos mismos consiguen, en el estudio del observatorio se detectó que los principales temas en las publicación en el país eran los relacionados con la corrupción, el gobierno, partidos políticos y entidades gubernamentales. En cuanto a este país lo que se pudo destacar es que cada medio de comunicación publica las noticias con su propio enfoque

En Colombia durante el tiempo de monitoreo se pudo notar que los medios de comunicación hablan principalmente del narcotráfico, la guerrilla y la relación de grupos

políticos con la misma. En variadas ocasiones los medios publican similares titulares pero también coincidieron en la línea editorial.

Durante el monitoreo en Perú se notó libertad de prensa a diferencia de los demás países, refiriéndonos a temas políticos los medios de comunicación han coincidido en cuanto titulares pero no lo han hecho en el punto de vista y posición frente a un tema, es decir con enfoques diferentes. Publicaciones encaminadas a temas políticos e instituciones públicas. Preocupándose también de la seguridad y bienestar de los peruanos.

En cuanto a Venezuela un país que durante los últimos años ha presentado conflictos por cambios que genera el gobierno, a más de los constantes desacuerdos con los medios de comunicación las publicaciones están en contra del presidente (a algunos medios les costo el cierre). Hay sucesos relacionados con la violación de los derechos de los ciudadanos y libertad de prensa expresión.

En Ecuador predomina el tema de la violación de derechos políticos y libertades civiles, vulnerabilidad de las instituciones democráticas y promoción de valores e instituciones de la democracia. Son los temas principales que tomaron en cuenta los medios para su agenda durante el monitoreo del observatorio de medios en el Ecuador; pero estos temas no solamente son los más tratados en nuestro país sino que también en los demás que forman parte de este monitoreo.

Ecuador es un país que antes del actual gobierno experimentó constantes cambios políticos por eso que ha formado parte de este monitoreo. Los temas políticos y violación de derechos, casos de corrupción en instituciones públicas son de los que se ha hablado constantemente, a más de los variados conflictos que ha mantenido el gobierno con los diferentes medios de comunicación.

Los diferentes eventos políticos han llenado la agenda durante semanas, la propuesta y aprobación de las diferentes leyes establecidas por el actual mandatario, y por supuesto sus constantes ataques a la prensa en sus transmisiones sabatinas.



## **INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS DE CONTENIDOS SEMANA COMPUESTA**

### **3.1 Metodología: Análisis de contenidos por medio del instrumento de la investigación.**

*El análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto (Krippendorff, K., 1997, p. 28)*

Para este tipo de procedimiento se tienen en claro los objetivos que se persigue; debe estar definido de forma clara y una vez conseguidos los resultados toda la información proporcionada, dese ser verificable para que otros investigadores puedan utilizarla, esto es, a través de los datos verbales, simbólicos y comunicacionales que proporcione en análisis.

Se realizó un análisis de contenido basándonos en los principales medios de comunicación del país, teniendo en cuenta dos medios impresos, dos digitales y dos canales de televisión, todos nacionales; mi proyecto habla de diario “*El Universo*”.

Se lo desarrolló a través de una semana compuesta, establecida en las fechas del 21 de noviembre al 23 de diciembre del 2011, con esta selección de información se analizaron todos los formatos periodísticos transmitidos por el medio para de esta forma conocer las bases que utilizan para la construcción o elaboración de cada edición.

Al hablar de los constates debates acerca del periodismo ecuatoriano y el tratamiento de la ley de comunicación, se parte de ciertas temáticas para conocer y analizar las circunstancias en las que se establecen las agendas de información y los aspectos que las influyen para que finalmente sean transmitidas y percibidas por la ciudadanía. Nos centramos en la selección de información, fuentes, tendencias y valores, mismos aspectos que son tomados en cuenta para la elaboración de la agenda setting.

En fin, la investigación a medios impresos, de televisión y nuevas tecnologías que decidió desarrollar la UTPL a través de sus investigadores, busca identificar el problema más importante de los medios de comunicación al momento de establecer la agenda.

La investigación se basa principalmente en un análisis de contenido, es decir, en un seguimiento de las publicaciones del medio; dicho seguimiento se lo pone en práctica a través de una ficha que se anexa al final del documento; dentro de ésta se formulan variadas preguntas y de distinto enfoque para que a través de las mismas se logre conocer la posición del medio ante los diferentes temas noticiosos y variados aspectos de los mismos.

Es claro que el análisis debe responder a un proceso y desarrollarse en base al mismo, siguiendo las líneas establecidas en un inicio para así obtener resultados; también debe enfocarse en la objetividad, en este tema se busca que el análisis no sea influenciado por la cultura e ideologías del periodista o medio de comunicación; los resultados del análisis deberán poder ser representados y cuantificados para así brindar la explicación y demostración de los mismos.

La finalidad del análisis de contenido en esta investigación es saber cuál es la posición del medio de comunicación frente a las diferentes temáticas que forman parte de sus publicaciones, para conocer además, la importancia que el medio brinda a los acontecimientos relacionados por ejemplo con la presidencia del país o con la violencia y derechos humanos.

Los resultados de la investigación poseen la validez y credibilidad para que puedan identificar otros estudios para futuro y para que la información sea verificada.

La recolección de datos se desarrolló a base de una semana compuesta, esta consiste en elegir el lunes de la primera semana, el martes de la segunda semana, el miércoles de la tercera semana, el jueves de la cuarta semana y el viernes de la quinta semana, excluyendo los fines de semana y la sección de deportes; de esta forma quedan cubiertos todos los días de la semana.

La semana compuesta es la muestra representativa de nuestro universo, para con la misma obtener resultados cuantitativos de la investigación. Con resultados cuantitativos nos referimos a la representación numérica o estadísticas de la información; es la información demostrada a través de las cifras, lo que permite también se de paso a la objetividad en los resultados.

**- Las publicaciones que forman parte de la semana compuesta son:**

- Lunes 21 de noviembre del 2011
- Martes 29 de noviembre del 2011
- Miércoles 7 de diciembre del 2011
- Jueves 15 de diciembre del 2011
- Viernes 23 de diciembre del 2011

**- Secciones estudiadas:**

- |                        |                 |
|------------------------|-----------------|
| 1. Actualidad          | 6. Lectores     |
| 2. Cultura             | 7. Gente        |
| 3. Economía y negocios | 8. El país      |
| 4. Opinión             | 9. Espectáculos |
| 5. Internacional       |                 |

En cada sección se aplicó la misma ficha de investigación. La información de clasificados, publicidad y algunos breves no se han tomado en cuenta para la investigación.

### **3.1. Fichas utilizadas en la recolección de datos**

En este apartado se analiza cada una de las partes de la ficha de investigación, (anexada al final del documento) tratando de revisar brevemente todas las preguntas que forman parte de ella.

#### **3.2.1. Identificación**

Entran los aspectos informativos del diario, como el nombre, el tipo de soporte (en este caso es impreso), número de edición, cobertura. En este apartado se contestan preguntas relacionadas a la noticia, aspectos generales como el título y el tema, el orden de los titulares así como la página en la que se publica, el tamaño de la noticia y la sección

temática a la que corresponde; y finalmente la procedencia geográfica, es decir, si la noticia es local, provincial, nacional o internacional.

### **3.2.2. Origen de la información**

Es la relación con la entidad u organismo de donde nace la noticia, si es de una entidad pública o privada, ONG, corporación social, partidos políticos, sindicatos, o simplemente otro origen. Aspectos del surgimiento de la noticia, si la misma nace como resultado del periodismo de investigación o es producto de las rutinas productivas. Terminando el apartado con información acerca de la autoría de la noticia, si la noticia es propia del medio, es cortesía de alguna agencia o tiene otro origen.

### **3.2.3. Naturaleza de las fuentes y los protagonistas**

Se habla de las características que poseen las fuentes dentro de cada publicación, cuántas son utilizadas y si estas son directas o indirectas. Fuentes directas son aquellas que están estrechamente relacionadas con el hecho, es decir los protagonistas o testigos directos de la noticia; las fuentes indirectas son aquellas que nos sirven para ampliar la información, pueden ser especialistas que nos ayudan a explicar de mejor forma la temática o simplemente testigos indirectos de los hechos pero que de una u otra forma se ven afectados.

Siempre existe una fuente sobresaliente y también se ha otorgado un espacio para saber si la misma es utilizada o no en el titular de la noticia. El sexo de las fuentes y cuántas son utilizadas por cada noticia, apuntando en saber la naturaleza y características de cada una, para lo cual se plantean preguntas acerca del tipo; si ésta es objetiva o subjetiva, conocer si es institucional, pública, privada, legítima e ilegítima, actual o de archivo, de partido político, de sindicato; y por supuesto se busca analizar el tamaño o espacio que se le dedica a cada declaración, saber a que punto de vista pertenece la misma para de esta manera establecer si existe o no equidad en cuanto a la utilización de las fuentes. Se concluye este apartado con la pregunta acerca de la forma en que las fuentes participaron con su declaración.

#### **3.2.4. Fórmula de identificación de los protagonistas de la información**

En esta parte de la ficha se identifica a los protagonistas de la información, por ejemplo cuando se habla de las actividades del Gobierno se identifica que el protagonista es Rafael Correa; o muchas de las veces no se lo identificará, haciendo que estos sean genéricos, es decir, que son varias las manifestaciones protagonistas y no solamente una.

Se habla del secreto profesional o también llamado off the record. Al hablar de off the record parcial nos referimos a las fuentes de la noticia que han proporcionado información bajo la condición de que su identidad no sea identificada, en este caso se puede mencionar una característica de la fuente pero no su identidad absoluta; mientras que el off the record absoluto se refiere a la protección total de la fuente, es el anonimato absoluto.

Finalmente esta parte de la ficha recolecta datos acerca del estilo utilizado para la participación de las fuentes, a través del estilo directo o indirecto, con el primero se hace referencia a los entrecorillados al transcribir parcial o completamente la declaración, mientras que con la indirecta se cita la declaración de la fuente pero con la voz del otro.

#### **3.2.5. Estructura de la información y formato de las noticias – respuestas múltiples**

Se busca identificar la estructura en sí de la noticia, saber el género periodístico utilizado. Además de datos en cuanto al seguimiento del tema, identificar si la noticia es una publicación otorgada por otro medio o es exclusiva de quien la publica; detallar si en la publicación se entrecorillan las declaraciones de las fuentes y cómo son publicadas las entrevistas; saber si se utilizan cifras en la información, determinar a través de su contexto y contenido si se detectan datos no comprobados.

Se ha considerado importante obtener información en cuánto a la relevancia del tema, establecer si el mismo formará parte de futuras ediciones, si con la nota analizada se ha dicho todo en cuanto al mismo o simplemente es un tema que está en auge cada determinado tiempo.

Finalmente en este apartado se incluyen preguntas acerca de la temática y estructura de nota, si es una noticia incógnita que deja al público con la duda de que pasará con dicho tema, si es globo sonda que busca generar algún tipo de reacción o es una

noticia eclipse que con su importancia y exclusividad opaca a las demás que en un inicio formaban parte de la agenda.

### **3.2.6. Tratamiento de los contenidos**

Los periodistas deben ser claros con los mensajes que desean transmitir; aquí nos enfocamos en la elaboración expositiva y narrativa de la noticia. Saber si es publicada con objetividad en la que se de espacio para la declaración de todas las partes implicadas y la correcta utilización de las mismas, para lo cual se establece un espacio para los cm<sup>2</sup> utilizados para cada una de las declaraciones; destacando los pro y los contra del hecho y saber si el espacio que se utiliza es suficiente. Concluyendo en si la información está firmada o no.

### **3.2.7. Enfoque**

Resulta importante conocer el enfoque que el medio le de a cada noticia, desde este aspecto se puede establecer la posición que la empresa de comunicación mantiene frente al tema, analizando si esta es la posición adecuada o no; se puede saber si en enfoque utilizado es positivo o negativo y si se lo vincula con circunstancias negativas o positivas.

### **3.2.8. Desequilibrios informativos – información que oculta publicidad**

También está enfocada en la narración de la nota, la separación que debe existir entre información y opinión; además de conocer si se transmite información no objetiva o se intenta transmitir algún tipo de mensaje subliminal

### **3.2.9. Valores**

En este tema se han establecido los valores universales como preguntas, saber si la noticia transmite alguno de ellos, o intenta transmitir algún mensaje positivo con la publicación.

Se los percibe a través del enfoque con el que se transmita la noticia, buscando identificar el objetivo de la misma.

### **3.3. Hipótesis**

1. Al ser la agenda temática el proceso en el que se seleccionan temas de publicación, diario *El Universo* brinda prioridad a los asuntos nacionales y de interés general para ser transmitidos o informados.
2. Las rutinas productivas y el periodismo de investigación son los principales motores de Diario *El Universo* para la elaboración de la agenda temática.
3. El medio de comunicación busca total veracidad a través del contraste de fuentes en cada una de sus notas.
4. Diario *El Universo* centra sus bases de información en una transmisión de valores a través de las notas periodísticas.

