



UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

TITULACIÓN DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

**“Análisis de la agenda setting de los medios de comunicación:
televisivos, impresos y digitales del Ecuador, entre abril y mayo
de 2012. Caso de estudio: Diario El Comercio”**

Trabajo de fin de titulación.

AUTOR:

Orbe Cárdenas, Edison Giovany

DIRECTORA:

Valarezo González, Karina Paola, Dra.

Centro Universitario Guaranda

2012

CERTIFICACIÓN

Doctora.

Karina Paola Valarezo González

DIRECTORA DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo, denominado: **“Análisis de la agenda setting de los medios de comunicación: televisivos, impresos y digitales del Ecuador, entre abril y mayo de 2012”** realizado por el profesional en formación: Orbe Cárdenas Edison Giovany; 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 de 2012

f).....

C.I. 1103019350

CESIÓN DE DEECHOS

“Yo, **Edison Giovany Orbe Cárdenas** 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).....

Edison Giovany Orbe Cárdenas

CI: 1001765757

AUTORÍA

Todos los criterios, opiniones, afirmaciones, análisis, interpretaciones, conclusiones y todos los demás aspectos vertidos en el presente trabajo son de absoluta responsabilidad del autor.

Loja, septiembre de 2012

f).....

Edison Giovany Orbe Cárdenas

CI: 1001765757

DEDICATORIA

La realización de este trabajo fue posible gracias a mi esposa, hijos y madre; quienes en todo momento me brindaron su apoyo incondicional, comprensión y paciencia, hacia la consecución de mi objetivo, como fue la culminación exitosa de este proyecto de investigación.

Por eso, vaya esta dedicatoria a ellos, como una pequeña muestra de mi infinito amor y gratitud.

EL AUTOR

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a todas aquellas personas que hacen la Universidad Técnica Particular de Loja y a los medios y empresas de comunicación por su colaboración en el levantamiento de datos en la presente investigación.

De igual manera mi reconocimiento y gratitud a la Dra. Karina Paola Valarezo González, Directora del presente trabajo.

EL AUTOR

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Número de página
Certificación.....	ii
Acta de cesión de derechos.....	iii
Autoría.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de contenidos.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	1
 CAPÍTULO I. PARTE INTRODUCTORIA	
1.1 Introducción.....	2
1.2 Objetivos.....	5
 CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	
2.1 Teoría de la Agenda Setting: La agenda de los medios, la agenda pública y la agenda política.....	6
2.2 Agenda Setting en el mundo.....	19
2.3 Agenda Setting en el Ecuador.....	26
 CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS DE CONTENIDOS SEMANA COMPUESTA	
3.1 Metodología.....	31
3.2 Hallazgos importantes de la investigación.....	42

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Análisis de diario El Comercio a través de nueve variables investigadas.....	52
4.2 Análisis consolidado de la semana compuesta aplicado a las ediciones de diario El Comercio.....	77
CONCLUSIONES.....	86
FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA.....	88
ANEXOS.....	90

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación analizó metodológicamente la Agenda-Setting de diario El Comercio, durante los meses de abril y mayo de 2012; empleando la técnica de ficha pregunta-respuestas, trabajada en un repositorio de datos web; cuyo resultado nos permitió conocer cómo los medios nacionales edifican agendas temáticas que reconstruyen la realidad social y política nacional. Se investigó cinco publicaciones hechas por este medio en forma cualitativa empleando tablas Excel diseñadas para el caso y que posteriormente serían tabuladas de manera cuantitativa. Este procedimiento se llevó a cabo dentro de la semana compuesta preestablecida por la Escuela de Comunicación Social de la UTPL y cuyos datos fueron ingresados en la plataforma virtual; posterior a la tabulación de sus resultados, estos fueron proyectados en cuadros estadísticos. La semana compuesta y la plataforma virtual son instrumentos de investigación diseñados para la recolección de datos, mismos que se recabaron durante cinco días laborables de cinco semanas consecutivas, comprendidas desde el 16 de abril hasta el 18 de mayo de 2012, con lo que se pretendió alcanzar una muestra representativa de la información publicada por este medio.

CAPÍTULO I

PARTE INTRODUCTORIA

1.1 INTRODUCCIÓN

En el presente estudio hablaremos de una de las teorías más discutidas dentro del ámbito de la comunicación social, la de la Agenda-Setting; exteriorizada a través de la “Escuela Funcionalista Americana” a principios de la década de los 70’s. El funcionalismo es considerado como una corriente teórica que surgió en Inglaterra en los años 30’s, caracterizada por su posición experimental y el trabajo de campo. La corriente funcionalista es estudiada hoy en día como el modelo de las ciencias de la comunicación.

Así mismo, es importante entender otra teoría funcionalista, la de “La Aguja Hipodérmica”; donde se manifiesta el efecto que tienen los medios en la opinión pública. Los estudios de esta teoría tuvieron como objetivo observar la importancia de la propaganda dentro de la participación de la población civil inmiscuida en la Primera Guerra Mundial.

En aquella época se desarrollaron monumentales campañas de información y difusión, planificadas y organizadas por los gobiernos participantes en la conflagración mundial; este tipo de operaciones tenían la única finalidad de engendrar en los habitantes de los Estados un amor desmedido y leal a su patria; así como, un odio excesivo hacia el enemigo, también se anhelaba el respaldo incondicional del pueblo a los intereses gubernamentales y nacionales y que estos perdurasen en tiempos de paz.

Los estudios que se llevaron a cabo, fueron parte de la primera fase de investigaciones sobre los efectos de la comunicación en los conflictos bélicos; los cuales se vinculaban a los avances sociológicos y psicológicos que abordaban el concepto de masa. Las conclusiones de estos trabajos fueron manifestadas en 1927 por el norteamericano Harold Lasswell, pionero de la ciencia política y de las teorías de la comunicación; quien

en su obra "Técnicas de Propaganda en la Guerra Mundial", asegura que a través de la propaganda se puede lograr la lealtad del pueblo a planes políticos determinados, sin demandar violencia o represión por parte de la fuerza pública; sino únicamente utilizando la manipulación.

La Teoría de la Agenda-Setting nos habla sobre los efectos que pueden llegar a tener los medios de comunicación dentro de la "opinión pública", debido a los hechos difundidos por los mismos, y cómo estos efectos dependen del tiempo o frecuencia que los medios dedican a la emisión de determinados contenidos, cuya influencia es directa en la opinión ciudadana para ser considerados como relevantes.

También es importante que conozcamos que la traducción literal al castellano del anglicismo "Agenda-Setting" significa "fijación de la agenda" o "establecimiento de la agenda". En el presente trabajo investigativo se tomará en cuenta, que uno de los argumentos que más incumbe a los funcionalistas es el efecto que pueden llegar a tener los medios en las audiencias; lo cual se mide a través del análisis del contenido de los medios de comunicación y a la encuesta o sondeo que se ha realizado en la población.

La Agenda-Setting, de acuerdo a la teoría de Donald L. Shaw, profesor norteamericano de la Escuela de Periodismo y Comunicación de Masas de la Universidad de Carolina del Norte y Maxwell McCombs, profesor y director del News Research Center de la American Newspaper Publishers Association; es una medición de efecto a largo plazo, que surge del argumento tradicional de la comunicación de masas y de la conducta de los electores o votantes. La designación de su nombre proviene del principio fundamental de la comunicación social; donde se determina que los medios de comunicación de masas, de acuerdo a una agenda preestablecida, pueden difundir la importancia de una noticia a la colectividad.