## **REPRESENTACIÓN GRÁFICA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS**

Este apartado habla de los resultados obtenidos de la investigación, los datos estadísticos y la respectiva explicación de los mismos.

### **4.1. Presentación de cuadros estadísticos y respectivo análisis**

El criterio a seguir para la tabulación de la información varía según cada apartado; en algunas preguntas las respuestas serán otorgadas directamente por el género periodístico, mientras que en otras la respuesta variará según la percepción obtenida de la noticia al momento de leerla; no siempre serán datos exactos o estadísticos, también serán cualitativos según la interpretación obtenida al momento de leer las notas publicadas.

#### **4.1.1. Identificación**

197 son las noticias estudiadas a través de las fichas, las mismas están divididas en las cinco ediciones que forman parte de la semana compuesta; en este capítulo veremos y analizaremos los resultados obtenidos de la aplicación de las fichas en cada una de las publicaciones.

Como ya se mencionó, la investigación está basada en una semana compuesta, la que es la muestra representativa de nuestro universo, de esta semana forman parte las ediciones de las siguientes fechas:

- Lunes 21 de noviembre del 2011
- Martes 29 de noviembre del 2011
- Miércoles 7 de diciembre del 2011
- Jueves 15 de diciembre del 2011
- Viernes 23 de diciembre del 2011



Así mismo indicamos que las secciones estudiadas son: actualidad, cultura, economía y negocios, opinión, internacional, lectores, gente, el país y espectáculos.

En cada sección se aplicó la misma ficha de investigación. Las partes del diario eliminadas son: clasificados, publicidad y algunos breves que no se han tomado en cuenta para la investigación.

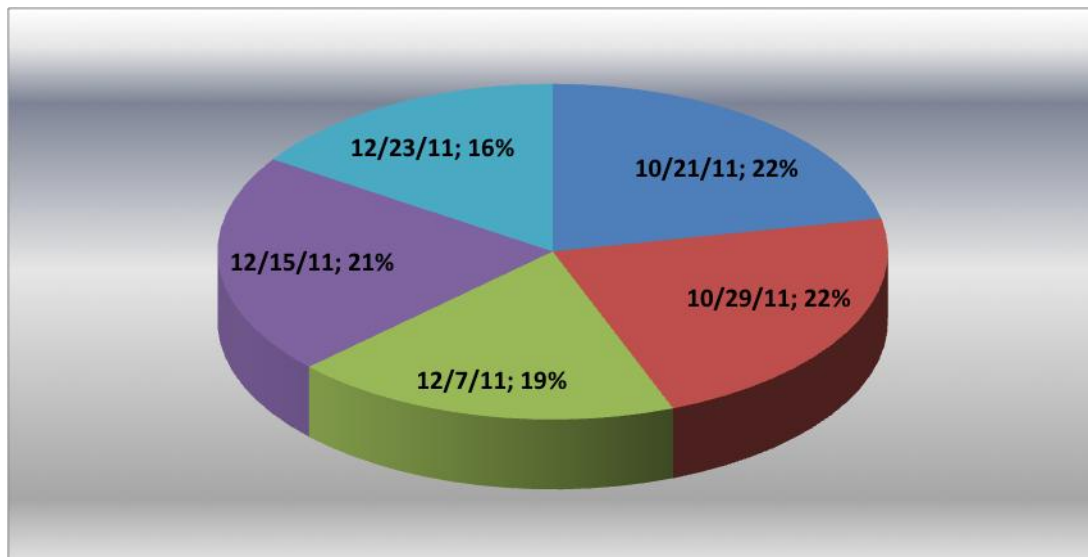
Una vez identificadas las ediciones del medio, continuamos la investigación basándonos en la ficha establecida para la misma; dentro de ella como primer paso se identifican las características generales de la noticia a ser evaluada, es decir aspectos generales como la fecha de su publicación y el tema, son importantes también para el desarrollo de la investigación.

Existen aspectos que por evitar la extensión innecesaria del documento se decidió explicar sus particularidades antes que plasmarla en un gráfico.

Se notó también que solamente 35 noticias aparecen en los titulares y que las 162 restantes no aparecen en los mismos. Además hemos considerado importante conocer cuántas noticias hablan de Ecuador y cuáles no: 136 noticias pertenecientes a dicho país, el resto de noticias se dividen entre Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, México, Nicaragua, Perú y Venezuela; esto es dentro de América Latina, pero fuera de la misma también se ha publicado notas de Estados Unidos, España, Egipto, Libia, Siria, Indonesia, Inglaterra, Hawai, Filipinas, Rusia, Afganistán, Bélgica e Irán.

Los aspectos importantes de este apartado a continuación las explicamos en gráficas:

**Gráfico 1:** Noticias por publicación diaria.



**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 1:** Noticias por publicación diaria

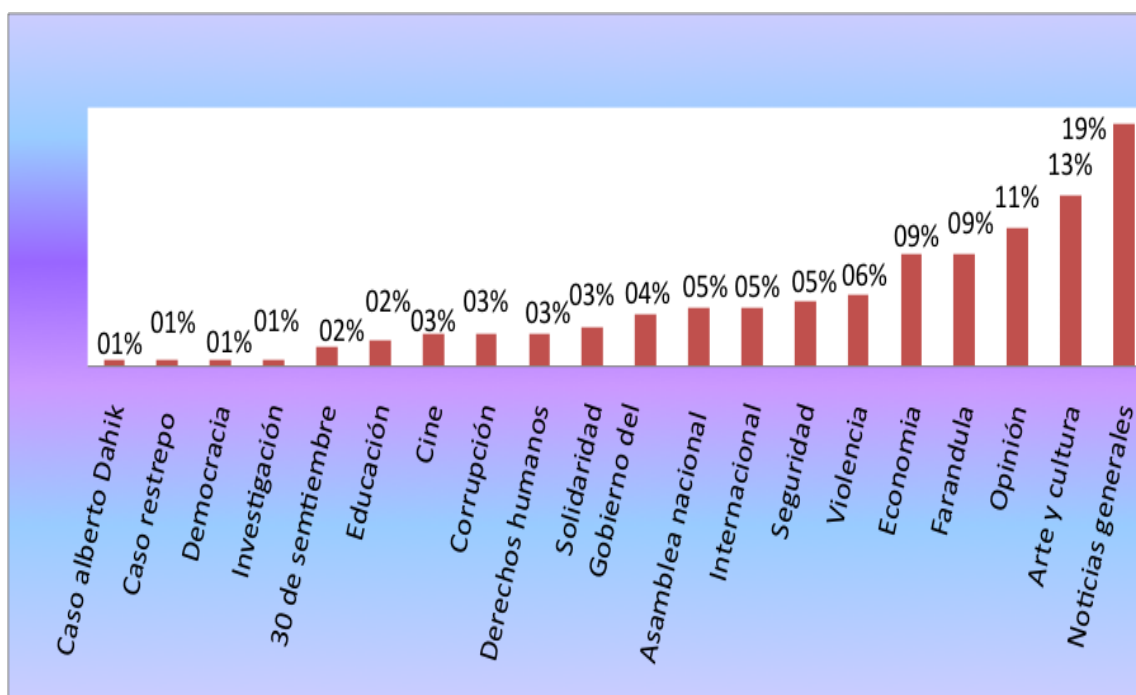
<b>Fechas de Publicaciones</b>	<b>Noticias</b>
10/21/11	43
10/29/11	44
12/07/11	37
12/15/11	42
12/23/11	31
<b>Total</b>	<b>197</b>

**Fuente:** elaboración propia

La primera y segunda publicación de la semana compuesta fueron las ediciones con mayor número de noticias. Al día lunes 21 de noviembre del 2011 le corresponde el 21,8% de las 197 noticias, mientras que al día martes 29 le corresponde el 22,3% lo que lo convertiría en el día con mayores publicaciones de notas periodísticas.

El número de noticias dentro de cada edición puede tener varios factores que influyen en él; por ejemplo la fecha de publicación, al ser un día festivo es posible que se le brinde mayor importancia a la conmemoración antes que al resto de los sucesos.

**Gráfico 2:** Temas de más cobertura en las ediciones de *El Universo*



**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 2:** Temas de más cobertura en las ediciones de *El Universo*

TEMAS DE MAYOR COBERTURA	NOTICIAS
30 de setiembre	3
Arte y cultura	26
Asamblea nacional	9
Caso Alberto Dahik	1
Caso Restrepo	1
Cine	5
Corrupción	5
Democracia	1
Derechos humanos	5
Economía	17
Educación	4
Farándula	17
Gobierno del Ecuador	8
Internacional	9
Investigación	1
Noticias generales	37
Opinión	21
Seguridad	10
Solidaridad	6

Violencia	11
<b>Total</b>	<b>197</b>

**Fuente:** elaboración propia

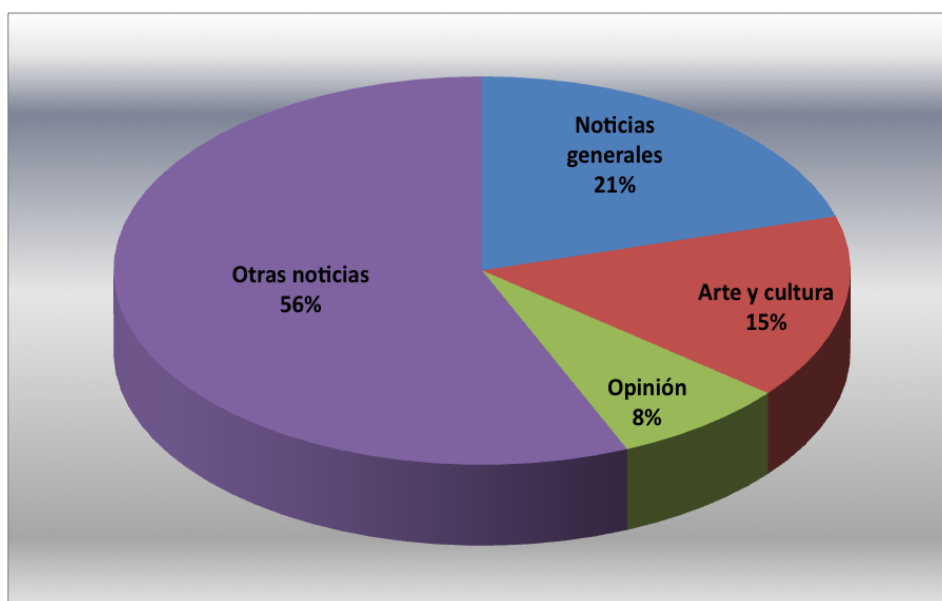
Se identifica el tema al que pertenece cada una de las noticias, con ello se ha concluido que en total se publican acerca de 20 temas, dividiendo todas las noticias según a cuál pertenecía. Con ello se verificó que el tema de mayor prioridad es el de las noticias generales con el 18,8% que equivale a un total de 37 noticias de toda la semana compuesta; aquí se encuentran las noticias relacionadas con las provincias, es decir, los problemas ambientales, accidentes de tránsito, violencia, construcciones públicas, eventos de ciudades, entre otras.

A continuación las noticias de arte y cultura, con 13,2% que son 26 noticias, la cantidad de publicación de noticias enfocadas al tema es debido a que para el desarrollo de esta investigación también se ha tomado en cuenta la sección de “Vida y estilo”.

El tercer lugar el tema de opinión con 10,7%, 21 noticias.

Los temas de violencia, seguridad, solidaridad, economía, educación, investigación, farándula, derechos humanos, cine, 30 de septiembre, caso Alberto Dahik, caso Restrepo, gobierno del Ecuador, internacional, corrupción, democracia y Asamblea Nacional son los temas de los que también se ha publicado pero con menor seguimiento que los anteriores.