Basados en estos criterios, los medios elaboran con antelación la agenda que se va a difundir y que llegará a persuadir a la comunidad, apoyados en su experiencia diaria de estructuración del entorno social y político en el que vivimos. Debemos considerar que la sociedad siempre se inclina a rechazar o aceptar lo que los medios excluyen o incluyen

dentro de su agenda informativa, y por lo general damos importancia a las noticias que los medios manejan como relevantes.

Es importante subrayar que los medios no proponen a las audiencias ¿Cómo deben pensar?, sino ¿En qué deben pensar? Por lo cual, la teoría de la Agenda-Setting no propone que los medios intenten convencer a la sociedad sobre creer o no en determinada información; más bien, exterioriza a las masas un detalle de las noticias en torno a las cuales la colectividad puede tener un punto de vista para deliberar sobre un determinado tema. De acuerdo al impacto que tiene la Agenda-Setting en la opinión pública, es preciso que los medios incluyan en sus publicaciones una gran cantidad de material informativo, con el fin de evitar una comprensión parcial de la realidad y la desinformación de la comunidad mediante la omisión de información relevante.

1.2 OBJETIVOS

a. General:

Determinar las características de la información publicada y/o emitida (agenda informativa) de los medios de comunicación de prensa, televisivos y digitales del Ecuador.

b. Específicos:

- Determinar la procedencia de la información, la naturaleza de las fuentes y de los protagonistas, estructura de la información y formato de noticias.
- Determinar el tratamiento de la información, el enfoque y el desequilibrio informativo (información y opinión).
- Tener una visión desde afuera sobre los contenidos que presentan los medios de comunicación dentro del periodo comprendido abril–mayo 2012.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 TEORÍA DE LA AGENDA SETTING

Para interpretar la Teoría de la Agenda-Setting, debemos primeramente entender la evolución de los medios de comunicación a lo largo de los dos últimos siglos; remontándonos a los artículos de prensa publicados desde el siglo XIX, posteriormente a las noticias emitidas por la radio desde los años 20's, más tarde los noticieros televisivos que se difunden desde los años 50's, y hoy en día la revolucionaria forma de absorber información a través de la internet.

Estos escenarios en el ámbito de la recepción de información, nos fueron ofreciendo la posibilidad de contactarnos con el resto del planeta y nos permitieron explorar la realidad de los problemas locales, nacionales e internacionales, cada vez con mayor prontitud. Actualmente (excepto quienes practican los fanatismos religiosos), no hay tiempo para reflexionar o meditar lo acontecido el día anterior; las audiencias contemporáneas han cambiado su propia interioridad, por una mayor conexión con el mundo globalizado en el que vivimos.

La manera que tenemos las personas de satisfacer la necesidad de informarnos ha cambiado a través del tiempo, ya sea por aspectos culturales o por aspectos tecnológicos; transformándose en un verdadero problema el proceso de selección de un sinnúmero de noticias disponibles que logren complacer la común necesidad de la población de conocer la realidad en la que vivimos, para así estabilizar la sensación de "incertidumbre" que tenemos los seres humanos del mundo contemporáneo.

“A principios del siglo XX, Walter Lippmann señala en su obra *Public Opinion*, en el capítulo "El mundo exterior y las imágenes que tenemos en nuestra cabeza" ("The World Outside and the Pictures in Our Heads" 1922, p. 3-20), que los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes. Con esto se destaca que el mundo que nos rodea es demasiado grande como para poder acceder a la información de primera mano por medios propios. Por ello, los medios nos cuentan cómo es ese mundo o información al que no tenemos acceso con el riesgo de que nuestras mentes reproduzcan un mundo distinto al real, ya que éste está "fuera del alcance, de la mirada y de la mente [...]" (Rodríguez Díaz, 2004, p.17)

Es importante destacar el proceso de “selección de la información” que los medios llevan a cabo y cómo enfocan esa realidad mediática a la sociedad; sobre todo, hasta qué punto o límite se manipula esa información. Éste tema involucra también el estudio de varios campos científicos como la sociología, las ciencias políticas y la semiología; todas éstas áreas reconocen a los medios como protagonistas de los procesos sociales y políticos que establecen la opinión pública.

En la actualidad el significado de “opinión pública” ha soportado cambios trascendentes, debido a las distintas posiciones teóricas que han sido abordadas; es así que durante el siglo pasado, los ensayos experimentales se inclinaron por los temas sociológicos y psicológicos y no por teorías filosóficas o políticas; cabe resaltar que el ensayo científico de la sociología y la investigación filosófica y sistemática de la opinión pública han ido por caminos diferentes.

Debemos aclarar que cuando hablamos de Agenda-Setting, formulamos el establecimiento de una agenda para los medios de comunicación; donde se instaura la importancia que tienen los mismos en la fijación (set) de la priorización de los problemas (issues), dentro del ordenamiento cuantitativo y cualitativo de las noticias del día (tepic); de las particularidades con que se relacionan los temas, de los actores políticos y de sus resultados a corto y largo plazo.

Esta teoría ha ido evolucionado hasta comprender la interdependencia de los elementos que son parte del proceso que determina los temas a ser tratados en la agenda pública. En un principio fue planteada como una hipótesis lineal y de una sola dirección, pero en la actualidad ha avanzado hacia una figura más sistémica que estudia la mecánica compleja de la relación medios-audiencia.

La teoría tiene un directo enfrentamiento con la tradicional perspectiva periodística que argumenta que los medios proyectan la realidad, no la crean; su principal característica es que enfatiza siempre el poder que tienen los “mass media” sobre la sociedad.

“En la línea italiana de la tematización, autores como Agostini mantienen que la Teoría de la agenda y ésta no son lo mismo: (Nuestra línea es más compleja). Para poder hablar de tematización no basta con saber cómo es la relación que existe entre los diez problemas más importantes de un momento - definiendo sólo sus nombres y etiquetas - establecidos entre los medios de comunicación y la audiencia; esta línea es mucho más articulada y elaborada que la de la agenda-setting (Agostini, 1984, p. 539). Por otro lado, un mínimo de análisis de la cuestión permite concluir que el fenómeno es exactamente el mismo aunque el enfoque positivista o el de la sociología teórica lo analicen desde perspectivas distintas [...]” (Rodríguez Díaz, 2004, p.17)

Existen cuatro fases que determinan el desarrollo de la Teoría de la Agenda-Setting, y son:

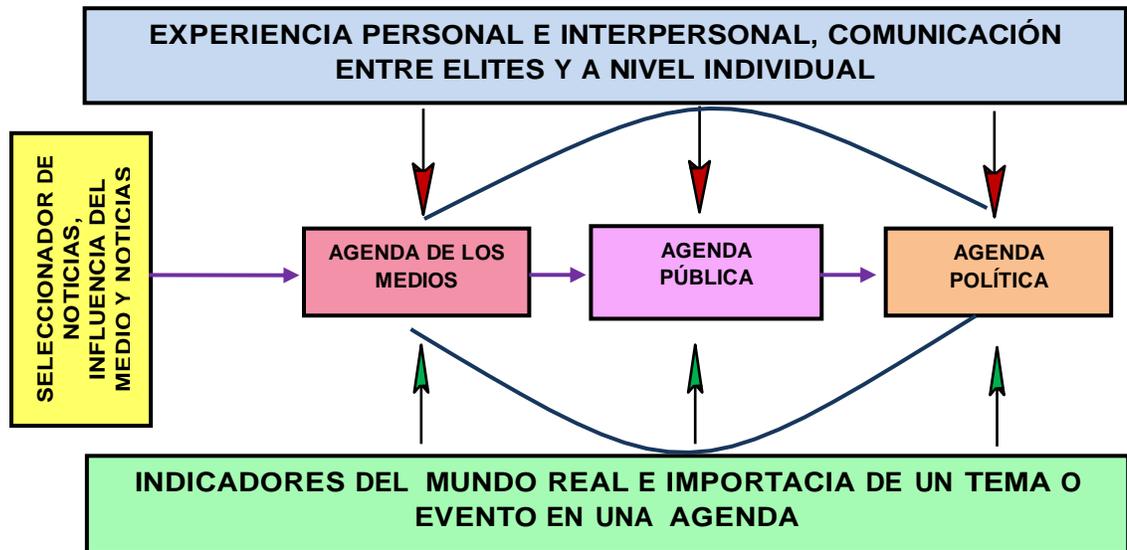
- **Primera fase.-** Aquí se plantean las preguntas ¿Quién fija la agenda pública? y ¿En qué condiciones?.
- **Segunda fase.-** Es la que descubre las condiciones contingentes que intervienen entre la agenda de los medios y la de la audiencia, en especial al hablar del concepto de necesidad de orientación del público.