**Gráfico 3:** Espacio utilizado por los temas de mayor cobertura



**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 3:** Espacio utilizado por los temas de mayor cobertura

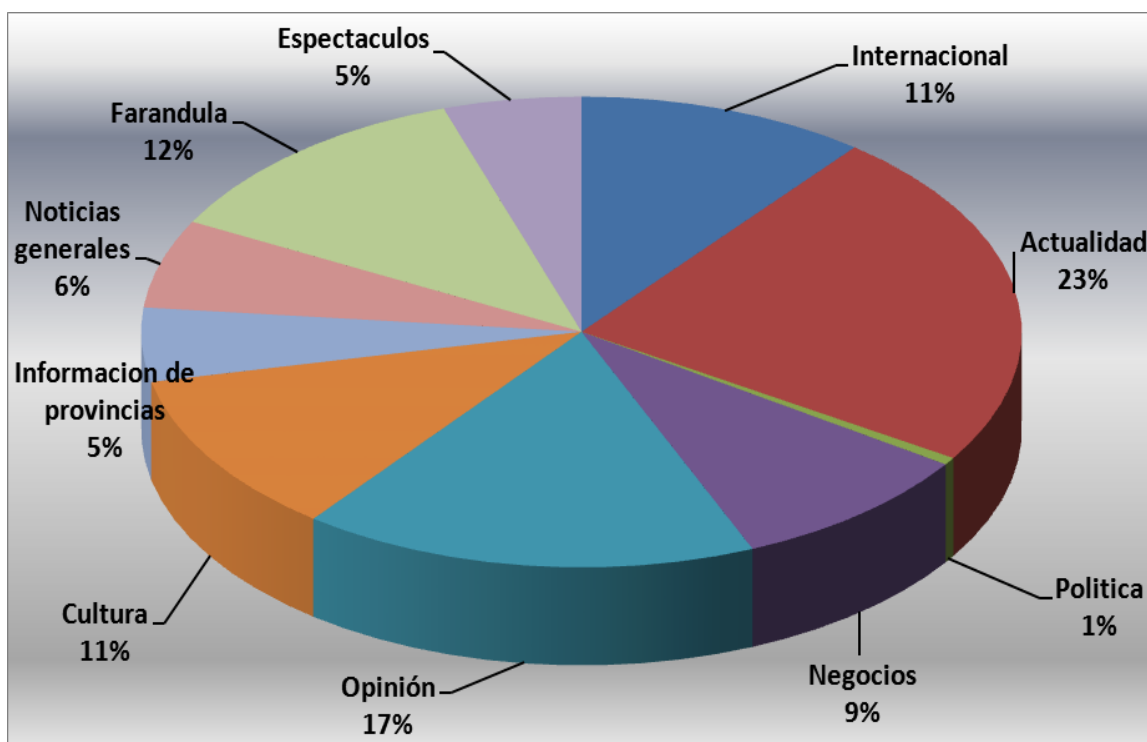
<b>TEMAS</b>	<b>CM<sup>2</sup></b>
Noticias generales	12992,45
Arte y cultura	9749,54
Opinión	4872,7
Otras noticias	35770,02
<b>Total</b>	<b>63384,71</b>

**Fuente:** elaboración propia

Se indica que el espacio utilizado por todas las publicaciones es de 63384,71 cm<sup>2</sup>; es el total de la suma de los cm<sup>2</sup> de cada una las noticias de las 5 ediciones que forman parte de la semana compuesta.

Este caso se enfoca en los temas de más importancia, es por eso que el gráfico se divide en cuatro partes. Las noticias generales se convierten en las más destacadas con un 20,50%, que son 12992,45 cm<sup>2</sup> de todo el espacio utilizado; le sigue el arte y la cultura con el 15,38%. 9749,54 cm<sup>2</sup>; luego el tema de opinión con 7,69%, 4872,7 cm<sup>2</sup>; y finalmente el 56,43%, 35770,02 cm<sup>2</sup> pertenece a los otros 17 temas que forman parte de las publicaciones.

**Gráfico 4:** Secciones del medio con mayor número de noticias



**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 4:** Secciones del medio con mayor número de noticias

<b>SECCIÓN TEMÁTICA</b>	<b>NOTICIAS</b>
Internacional	21
Actualidad	46
Política	1
Negocios	18
Opinión	33
Cultura	22
Información de provincias	10
Noticias generales	12
Farándula	24
Espectáculos	10
<b>Total</b>	<b>197</b>

**Fuente:** elaboración propia

El medio de comunicación se encuentra dividido por secciones y también se dedicó un apartado para hacer el respectivo seguimiento y conocer cual de las secciones del medio es la que ha aportado con mayor número de noticias.

Las noticias de actualidad son la prioridad del medio de comunicación, con un total de 46, el 23%.

Luego de esta sección tenemos la de opinión con 33 de noticias, es decir, el 16,8% de las noticias, datos que también van de la mano con la gráfica 3 que habla de los temas de las publicaciones.

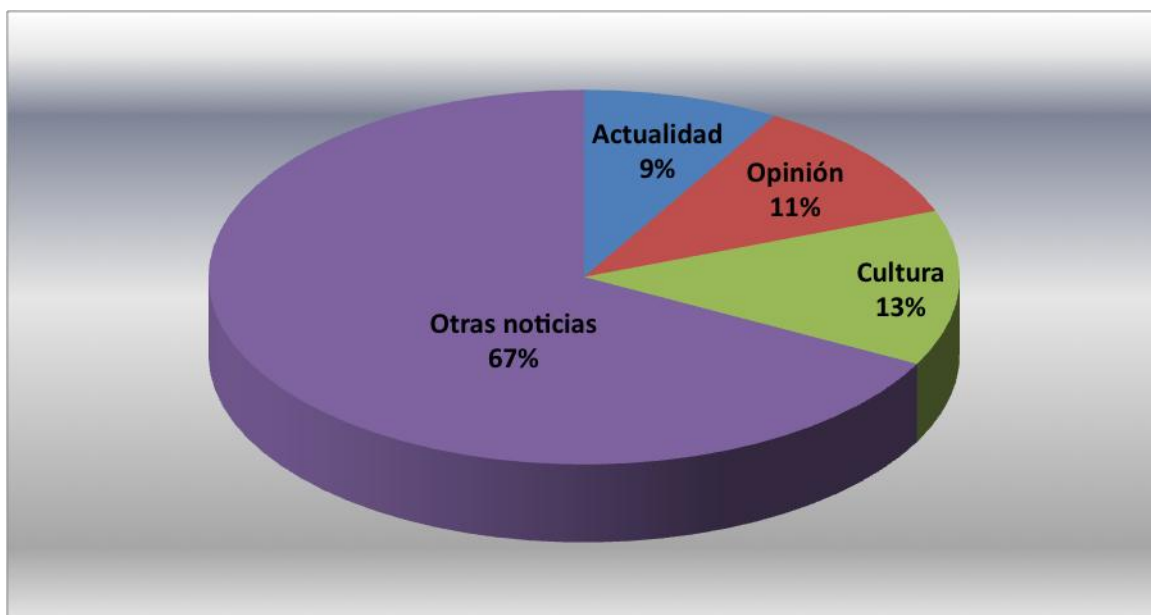
Le sigue la de farándula con el 12,2% lo que corresponde a un total de 24 noticias, lo que quiere decir que el medio sí le brinda importancia a este tipo de publicaciones.

Finalmente están las demás secciones, cultura con el 11,2% (22 noticias), internacional 10,7% (21 noticias), negocios 9,1% (18 noticias), noticias generales 6,1% (12 noticias), espectáculos 5,1% (10 noticias), información de provincias 5,1%(10 noticias), política 0,5% (1 noticia).

Con ello nos podemos dar cuenta de que el medio de comunicación al ser de circulación nacional, sí abarca los eventos o sucesos a nivel de Ecuador y de actualidad, buscando cubrir lo más destacado. Pero también es notorio que busca mantener siempre un amplio espacio para la libertad de expresión brindado la oportunidad para que los críticos puedan hablar y expresar sus opiniones acerca de los principales problemas que presenta nuestro país.

Aunque en menor cantidad de publicaciones pero también da cobertura los demás hechos de nuestro país y a nivel mundial; destacando también con su sección de vida y estilo, lo más sobresaliente de la farándula, del arte y la cultura.

**Gráfico 5:** Espacio utilizado por secciones



**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 5:** Espacio utilizado por secciones

SECCIÓN	CM <sup>2</sup>
Actualidad	5365,3
Opinión	6836,7
Cultura	8513,1
Otras noticias	42669,61
<b>Total</b>	<b>63384,71</b>

**Fuente:** elaboración propia

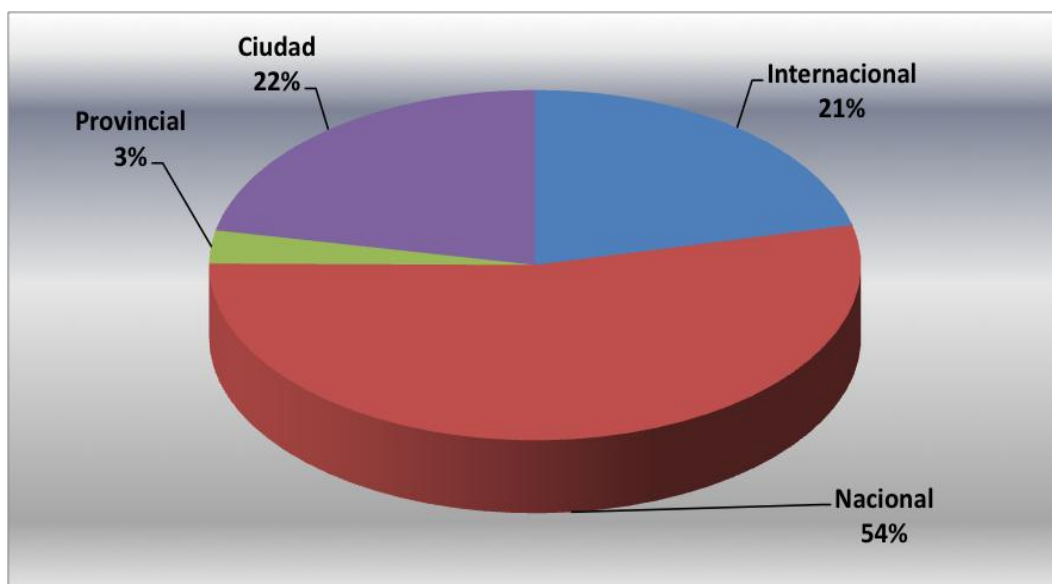
Anteriormente se indica el espacio utilizado para todos los géneros periodísticos en todas las ediciones de la semana compuesta; partiendo de este total y de la importancia del poder descubrir la sección del diario que ocupa mayor espacio en la publicación, se lo dividió para conocer cuál es el espacio que se utiliza en las diferentes secciones. Es así que tenemos que de las 10 secciones temáticas del medio el 13,43% pertenece a cultura, lo que equivale a 8513,1 cm<sup>2</sup>; le sigue la sección de opinión con el 10,79%, 6836,7 cm<sup>2</sup>; finalmente como la tercera sección más importante está la de actualidad con el 8,46%, 5365,3 cm<sup>2</sup>; el 67,32%, 42669,61 cm<sup>2</sup>, pertenece a las otras siete secciones de diario *El Universo*.



Siendo qué, actualidad es la sección que ocupa un mayor espacio, se brinda el conocimiento de las prioridades del medio, y la mayor dedicación que brinda a temas en específico.

Este gráfico va de la mano con el 4. Si el gráfico 4 nos da como resultado que la sección de actualidad es la que posee mayor número de noticias, entonces también va a ser la sección que ocupa mayor espacio dentro de cada edición.

**Gráfico 6:** Procedencia geográfica de la noticia



**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 6:** Procedencia geográfica de la noticia

PROCEDENCIA GEOGRAFICA	NOTICIAS
Internacional	42
Nacional	106
Provincial	6
Ciudad	43
<b>Total</b>	<b>197</b>

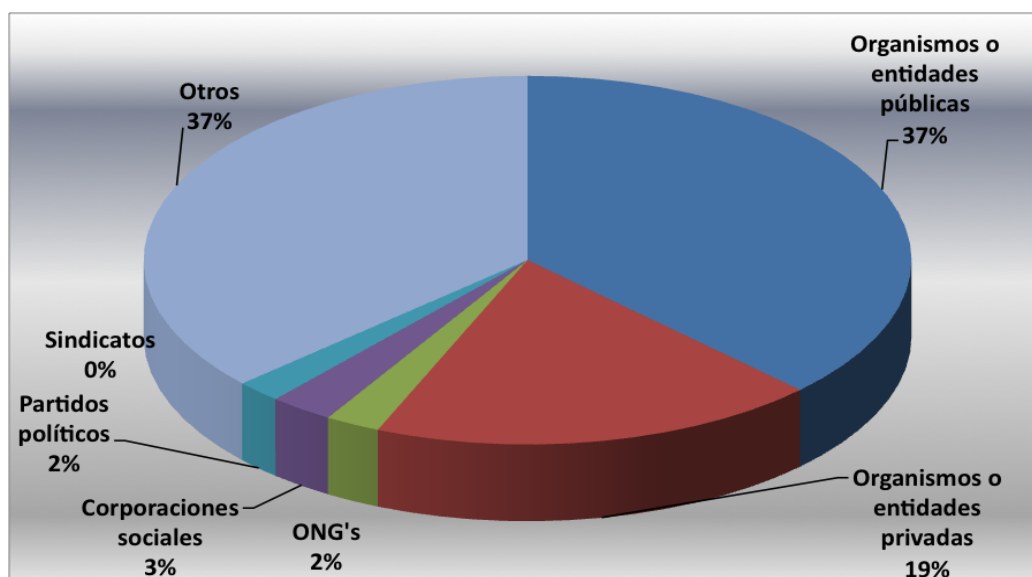
**Fuente:** elaboración propia

Con la gráfica es notorio que las noticias nacionales son de primordial importancia para el medio de comunicación es por ello que se llevan el 53,08%, lo que corresponde a 106 noticias; las noticias de ciudad ocupan el 21,8% (43 noticias), las internacionales el 21,3% (42 noticias) y las provinciales el 3,0% (6 noticias).