- **Tercera fase.-** Aquí se extiende la concepción de la Agenda-Setting a dos nuevos campos; uno fue la agenda de la imagen de los candidatos concebida por los medios y asimilada por los electores, y el otro fue la agenda de atributos con que los medios encuadran los temas no electorales.
- **Cuarta fase.-** Se centra en las fuentes de la agenda de los medios dentro del mercado informativo. La pregunta que se plantea durante ésta etapa es ¿Quién fija la agenda de los medios?

Existen teóricamente tres tipos de agendas que se interrelacionan en el proceso de la comunicación; a continuación hablaremos detalladamente de cada una de ellas, pero es importante que conozcamos lo que Rogers y Dearing, manifestaron en el año de 1988, dentro de su “Agenda-Setting Research”:

“Dentro de los estudios tradicionales; el primero es el llamado (agenda-setting de los medios) ya que su principal variable reside en la medición de un tema en cualquiera de los medios de comunicación. El segundo estudio investiga la (agenda-setting del público), midiendo la importancia que tiene la selección de determinados temas entre la audiencia o público. En último lugar figura la (agenda setting política), distinguiéndose de las anteriores por centrarse en las respuestas y propuestas que ofrecen los grupos políticos y las instituciones sociales sobre determinados temas. Temas que son objeto de debate público y que, en parte, aparecen en las agendas de los medios o en las del público. Dentro del proceso informativo, las tres agendas se relacionan, al mismo tiempo que se ven influenciadas individual o colectivamente por diferentes factores que intervienen en la mayor parte del desarrollo comunicativo[...].” (Rodríguez Díaz, 2004, p.17-18)

A continuación expondremos un diagrama, en el cual podremos observar la interrelación que se lleva a cabo entre los diferentes elementos del proceso y las direcciones en las que se ejecuta la influencia; destacándose la experiencia personal e interpersonal, así como la comunicación entre elites y a nivel individual; cuya relación depende de los indicadores del mundo real e importancia de un tema o evento en una agenda.



FUENTE: Rogers, E. M. y Dearing, J. W. (1988). *Agenda-setting research: Where has it been? Where is it going?* In J. A. Anderson (Ed.), *Communication yearbook*, 11 (p. 555-594). Newbury Park, CA: Sage.

a. La agenda de los medios

Para enfocarnos en este tema, es necesario observar cómo se elabora el índice de contenidos que será publicado en las portadas de los medios, el cual se realiza basándose directamente en la "Agenda-Setting"; es así que, el número de noticias que serán publicadas sobre un hecho determinado es calculado de acuerdo a la trascendencia que tiene esa noticia en la colectividad, al número de páginas empleadas si es un medio escrito, o al tiempo destinado a la difusión de esa noticia si es un medio radial o televisivo.

Según la temática que se maneja dentro del concepto de agenda de los medios, la población exteriorizará importancia a una noticia determinada, de acuerdo a la cobertura que da la prensa a esa información; por lo cual, para establecer la agenda de los medios, es necesario que las investigaciones aborden una pregunta planteada a la audiencia: ¿Cuál cree que es el problema más importante?, cuyas

siglas se resumen (PMI); aquí se centra la investigación en el país o la problemática del país en cuestión.

“Donsbach (1995) sostiene que existen diferentes factores de la noticia, como la sorpresa, la tematización, la personalización y el negativismo, que favorecen la publicación. Sobre estos factores, Bouza (1998) hace un comentario de cada uno de ellos a la vez que añade algunos otros introducidos por Tabachnik (1992), como son la regla de la volubilidad, la de la equivalencia, la focalización de lo minúsculo y la de la amnistía temática [...]” (Rodríguez Díaz, 2004, p.19)

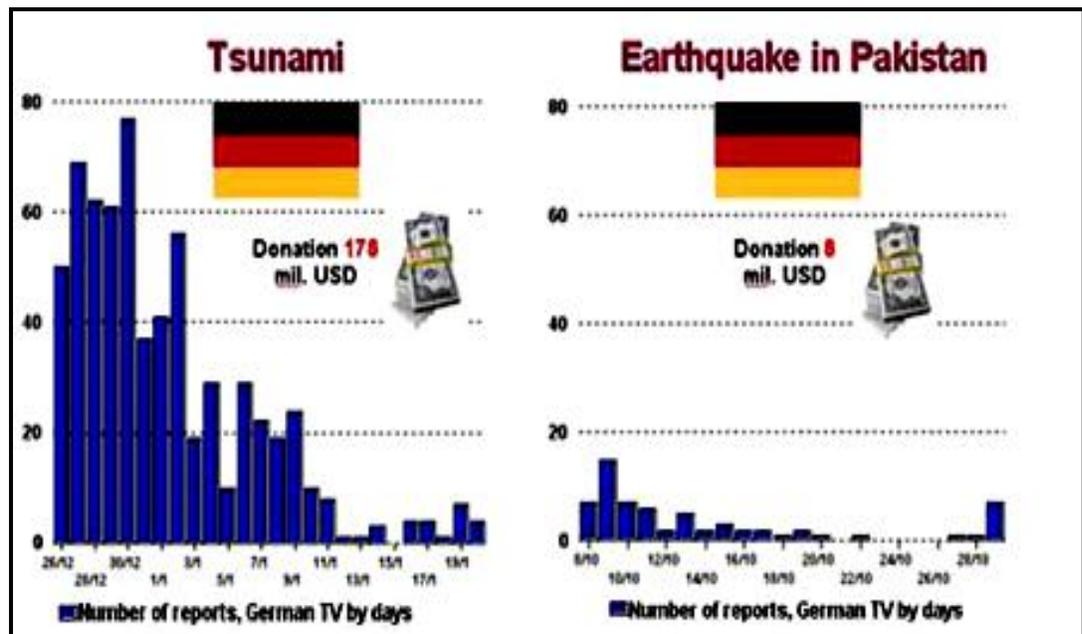
Conforme al “análisis de contenidos”, se lleva a cabo la medición de la agenda de los medios; para lo cual, es necesario efectuar diferentes comprobaciones de la información que será objeto de estudio. En primera instancia, se contabilizan los artículos o noticias emitidas, luego se contabiliza el número de páginas o columnas que ocupan esas noticias, posteriormente se analiza la ubicación del tema dentro del medio si éste es escrito o el tiempo destinado a difundir la información, si se trata de un medio radial o televisivo. El tiempo dedicado a éstas mediciones puede llevar semanas, meses o incluso años.

En la actualidad, hay que tomar en cuenta cómo el espacio noticioso se ha transformado con la aparición de los medios sociales. Las redes sociales tienen el poder de influenciar en la agenda informativa de los medios; así mismo, los medios pueden actuar como fuentes de información para éstas. Es así que, los afamados “weblogs” llegan a convertirse en fuentes informativas de los programas de radio y televisión y de algunos medios escritos.