#### 4.1.2. Origen de la información

El conocer las entidades en constante movimiento, las que proporcionan información para el medio de comunicación o simplemente las que dan algún aporte para la sociedad, se lo determina en esta parte de la investigación, con la que podemos identificar los orígenes más frecuentes de la noticia.

**Gráfico 7:** Origen de la información



**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 7:** Origen de la información

ORIGEN DE LA INFORMACIÓN	NOTICIAS
Organismos o entidades públicas	97
Organismos o entidades privadas	49
ONG's	6
Corporaciones sociales	7
Partidos políticos	5
Sindicatos	0

Otros	95
<b>Total</b>	<b>259</b>

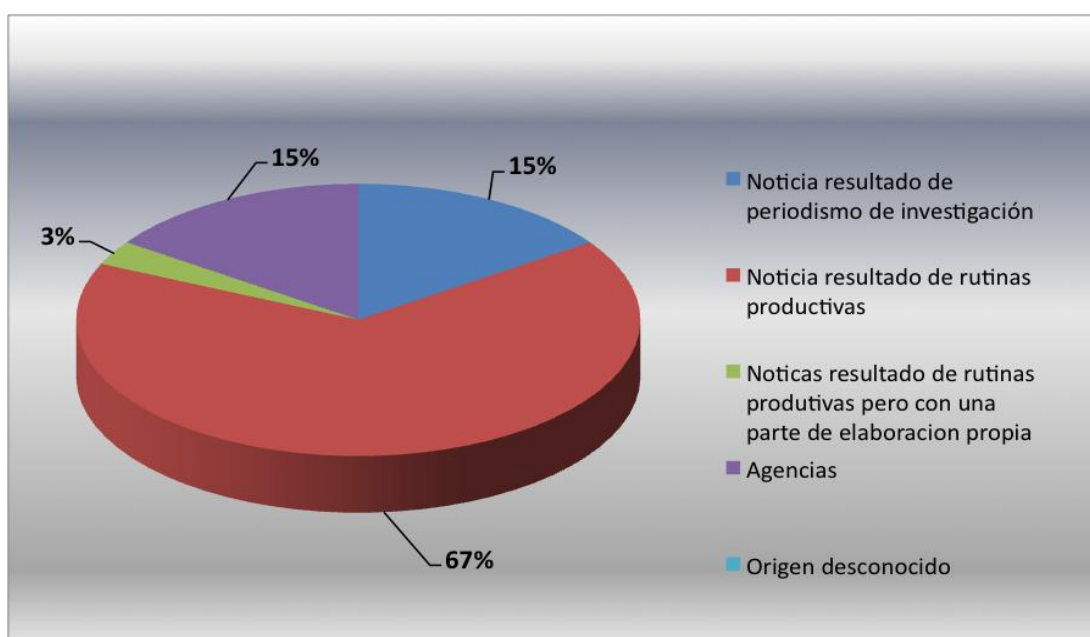
**Fuente:** elaboración propia

La mayoría de la información surge de los entidades públicas, tal y como lo demuestra el gráfico 6, son las que dan origen a las diferentes acontecimientos de nuestro país; se llevan el 37,5% lo que equivale a 97 noticias; como originarios de la información también tenemos a los que llamamos “otros”, con 95 noticias, en este caso pueden ser organizaciones pequeñas, testigos de los hechos o simplemente personas particulares que transmiten noticia por ejemplo a través de una denuncia.

También tenemos a organismos o entidades privadas con 18,9% (49 noticias), corporaciones sociales con 2,7% (7 noticias), ONG's con 2,3% (6 noticias), partidos políticos 1,9% (5 noticias) y los sindicatos no dan origen a ninguna información.

En esta parte de la investigación es primordial dejar en claro que la misma noticia puede originarse de una entidad pública y a su vez podía tener otro origen, es por ello que sumando las noticias de los diferentes orígenes nos da un total de 259, cuando el número de las noticia es de 197.

**Gráfico 8:** Periodismo de investigación que desarrolla el medio



**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 8:** Periodismo de investigación que desarrolla el medio

<b>RUTINAS E INVESTIGACIÓN</b>	<b>NOTICIAS</b>
Noticia resultado de periodismo de investigación	37
Noticia resultado de rutinas productivas	160
Noticias resultado de rutinas productivas pero con una parte de elaboración propia	7
Agencias	37
Origen desconocido	0
<b>Total</b>	<b>241</b>

**Fuente:** elaboración propia

Los medios de comunicación por lo general realizan un constante periodismo de investigación para de esta forma demostrar a la sociedad que existen secretos ocultos o simplemente que alrededor suceden cosas que no todos las ven.

También están encargados de mantener un constante monitoreo de lo que ocurre en el sector público, en la política y en algunas instituciones privadas.

Es por ello que en la investigación se dedica un espacio para evaluar o conocer dentro de cuáles estos procesos surge la noticia.

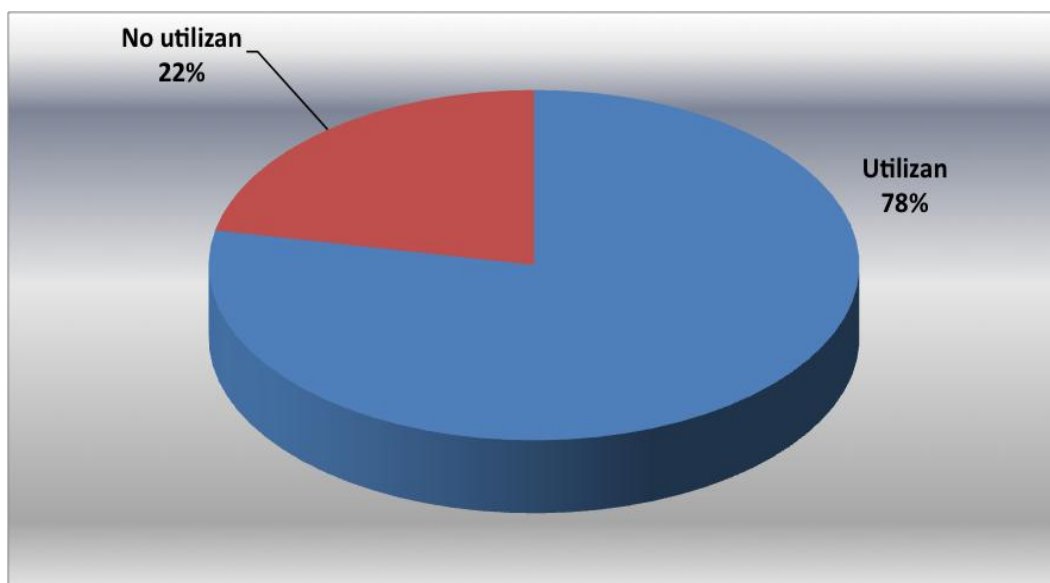
Las rutinas productivas que realiza el medio, con un 66,4% lo que corresponde a 160 noticias; seguido tenemos que el periodismo de investigación y la información proveniente de las agencias se llevan el 15,4% por cada uno, es decir que los dos cuentan con 37 noticias cada uno.

En este apartado las noticias también pueden pertenecer a cualquiera de los apartados, puede ser resultado de periodismo de investigación y a su vez de rutinas productivas, y de igual forma con los demás orígenes.

### 4.1.3. Naturaleza de las fuentes y fórmula de identificación de los protagonistas de la información

Las fuentes se constituyen en los principales motores de la credibilidad de una noticia, por tal razón un estudio de las mismas nos demuestra si diario *El Universo* se apoya en ellas para la credibilidad de su información

**Gráfico 9:** Noticias que utilizan o no las fuentes periodísticas



**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 9:** Noticias que utilizan o no las fuentes periodísticas

NATURALEZA DE LA FUENTE	NOTICIAS
Utilizan	154
No utilizan	43
<b>Total</b>	<b>197</b>

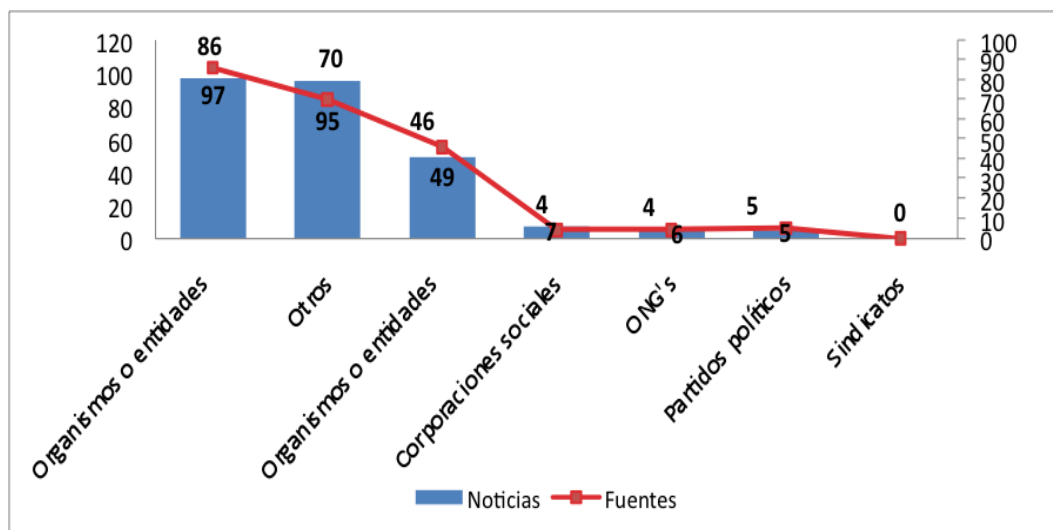
**Fuente:** elaboración propia

El 78,2%, es decir 154 noticias utilizan fuentes y el 21,8% que le da un total de 43 noticias no utilizan fuentes. Como resultado tenemos que el medio de comunicación sí tiene apoyo en las mismas para la difusión de los hechos.

Ahora una inquietud importante dentro de esta temática es si las mismas están contrastadas o no; la respuesta es negativa porque son 40 las noticias que contrastan las

fuentes, mientras que las 157 noticias restantes no lo hacen. Estos resultados los pueden verificar revisando a la tabla anexa, en la que además se muestran cuantas fuentes a favor y cuantas en contra se publican en cada una de las noticias.

**Gráfico 10:** Utilización de las fuentes dentro de los orígenes de la noticia



**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 10:** Utilización de las fuentes dentro de los orígenes de la noticia

ORIGEN DE LA INFORMACIÓN	NOTICIAS	FUENTES
Organismos o entidades públicas	97	86
Otros	95	70
Organismos o entidades privadas	49	46
Corporaciones sociales	7	4
ONG's	6	4
Partidos políticos	5	5
Sindicatos	0	0
<b>Total</b>	<b>259</b>	

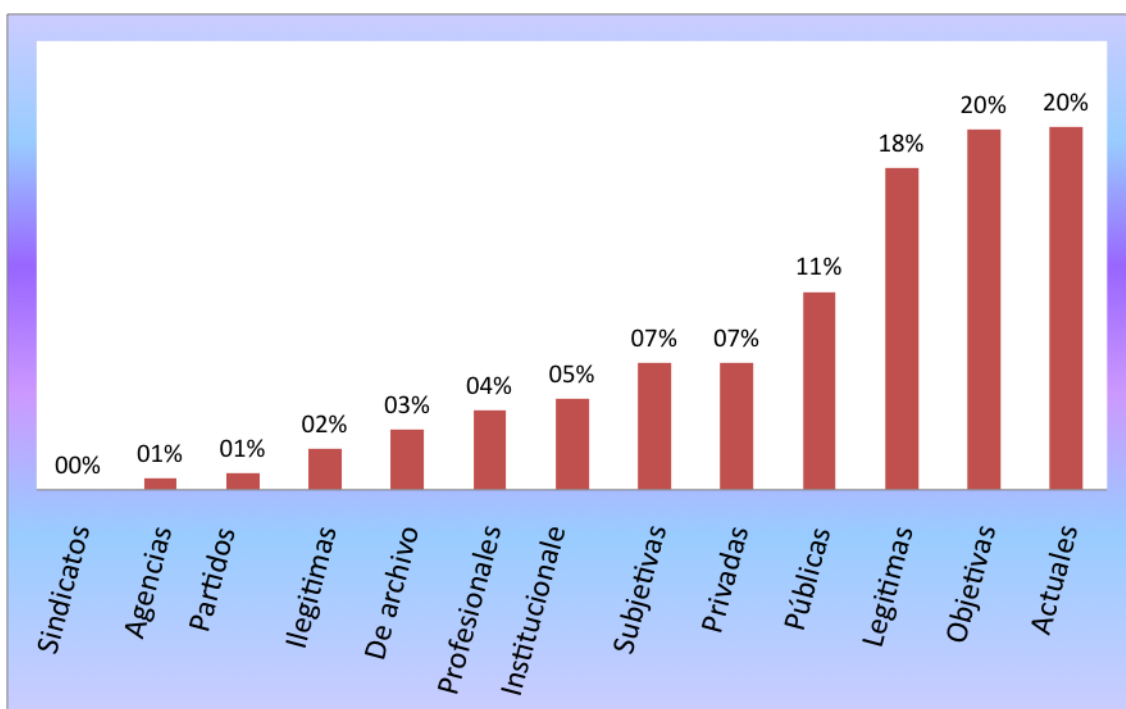
**Fuente:** elaboración propia

Son 259 orígenes de la noticia y de este total destacamos las fuentes que se utilizan para cada uno, es decir de 97 organismos o entidades públicas proporcionaron o propiciaron información para la transmisión de un tema, 86 utilizan fuentes (destacando que una misma noticia puede tener varios orígenes).

Es así que de las noticias que surgen de otros orígenes son 70 las que utilizan fuentes, de un total de 95; los organismos o entidades públicas son 49 de los cuales 46 utilizan fuentes; 4 de 7 orígenes de corporaciones sociales utilizan fuentes; en cuanto a las ONG's, son 4 de 6 los que utilizan fuentes; en cuanto a los partidos políticos todos sus orígenes utilizan fuentes.

Es importante señalar que la información detallada del gráfico 10 no es objetiva, tomando en cuenta que las noticias son 197 y a esta representación se la desarrollado buscando hacer una represión con datos simbólicos, más no exactos y objetivos.

**Gráfico 11:** Clasificación de las fuentes por su naturaleza



**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 11:** Clasificación de las fuentes por su naturaleza

NATURALEZA DE LA FUENTE	NOTICIAS
Profesionales	29
Objetivas	131
Subjetivas	46
Institucionales	33
Públicas	72
Privadas	46

Legítimas	117
Ilegítimas	15
Actuales	132
De archivo	22
Agencias	4
Partidos políticos	6
Sindicatos	0
<b>Total</b>	<b>653</b>

**Fuente:** elaboración propia

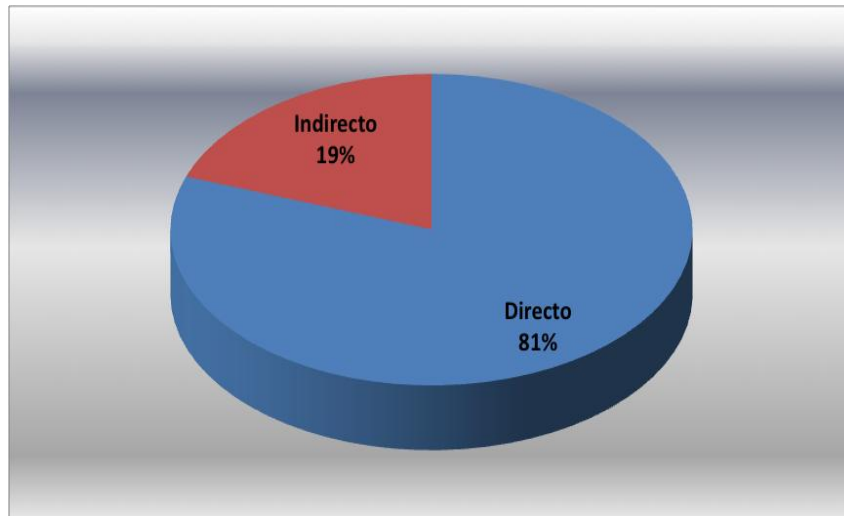
La naturaleza de las fuentes puede ser muy variada, en el periodismo ellas ayudan a que la historia tenga fundamentos sobre la realidad de los hechos.

En este proyecto a la naturaleza de las fuentes se la ha clasificado en 13 partes; las actuales son las que más comumentente forman parte de la noticia, ellas son el 20,2%; seguido de ellas tenemos las objetivas con el 20,1%; legítimas con el 17,9%; las públicas se llevan el 11,0%; las objetivas y las privadas se llevan el 7,0% cada una; las institucionales el 5,1%; profesionales con el 4,4%; de archivo el 3,4%; ilegítimas con el 2,3%; partidos políticos el 0,9%; agencias 0,6%; y finalmente están los sindicatos, pero de esta naturaleza no se encontraron fuentes.

Con esta parte de la investigación se pone de manifiesto las fuentes que el medio más utiliza; a través del uso de las mismas se brinda el derecho a la crítica y análisis para interpretar con el uso de las mismas, la veracidad que posee la publicación.



**Gráfico 12:** Estilo de utilización de la fuente



**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 12:** Estilo de utilización de la fuente

<b>ESTILO DE UTILIZACIÓN DE LA FUENTE</b>	<b>NOTICIAS</b>
Directo	124
Indirecto	30
<b>Total</b>	<b>154</b>

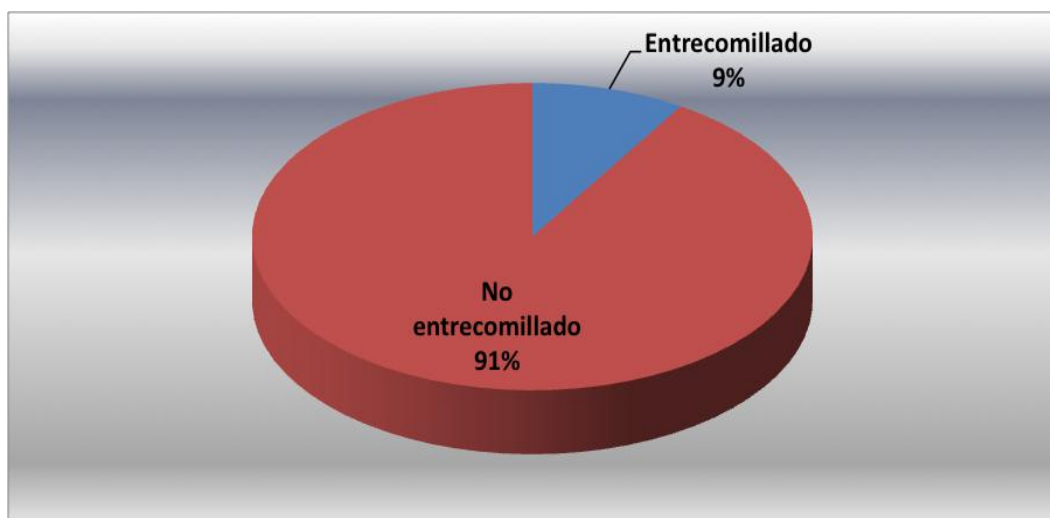
**Fuente:** elaboración propia

El periodista puede hacer uso de las fuentes de dos formas, la una es utilizando el estilo directo de la narración, es decir se utilizan los entrecorchetes para citar las palabras textuales que dijo la fuente, mientras que con el estilo indirecto es el narrador quien cita con sus propias palabras lo que la fuente declaró.

Las directas se llevan el 80,52%, es decir 124 noticias de las 154 que utilizan fuentes; las 30 restantes que son las indirectas con el 19,48%.

Con ello queda claro que los narradores tratan de hacer citas textuales de las fuentes, lo que ayuda a la objetividad de la noticia.

**Gráfico 13:** Entrecorillados en las noticias



**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 13:** Entrecorillados en las noticias

UTILIZACIÓN DEL TEXTO	CM2
Entrecorillado	5633,4
No entrecorillado	57751,31
<b>Total</b>	<b>63384,71</b>

**Fuente:** elaboración propia

Está indicado que con entrecorillado nos referimos a la utilización de las fuentes, y el no entrecorillado sería el texto restante.

En el gráfico 13 vemos que del total de las noticias, sumando todos espacios utilizados con entrecorillados tenemos el 9% y el 91% restante es el texto no entrecorillado, es decir, la narración del periodista.

#### 4.1.4. Fórmula de identificación

En este apartado no sería indispensable una representación gráfica estadística, pero si da lugar a una respectiva explicación.

Son 119 noticias que si dan lugar a la identificación a los protagonistas de la información, mientras que las 78 restantes no, esto es debido a que en variadas ocasiones

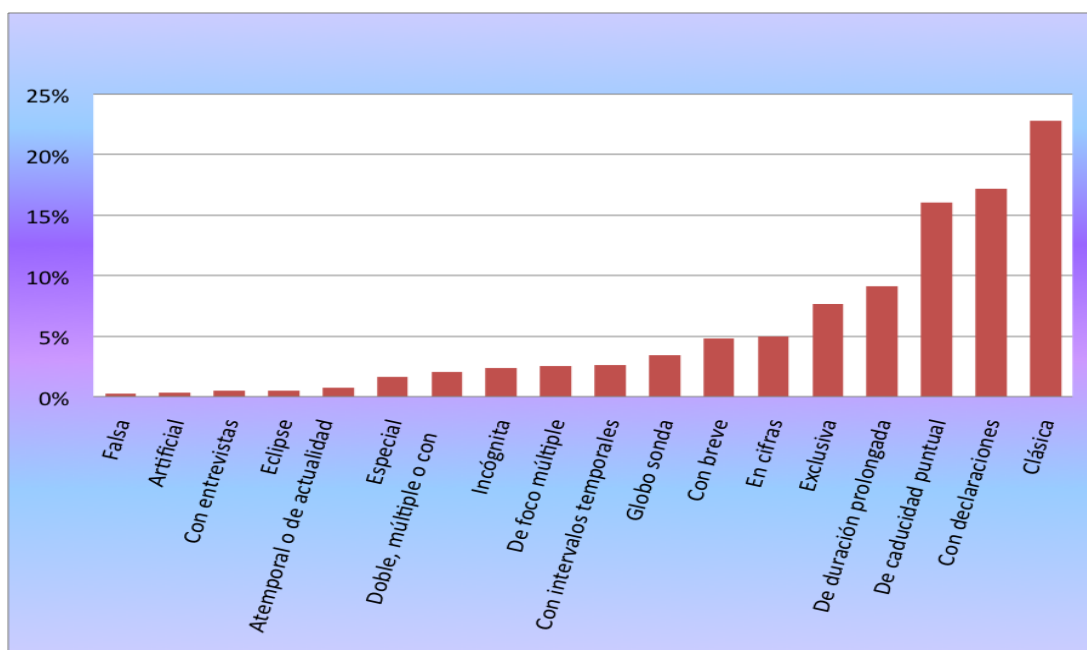
la información no tiene un sólo protagonista o a su vez porque el eje de la información no es el protagonista sino el hecho mismo.

Se debe señalar también que en 7 noticias de la semana compuesta, existen fuentes sin identificar, y esto da lugar a las interrogantes en cuánto a la información transmitida.

9 son las noticias que utilizan el off the record absoluto, y 10 el off the record parcial.

#### 4.1.5. Estructura de la noticia

**Gráfico 14:** Estructura de la información y el formato de las noticias



**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 14:** Estructura de la información y el formato de las noticias

<b>FORMATO DE LAS NOTICIAS</b>	<b>NOTICIAS</b>
Falsa	2
Artificial	3
Con entrevistas	4
Eclipse	4
Atemporal o de actualidad permanente	6
Especial	13
Doble, múltiple o con informaciones	16

conjuntas	
Incógnita	19
De foco múltiple	20
Con intervalos temporales	21
Globo sonda	27
Con breve	38
En cifras	39
Exclusiva	60
De duración prolongada	72
De caducidad puntual	126
Con declaraciones	135
Clásica	179
<b>Total</b>	<b>784</b>

**Fuente:** elaboración propia

El formato de las noticias puede ser muy variado dependiendo muchas de las veces también de la noticia que el medio desea transmitir.

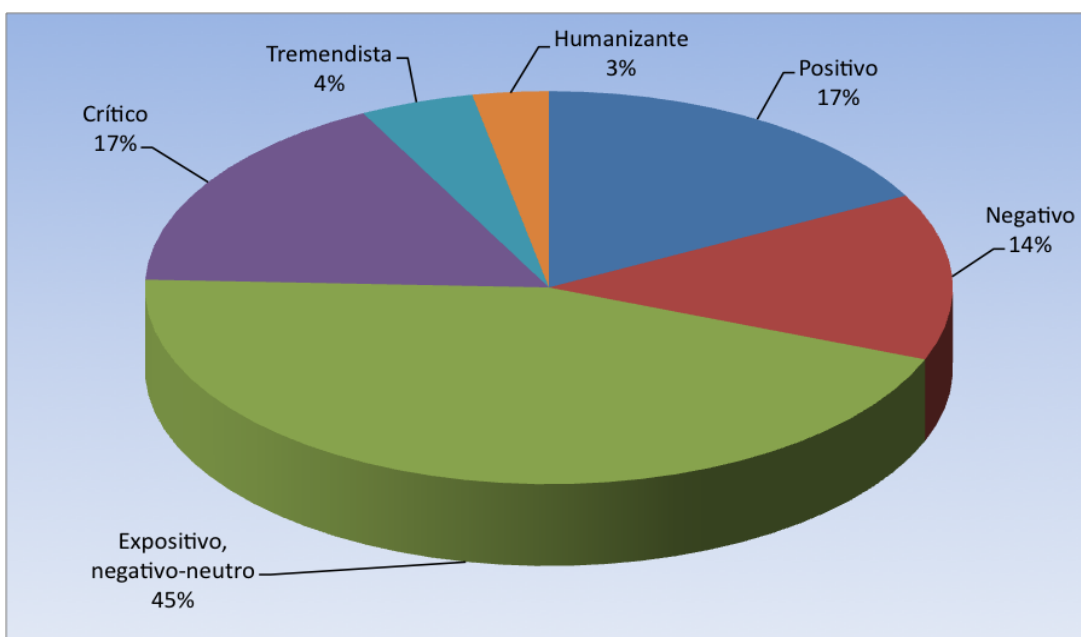
En esta investigación se identifica que el formato más utilizado por el diario es el clásico, es decir las noticias con entradilla, cuerpo y cierre, este tipo de noticias se llevan el 22,83% lo que corresponden a 179 noticias; seguido tenemos a las que pertenecen a las que utilizan declaraciones que son el 17,22%, 135 noticias; las de caducidad puntual se llevan el 16,07%, un total de 126 noticias; las de duración prolongada con 9,18%, 72 noticias; las exclusivas son 60 noticias el 7,65%; el medio de comunicación también utiliza noticias en cifras, principalmente en la sección de economía, son en total 39 lo que corresponde al 4,97%; las que utilizan breve se llevan el 4,85%, en total 38 noticias; noticias globo sonda ocupan el 3,44%, que son 27 noticias; les siguen las que son con intervalos temporales, 21 noticias con el 2,68%; 19 noticias incógnitas con el 2,42%; las de foco múltiple son 20, con el 2,55%; las doble o con informaciones conjuntas son el 2,04%, 16 noticias; las especiales se llevan el 1,66%, que son 13 noticias; las atemporales o de actualidad permanente son 6, lo que corresponde al 0,77%; las eclipse y con entrevistas son 4 de cada una, que es el 0,51%; las artificiales el 0,38%, 3 noticias; y finalmente dos noticias faltas, el 0,26.

A pesar de que el medio de comunicación estructura sus noticias principalmente de forma clásica, también utiliza otros formatos; se destaca que este aspecto no depende fundamentalmente del medio, también depende de cómo la noticia amerite que sea transmitida, por ejemplo si es un conflicto bélico de magnitud en nuestro país la noticia

merece ser eclipsado y ser publicada en portada, brindándole al tema tan importancia que opaque al resto de información.

#### 4.1.6. Tratamiento de los contenidos

**Gráfico 15:** Enfoque de las noticias



**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 15:** Enfoque de las noticias

ENFOQUE	NOTICIAS
Positivo	34
Negativo	27
Expositivo, negativo-neutro	88
Crítico	33
Tremendista	9
Humanizante	6
<b>Total</b>	<b>197</b>

**Fuente:** elaboración propia

Las noticias son enfocadas de diferentes maneras por cada medio de comunicación, es así que cada una de ellas puede ser transmitida con un objetivo propio o simplemente puede ser objetiva apuntando en la transmisión de información.

En esta semana computada predominan las noticias expositivas, neutro-descriptivas, las que tienen como objetivo principal el que la noticia sea transmitida tal y como es, sin la necesidad de crear en el lector un punto de vista positivo o negativo, sino que sea el mismo lector quien le de el lado bueno o malo a la noticia, estas noticias corresponden al 44,67%, que son en total 88 noticias.

Seguido tenemos a las positivas, que son las que transmiten el lado positivo de los hechos y buscan que el lector les vea el lado bueno a los mismos, son en total 34 noticias, con el 17,26%.

Además están las que critican los hechos, las que reclaman y piden justicia, son en total 33, el 16,75%.

También forman parte las negativas que muestran muchas de las veces todo lo malo de un hecho y los daños que el mismo puede causar, ellas son el 13,71%, 27 noticias.

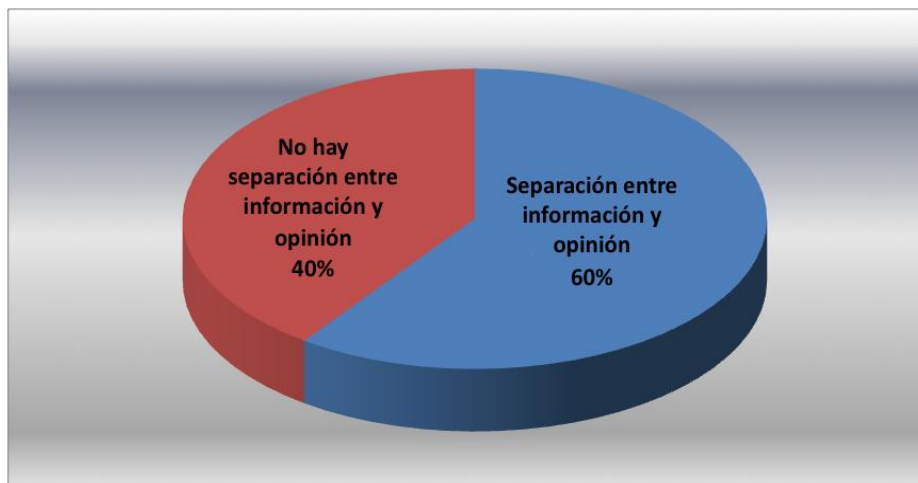
Las tremendistas pueden surgir de un hecho trágico al que el medio quiere darle mayor realce utilizando lo más crudo del mismo, ellas son el 4,57%, 9 noticias.

Finalmente las noticias humanizantes con las que el medio busca crear sentido de solidaridad e impotencia en los lectores, son las noticias que de una u otra forma hacen una crítica a las injusticias, ellas son 6 noticias, el 3,05%.

6 Noticias son las que se identificaron que utilizan espacio insuficiente para la comprensión, un total de 9 son las noticias con espacio escaso para la comprensión pero son 182 a las que se le dedica un espacio suficiente para que la misma puede ser entendida; con ello se manifiesta que la mayoría de la información si es entendida para el lector, cumpliendo con las expectativas para la comprensión.

#### 4.1.7. Desequilibrios en la información

**Gráfico 16:** Desequilibrios en la información



**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 16:** Desequilibrios en la información

DESEQUILIBRIOS INFORMATIVOS	NOTICIAS
Separación entre información y opinión	118
No hay separación entre información y opinión	79
<b>Total</b>	<b>197</b>

**Fuente:** elaboración propia

La información debe ser objetiva, pero como ya hablamos se torna un tanto difícil este aspecto, principalmente porque siempre influirá la ideología del medio o simplemente la percepción del periodista.

Se identificaron 118 noticias en las que la información y la opinión están separadas; y son 79 las que mezclan la información con la opinión.

Es resultado positivo porque más del 50% de las noticias apuntan a la objetividad lo que hace que la información transmitida sea más clara y libre de influencias.

16 son las noticias que de una u otra forma utilizan propaganda, pero se señala que dentro de ellas están las que forman parte de la sección de vida y estilo, en donde encontramos noticias de espectáculos y eventos culturales

Tenemos un total de 12 noticias que utilizan publicidad subliminal, son relativamente pocas y además de que el último día de la semana compuesta estuvo dentro de las festividades de la navidad, motivo por el cuál se hacía publicidad indirecta.

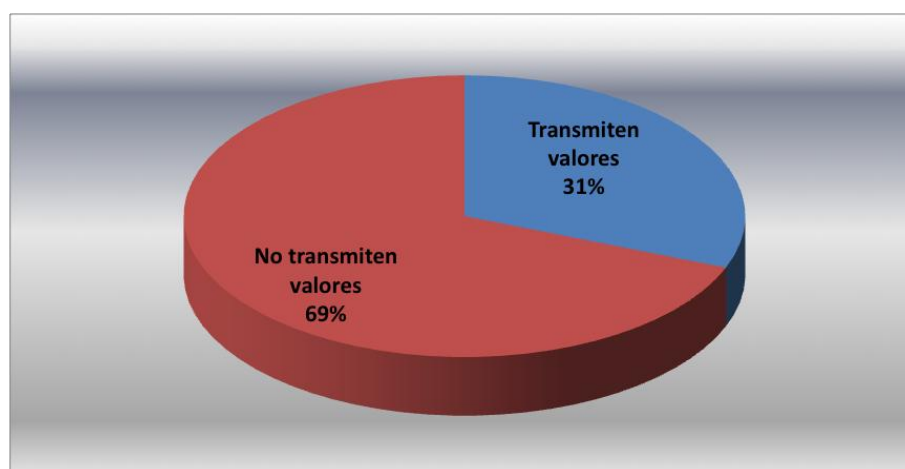
Noticias con intención de transmitir algún tipo de mensaje subliminal son 5, dentro de estos mensajes pueden estar por ejemplo lo que son ideologías políticas, o actividades gubernamentales; mensajes que en ciertos casos son buscados por el medio o algún interés político para influir en la ideología de las personas.

Son 9 las noticias en las que se detecta algún tipo de manipulación de la información, donde está de cierto modo tergiversada para crear en la audiencia una impresión diferente a la real.

Finalmente es 1 la noticia en la que se ha detectado algún tipo de morbo en la que se siente exageración en el tema.

#### 4.1.8. Valores

**Gráfico 17:** Utilización de valores en las noticias



**Fuente:** elaboración propia



**Cuadro 17:** Utilización de valores en las noticias

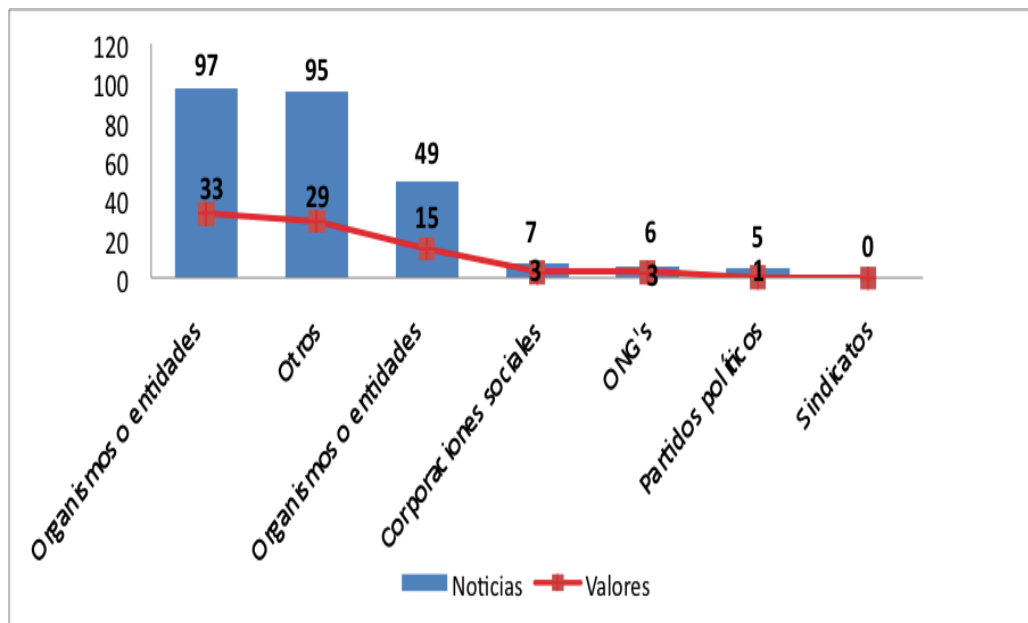
VALORES	NOTICIAS
Transmiten valores	61
No transmiten valores	136
<b>Total</b>	<b>197</b>

**Fuente:** elaboración propia

Se toma en cuenta los valores universales para este apartado de la investigación, son 136 las noticias que no utilizan valores, mientras que las 61 restantes si los utilizan.

Los resultados hacen que las noticias sean más objetivas, algunas de las que transmiten valores pertenecen a la sección de vida y estilo, y otras son con características humanistas o simplemente noticias que buscan transmitir la realidad haciendo comparaciones y tratando de hacer un llamado a la sociedad por la inequidad existente.

**Gráfico 18:** Utilización de valores dentro de las noticias clasificadas por origen de la información.



**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 18:** Utilización de valores dentro de las noticias clasificadas por origen de la información.

<b>ORIGEN DE LA INFORMACIÓN</b>	<b>NOTICIAS</b>	<b>VALORES</b>
Organismos o entidades públicas	97	33
Organismos o entidades privadas	49	15
ONG's	6	3
Corporaciones sociales	7	3
Partidos políticos	5	1
Sindicatos	0	0
Otros	95	29
<b>Total</b>	<b>259</b>	

**Fuente:** elaboración propia

La utilización de este gráfico también es cualitativa, lo que se busca con él es un análisis antes que resultados numéricos. De nuevo se toma como ejemplo al origen de la información para con estos datos comparar la utilización de valores en las publicaciones del medio.

Si lo observamos detalladamente nos percatamos de la escasez de utilización de valores en las noticias. En los organitos o entidades públicas 33 de los 97 orígenes utilizan o transmiten valores

#### **4.2. Comprobación de hipótesis**

- “Al ser la agenda temática el proceso en el que se seleccionan temas de publicación, diario *El Universo* brinda prioridad a los asuntos nacionales y de interés general para ser transmitidos o informados”.

A través de la semana compuesta se verifica en el gráfico 6 que el medio de comunicación se basa en la realidad nacional del país, mostrando prioridad en los temas nacionales y de actualidad, siendo voceros de los principales problemas que afectan a los ecuatorianos y a su vez manteniéndolos informados acerca de los temas que más los involucran.

- “Diario *El Universo* utiliza el periodismo de investigación como herramienta principal para sus publicaciones”.

Con la presentación de los resultados cuantitativos se demuestra que la investigación no es el principal motor del medio, en el gráfico 9 podemos observar que las noticias que producto de rutinas productivas son las que el medio más publica.

- “El medio de comunicación busca total veracidad a través del contraste de fuentes en cada una de sus notas”.

El diario sí hace uso de las fuentes, pero en la mayoría de las publicaciones no las contrasta; de las 197 noticias solamente 40 noticias contrastan sus fuentes, mientras que las 157 restantes no lo hacen. Esta información se la puede verificar en los anexos.

- “Diario *El Universo* centra sus bases de información en una transmisión de valores a través de las notas periodísticas”.

*El Universo* no muestra valores en sus publicaciones, en el medio no se muestran espacios para la reflexión y educación en valores, en sus publicaciones solamente en 61 noticias se transmiten valores, mientras que las 136 restantes no lo hace.

### **4.3. Análisis general de la investigación**

Previo a un análisis general es importante señalar algunos aspectos, por ejemplo las preguntas eliminadas de la ficha de información; a esta eliminación se la llevo a cabo tomando en cuenta que algunas preguntas no eran de vital importancia, además de la confusión que causaban las mismas. Las preguntas eliminadas son:

- Orden cronológico; debido a que el seguimiento no es diario sino más bien de una semana compuesta no se puede determinar si es de orden cronológico o no.
- Duración pantalla: pregunta enfocada a medios de comunicación audiovisuales.
- Intervención sonora: también esta enfocada en los medios audiovisuales.
- Titulares internos: medios audiovisuales
- Numero de fuentes: pregunta repetida.

- Tema del día: pregunta considerada no muy relevante. El seguimiento es de una semana compuesta, más no diariamente.
- Noticia natural: no se entiende el enfoque que se le buscar dar a esta pregunta, es subjetivo.
- Fuente gubernamental: generalmente las personas tienden a asociar lo gubernamental con lo público y al ya existir un apartado de fuente pública no era necesario aplicar esta opción.

También incluyo un apartado en el que se hablan de aspectos generales en cuanto a la ficha utilizada durante la recolección de información, los mismos están enfocados en lo que yo llamaría fallas de elaboración, estos son los siguientes:

- Muy importante es el asunto de las fuentes: Debería reestructurarse los puntos en cuanto a las mismas, por ejemplo se podrían haber agregado más columnas enfocadas a este tema; tomando en cuenta que las antes mencionadas pueden ser de diferentes tipos (además el tipo de noticia).
- Fuentes a favor y en contra: también puede ser subjetiva, a favor del evento o en contra del mismo; cada una va a estar dando su versión de los hechos, sean buenos o malos dependiendo del tema y del tipo de fuente y también existen otros enfoques.
- Sería también importante especificar el tema de los protagonistas de la información: Los protagonistas es de quien se habla principalmente en la nota o es la fuente principal. Además especificar si al autor de la nota (generalmente de opinión) se lo puede llamar de esta forma o no.
- De forma general, se debió trabajar en una tabla de más fácil entendimiento, por ejemplo no hubo claridad en cuando al espacio asignado para la comprensión y preguntas afines (las que luego se modificaron) en las que se pedían tamaños en aspectos que son más de entendimiento que de espacio.
- Sería importante incluir un apartado en cuanto a las imágenes y el uso que se les da a las mismas en la prensa.

- De las noticias de opinión, deberían establecerse si se toman en cuenta o no, ya que por ejemplo siempre van a ser subjetivas y no objetivas. También especificar cuando el autor es protagonista o no, porque por ejemplo suelen haber notas donde el autor refleja su punto de vista según sus vivencias; así como hay notas en las que el autor refleja su punto de vista en cuanto a vivencias ajenas.

Se debe reestructurar algunos aspectos en la tabla, elaborada más simple porque actualmente es muy compleja y tiende a confundir, al inicio al grupo de la investigación nos costó algo de tiempo adaptarnos a las particularidades.

En general durante el seguimiento con la recolección de información no se han encontrado datos de novedad, la publicación de noticias se ha tornado equilibrada lo que ha facilitado el seguimiento. El medio de comunicación ha mostrado su interés por mantener informada a la sociedad principalmente del acontecer nacional, brindándoles aquellos temas en los que principalmente los involucra, logrando que el público se sienta identificado con el medio.

*El Universo* es uno de los diarios nacionales con mayor reconocimiento en el país, se preocupa constantemente de los problemas que afectan a los ecuatorianos, dedicando la mayor parte de cada edición a la publicación de noticias actuales y de cobertura nacional.

Lo que me llamó la atención es el espacio que brinda a los temas culturales, y estos temas en gran mayoría son nacionales, con lo que demuestra su interés al talento nacional; estas notas se encuentran en el suplemento de “vida y estilo” que publica el medio en cada edición.

## CONCLUSIONES

---

- *El Universo* es un medio de comunicación preocupado por mantener informados a los ecuatorianos sobre el acontecer nacional, enfocándose en los temas en los que más los involucra, es por ello que las noticias de actualidad nacional son a las que el diario brinda mayor cobertura.
- Es un medio de comunicación que brinda espacio a la cultura nacional, promocionando y mencionando a los eventos de arte de nuestro país.
- Lo que se logró identificar es que el diario no investiga, su labor se enfoca principalmente en las rutinas productivas pero el periodismo de investigación no es el fuerte del *El Universo*; esta información se ve reflejada en el gráfico 8, donde se demuestra que de las 197 noticias de la semana compuesta solamente 37 son de periodismo de investigación.
- Ninguno de los titulares de la noticia se repiten en la misma u otra de las ediciones de la semana compuesta.
- Aspecto importante es indicar los cm<sup>2</sup> utilizados para el espacio informativo, y los mismos dan un total de 63384,71 cm<sup>2</sup> lo que corresponde 321,75cm<sup>2</sup> por nota .
- Cada edición varía el numero de noticias, pero el día con menor número es del día viernes 23 de diciembre en el que se publican solamente 31 noticias, al parecer el acercarse a la fiesta de la navidad ha influido en la transmisión de hechos noticiosos, provocando que el medio de comunicación se torne en su gran mayoría con publicaciones publicitarias.
- En la sección de actualidad se publicaron 46 noticias lo que corresponde al 23,4% de todas las publicaciones, esta sección está relacionada con el tema de noticias generales, es el tema que predomina en las ediciones.

- La sección de opinión es una parte fundamental del medio de comunicación, es un espacio para la crítica y la libre expresión es por ello que *El Universo* ha mantenido constantes publicaciones enfocadas al tema, dedicándole 33 noticias de las 197.
- En cuanto al secreto profesional son 9 las noticias que utilizan el off the record absoluto, que protegen a aquellas fuentes que piden permanecer en el anonimato; del off the record parcial son 10 las noticias que hablan del personaje, pero no lo identifican.
- El medio de comunicación sí utiliza fuentes para que ellas se conviertan en buenas bases de credibilidad, las que utiliza principalmente son las actuales, objetivas y legítimas.
- El medio de comunicación no hace uso correcto de las fuentes, a pesar de que sí las utiliza *El Universo* no las contrasta, lo que hace que la información pierda credibilidad y se note la falta de investigación periodística.
- Como resultado tenemos que la mayoría de las noticias son producto de las rutinas productivas que realiza el medio, con un 66,4% lo que corresponde a 160 noticias; seguido tenemos que el periodismo de investigación y la información proveniente de las agencias se llevan el 15,4% por cada uno, es decir que los dos cuentan con 37 noticias cada uno.
- Las noticias pueden tener diferentes orígenes a la vez, pueden ser resultado de periodismo de investigación y a su vez de rutinas productivas, y de igual manera con los demás orígenes.
- *El Universo* es un medio de comunicación que en mayoría brinda cobertura a las noticias nacionales manteniendo informada a la sociedad sobre los acontecimientos que más nos involucran.
- A través de la metodología utilizada pude conocer cuales son los temas de mayor cobertura durante la semana compuesta, el tratamiento que el diario le brinda a los mismos. También me ayudó a ver a los medios de comunicación desde un punto de vista diferente, enseñándome a profundizar en la noticia.

## RECOMENDACIONES

---

- En la actualidad el Ecuador está viviendo constantes amenazas a la libertad de expresión y también de información, es importante que los medios de comunicación busquen transmitir estos hechos que son de relevancia, porque sin un periodismo libre no existirá realidad y la sociedad tendrá que vivir bajo engaños o cortinas que ocultan los verdaderos problemas que ocurren en nuestro país.
- Es importante conocer la agenda que manejan los medios de comunicación para de esta manera conocer al menos un poco de las prioridades que maneja el medio, cuáles son sus principales temas de cobertura y la ideología que maneja el mismo.
- A pesar de que con la teoría del enfoque se evidencia que es difícil que en una noticia sea totalmente objetiva, es labor del periodista apuntar en transmitir veracidad con neutralidad sin mostrarse a favor o en contra de los hechos.. De forma específica con el medio el 45% de las noticias son neutras descriptivas, mientras que en las demás se muestra algún tipo de inclinación hacia lo no objetivo.
- Diario *El Universo* se muestra interesado por la comunidad, transmitiendo notas de actualidad e interés general, y también promocionando y compartiendo el arte y la cultura nacional; pero en cuanto a temas políticos se nota escasez, y es recomendable que el medio busque esa libertad de expresión e información sin mostrar inclinación a los grupos políticos y de poder.
- Otro aspecto importante es que durante la redacción se debe separar la información de la opinión, dejar que el lector note que parte de la noticia es opinión del periodista y que parte es información, debe existir separación entre estos aspectos y al hacerlo se nota la objetividad de la noticia.
- La transmisión de valores no debe quedar de lado en la publicación de una edición, en diario *El Universo* la falta de ellos ha sido notoria. De las 197 noticias solamente 61 transmiten valores y 35 de ellas pertenecen al valor de respeto y cuidado de la comunidad de vida, dándole poca prioridad a los demás. Con ello queda claro la falta de interés por la comunidad que presente el medio.



- Existen aspectos confusos en la investigación, por ejemplo el apartado de las fuentes debe ser más específico y claro para que no queden vacíos al no poder llenar el apartado o simplemente al agregar repuestas erróneas.
- En cuando a las preguntas de los protagonistas de la información, a mi parecer está de más esta parte y más aún considerando la confusión que causa.
- Una recomendación para ser puesta en práctica en otras tesis, es que se debería dar más profundidad al aspecto de las fuentes, analizar las noticias más detalladamente y enfocarnos en si las fuentes son las correctas o no, y de esta manera recomendar cuales serían las fuentes correctas o más recomendables según cada noticia.
- Como comunicadora social la investigación me sirvió para ver la noticia de manera diferente, ver más allá de lo que nos dicen los medios y analizar si lo que vemos, escuchamos o leemos es información transparente.
- Con esta investigación ya no veré la noticia como lo hacía antes ahora no solamente me informaré con ella sino que también analizaré el trabajo periodístico que se hizo con la misma.
- Al editor general del diario le sugiero profundizar más en las notas, no enfocarse solamente en lo que dicen los hechos o las fuentes, sino ponerle un poco más de investigación a la noticia.
- En cuanto a las fuentes, le recomiendo al editor que por favor revise que estén contrastadas porque todos los puntos de vista de la noticia deben estar equilibrados dando lugar para que todas las partes se manifiesten.
- El estudio de la agenda setting es fundamental que forme parte del plan académico de la escuela de comunicación social, es por eso que un estudio teórico y práctico son básicos, sobre todo destacando que en la actualidad muchos de los temas que se publican son manipulados por grupos de poder o personas que tienen intereses ajenos a la objetividad y veracidad; es por ello que en el estudio de este tema se torna fundamental dentro de la carrera.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

---

- Avilés Pino, Efrén, (s.f.). *Periodismo*. Recuperado el 15-03-2011 de <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=1730&Let>
- Benítez, José Antonio, (2000): *Los orígenes del periodismo en nuestra América*, Buenos Aires-Argentina: Editorial Distribuidora Lumen.
- Giménez Armentia, Pilar., (2006). Una nueva visión del proceso comunicativo: La teoría del Enfoque (Framing). *Revista Comunicación y Hombre*, 2006, páginas 55-56
- González Borjas, Antonia, (2000): Producción del temario periodístico local. *Revista Latina de Comunicación Social*, 25. Recuperado el 13 de marzo de 2012 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000yen/150antonía.html>.
- Habermas, Jürgen, (1981). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona-España: Editorial Gustavo Gil.
- Krippendorff, Klaus, (1997): *Metodología de análisis de contenido, teoría y práctica*, Buenos Aires-Argentina: Editorial Paidós.
- López Manuel, (1995). *Cómo se fabrican las noticias*, España- Barcelona: Editorial Paidós.
- Miralles, Ana María, (2007): *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*, Colombia- Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Rodríguez, Raquel, (2004). *Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria*, España: A.F. Alaminos.
- Villaruel, M., Patroni, A., Pineda, M., Paulino, F., y Londoño, A., (2008). *Observador de medios de comunicación en América Latina: prensa, ciudadanía y democracia en Brasil, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela*, Buenos Aires-Argentina: Konrad Adenauer Stiftung.
- Wimmer, R., Dominick, J., (2001): *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*, México D.F: Editorial Color S.A.
- [http://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/ARTICULO-WEB-NEW\\_NOTA\\_INTERIOR-11198562.html](http://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-11198562.html), recuperado el 14 de abril
- <http://www.europapress.es/latam/politica/noticia-ecuador-correa-asegura-sentencia-diario-universo-favorece-verdadera-libertad-expresion-20120219071112.html>, recuperado el 14 de abril
- <http://mexico.cnn.com/mundo/2012/02/27/el-presidente-correa-perdona-la-condena-a-los-directivos-de-el-universo>, recuperado el 14 de abril
- <http://www.utp.edu.co/~chumanas/revistas/revistas/rev20/gomez.htm>, recuperado el 14 de mayo.

## **ANEXOS**

---

1.- En el CD que se adjunta se encuentran los anexos, los que están ubicados de la siguiente forma:

- **Anexo 1:** Tabla general de toda la información levantada
- **Anexo 2:** Fichas e imágenes de las noticias del lunes 21 de noviembre del 2011.
- **Anexo 3:** Fichas e imágenes de las noticias del martes 29 de noviembre del 2011.
- **Anexo 4:** Fichas e imágenes de las noticias del miércoles 7 de diciembre del 2011.
- **Anexo 5:** Fichas e imágenes de las noticias del jueves 15 de diciembre del 2011.
- **Anexo 6:** Fichas e imágenes de las noticias del viernes 23 de diciembre del 2011.

2.- **Instrumento de la Información:** es la ficha modelo utilizada para la recolección de información, la misma fue aplicada a las 197 noticias que forman parte de la semana compuesta.

## 1. IDENTIFICACIÓN

Nombre del medio:

Soporte: (A) Radio ( ) ; (B) TV ( ) ; (C) Impresos ( ) ; (D) On line ( )

Fecha:

(A) Nº de la edición (Impresos) / (B) Hora de emisión(TV) / (C) Hora de revisión (On - line):

Cobertura: (A) Nacional ( ) (B) Local ( )

Tema de la noticia:

Título de la noticia:

Orden de aparición en titulares / Portada (1º, 2º, 3º ..)

Orden de la noticia en el medios: Nº. De orden en TV: \_\_ Nº De página en prensa: \_\_ Nº De orden de pantalla: \_\_\_\_\_

NOTICIA DESTACADA EN TITULARES / PORTADA: (A) SI ( ) (B) NO ( )

NOTICIA DESTACADA EN TITULARES INTERNOS (SOLO TV): \_\_ (A) SI ( ) (B) NO ( )

Amplitud de la noticia (Tiempo y Espacio): \_\_ ( MINUTOS ) ( )

Sección temática a la que corresponde: (A) ( ) Internacional, (B) ( ) Actualidad, (C) ( ) Política, (D) ( ) Negocios, (E) ( ) Opinión, (F) ( ) Judicial, (G) ( ) Cultura, (H) ( ) Información de provincias, (I) ( ) Noticias generales, (J) ( ) Crónica roja, (K) ( ) Farándula (Crónica rosa).

Procedencia geográfica de la noticia: (A) Internacional ( ) ; (B) Nacional ( ) ; (C) Provincia ( ) ; (D) Ciudad ( )

Internacional (dentro de América Latina) ( ) País: \_\_ECUADOR

Internacional (fuera de América Latina) ( ) País: \_\_\_\_\_

## 2. ORIGEN DE LA INFORMACIÓN

*¿De dónde procede la noticia? (foco informativo). Diferenciar de naturaleza de la fuente \* Hay respuestas que pueden ser múltiples, o no excluyentes)*

Organismos o entidades públicas (A) SI ( ) (B) NO ( ) CUAL \_\_\_\_\_

Organismos o entidades privadas (A) SI ( ) (B) NO ( ) CUAL \_\_\_\_\_

ONG'S (A) SI ( ) (B) NO ( ) CUAL \_\_\_\_\_

CORPORACIONES SOCIALES (A) SI ( ) (B) NO ( ) CUAL \_\_\_\_\_

Partidos políticos: (A) SI ( ) (B) NO ( ) CUAL \_\_\_\_\_

Sindicatos: (A) SI ( ) (B) NO ( ) CUAL \_\_\_\_\_

Otros (A) SI ( ) (B) NO ( ) CUAL \_\_\_\_\_

Noticia resultado de periodismo de investigación (elaboración propia) (A) SI ( ) ; (B) NO ( )

Noticia resultado de rutinas productivas (A) SI ( ) ; (B) NO ( )

Noticia resultado de rutinas productivas, pero con una parte de elaboración propia: (A) SI ( ) ; (B) NO ( ) QUÉ PARTE \_\_\_\_\_

Agencias: citar la agencia \_\_\_\_\_

Origen desconocido \_\_\_\_\_

## 3. NATURALEZA DE LAS FUENTES Y DE LOS PROTAGONISTAS

¿Se utilizan fuentes? (A) SI (  ); (B) NO (  )

Fuentes directas (no coincidir con estilo directo, cuando hablan los protagonistas de los hechos o testigos directos) (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Fuentes indirectas (no confundir con estilo indirecto. Se consideran fuentes indirectas los especialistas que amplían la información o alguien que tiene relación indirecta con los hechos, alguien que no los presencié. (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Fuente que prevalece en titulares (PRENSA Y ONLINE)

Sexo de la fuente: (A) Masculino (  ); (B) (  ) Femenino (  ); (C) No definido (  )

Número de fuentes por noticia:

Fuentes profesionales (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuales? \_\_\_\_\_

Fuentes objetivas (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Fuentes subjetivas (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Fuentes institucionales (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Fuentes públicas (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Fuentes privadas (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Fuentes legítimas (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Fuentes ilegítimas (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Fuentes actuales (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Fuentes de archivo (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Agencias: (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Fuentes de partidos políticos: (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Fuentes de sindicatos: (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Tamaño de la declaración de la fuente (prensa - espacio - cm) (TV - tiempo - minutos):

Número de fuentes correspondientes a cada punto de vista \_\_\_\_\_

Tiempo o tamaño dedicado a las fuentes de cada punto de vista

Medio donde las fuentes actuaron ( vía elegida por la fuente -Web, declaración pública....) [ENTREVISTA](#)

#### 4. FÓRMULA DE IDENTIFICACIÓN DE LOS PROTAGONISTAS DE LA INFORMACIÓN

Identificación completa (A) SI (  ); (B) NO (  ) CUAL

Nombre

Cargo \_\_\_\_\_

Impersonal (ejemplo: un ciudadano) (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Genérica (ejemplo: miles de manifestantes) (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Off the record absoluto (ejemplo: "fuentes consultadas") (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Off de record parcial (ejemplo: fuentes de gobierno) (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Declaraciones o fuentes sin identificar (A) SI (  ); (B) NO (  ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

### Forma de canalización de las fuentes

Estilo directo (se ve y se escucha a los protagonistas de los hechos, en prensa los entrecorridos) (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Estilo indirecto (el contenido de la cita se canaliza a través de la voz de otro, el redactor cita a la fuente) \_\_\_\_\_

¿Las fuentes están contrastadas? SI ( ) NO ( )

## 5. ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN Y FORMATO DE LAS NOTICIAS \* respuestas múltiples

### Formato de noticia utilizado

Noticia clásica o estándar (presentación, cuerpo, cierre) (A) SI ( ); (B) NO ( )

Noticia exclusiva (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: - - -

Noticia especial (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: - - -

Noticia con declaraciones (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Noticia con entrevista: en directo, en diferido, falso directo, en exterior, en plató (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Noticia de foco múltiple (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Noticia con sujeto múltiple (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Breve (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Noticia en cifras (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Noticia artificial, preparada o cortina de humo (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Noticia falsa (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Globo sonda (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Noticia doble, múltiple o con informaciones conjuntas (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Noticia de caducidad puntual (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Noticia con duración prolongada (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Noticia con intervalos temporales (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Noticia atemporal o de actualidad permanente (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Noticia eclipse (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

Noticia incógnita (A) SI ( ); (B) NO ( ) ¿Cuál: \_\_\_\_\_

## 6. TRATAMIENTO DE LOS CONTENIDOS

Narración clara: claridad expositiva (A) SI ( ); (B) NO ( )

Hay una narración tendenciosa que remarca o amplía aspectos concretos de forma innecesaria (A) SI ( ); (B) NO ( )

Hay una narración tendenciosa que omite datos o versiones de forma evidente SI ( ) NO ( )

Se destacan los aspectos positivos del hecho (A) SI ( ); (B) NO ( )

Se destacan los aspectos negativos del hecho (A) SI ( ); (B) NO ( )

Se destacan los fragmentos positivos de la declaración (A) SI ( ); (B) NO ( )

Se destacan los aspectos negativos de la declaración (A) SI ( ); (B) NO ( )

Se seleccionan los elementos con criterios informativos objetivos (A) SI ( ); (B) NO ( )

Presencia en pantalla sin intervención sonora - "no entrecorridos" (Cm CUADRADOS) (MINUTOS)

El tiempo / espacio asignado es suficiente para la comprensión ( )SI; ( )NO  
El tiempo / espacio asignado es escaso para la comprensión ( )SI; ( )NO  
El tiempo / espacio asignado es excesivo para la comprensión ( )SI; ( )NO  
¿Hay diferencia de tratamiento con respecto a otros personajes o temas? (A) SI ( ); (B) NO ( )  
¿La información está firmada? (prensa) (A) SI ( ); (B) NO ( )

### 7. ENFOQUE

Enfoque (A) positivo, (B) negativo, ( ) expositivo-neutro-descriptivo, (D) crítico, ( E ) tremendista, ( F ) humanizante, ( G )redacción metafórica.  
Enfoque narrativo adecuado (A) SI ( ); (B) NO ( )  
Enfoque narrativo tendencioso (manipulando el texto o la imagen) (A) SI ( ); (B) NO ( )  
Vinculación con elementos, circunstancias o situaciones favorables (A) SI ( ); (B) NO ( )  
Vinculación con elementos, circunstancias o situaciones negativas (A) SI ( ); (B) NO ( )  
¿Hay diferencia de enfoque con respecto a otros personajes o temas? (A) SI ( ); (B) NO ( )

### 8. DESEQUILIBRIOS INFORMATIVOS \* información que oculta publicidad

¿Existe separación entre información y opinión? (A) SI ( ); (B) NO ( )  
¿Dónde se detecta?  
¿Existe propaganda? (A) SI ( ); (B) NO ( )  
¿Existe publicidad subliminal? (A) SI ( ); (B) NO ( )  
¿Dónde se detecta? \_\_\_\_\_  
¿Existen mensajes subliminales? (A) SI ( ); (B) NO ( )  
¿Existe carencia de alguna versión? (A) SI ( ); (B) NO ( )  
¿Existe manipulación? (A) SI ( ); (B) NO ( )  
¿Dónde se detecta? \_\_\_\_\_  
¿Existe morbo? (A) SI ( ); (B) NO ( )  
¿Dónde se detecta? \_\_\_\_\_

### 9. VALORES

¿Es una noticia que transmite valores? (A) SI ( ); (B) NO ( )  
¿Cuáles? (Según la Carta de la tierra - UNESCO)  
RESPECTO Y CUIDADO DE LA COMUNIDAD DE VIDA (A) SI ( ); (B) NO ( ); ¿CUÁL? \_\_\_\_\_  
INTEGRIDAD ECOLÓGICA (A) SI ( ); (B) NO ( ); ¿CUÁL? \_\_\_\_\_  
JUSTICIA SOCIAL Y ECONÓMICA (A) SI ( ); (B) NO ( ); ¿CUÁL? \_\_\_\_\_  
DEMOCRACIA, NO VIOLENCIA Y PAZ (A) SI ( ); (B) NO ( ); ¿CUÁL? \_\_\_\_\_  
¿Cómo están siendo transmitidos por los medios de comunicación? (A) De forma positiva ( ); (B) De forma negativa ( ); (C) De forma neutra ( X )