En el siguiente cuadro estadístico, podemos apreciar que en Alemania hubo una diferencia perceptible entre la cobertura que hicieron los medios televisivos sobre el tsunami que azotó el sudeste asiático en diciembre de 2004 y el terremoto que sacudió Pakistán en octubre de 2005. La noticia sobre el tsunami recibió una cobertura mucho más amplia, lo que a su vez afectó el comportamiento de la audiencia en términos de donaciones privadas; el público no era consciente de la

necesidad de ayuda en Pakistán. El tsunami recibió 666 informes en los tres canales de televisión en comparación con 66 del terremoto. Estos 666 informes contribuyeron a donaciones privadas por valor de \$ USD 178 millones, mientras que sólo \$ USD 8 millones fueron recogidos para el terremoto.

NOTICIAS DE LA TELEVISIÓN ALEMANA



FUENTE: Media Tenor International, (2004). Programa Teoría de Fijación de Agenda de Medios [En línea]. Disponible en: <http://www.agendasetting.com/index.php/agenda-setting-theory> [Consulta 20-03-2012]

Hoy por hoy existe una herramienta poderosa llamada “Análisis de Cluster”; se trata de un software que ayuda a los investigadores en el estudio del establecimiento de la Agenda-Setting. Este programa comprueba como la teoría del establecimiento de la agenda de los medios influye en lo que el público piensa y habla, es una herramienta que emplea en su estudio datos tomados de los archivos de los medios en línea; obteniendo de ellos, resultados estadísticos y comparativos entre la información que proyecta el computador y el método de la participación de las audiencias.

b. La agenda pública

En innumerables ocasiones la colectividad se ha preguntado: ¿Por qué? y ¿Cómo? determinados temas locales, nacionales o internacionales no nos son desconocidos y llegan a ser parte de la opinión pública; ante lo cual, es vital subrayar que la vida social está en continuo cambio. A diario pasamos de escenarios de “orden social” a condiciones de “conflicto social”, debido a diferentes actores y situaciones que se presentan en el mundo globalizado que vivimos.

Estas situaciones de conflicto aparecen de diversas formas dentro del contexto público, debiendo comprenderse que el desarrollo de las sociedades está conformado por actores, contextos y contenidos. Actores y contextos están en continuo movimiento; los mismos que responden a su interés y posición, aquí es común que los actores cambien de posición, no de interés; puesto que, los cambios de posición se llevan a cabo durante procesos de diálogo, confrontación y negociación. Pero si hablamos de los contenidos, se requiere diferenciar el proceso dentro del cual los temas o cuestiones llegan a transformarse en asuntos de interés colectivo; pudiendo existir un sinnúmero de temas, los mismos que se convierten en trascendentes al ser asuntos de atracción social. Es aquí, cuando los medios posicionan los temas en una zona exclusiva de debate y diálogo social.

Es meritorio señalar que los medios de comunicación acostumbran a tener diferentes valoraciones con respecto a cada asunto que es difundido a la audiencia, valoraciones que dependen del interés que le dan los periodistas o los medios. La medición de la “agenda pública” se lleva a cabo preguntando a la audiencia: ¿Cuál es el problema más importante al que tiene que hacer frente el país?, cuestionamiento llamado “El Problema Más Importante” (PMI); cuyos resultados intentan conocer el enfoque que tiene uno o varios asuntos de interés en la agenda del público. De aquí podemos definir a la “agenda pública” como la categoría o valor que la audiencia da a los asuntos de interés colectivo durante un periodo de tiempo determinado.

“Dos tipos de estudios de Agenda-Setting han conducido a conocer la agenda pública: a) estudios de jerarquización centrados en los temas más cruciales que a juicio de la audiencia forman la agenda pública, y b) estudios longitudinales en donde las investigaciones de la Agenda-Setting han medido las subidas y bajadas de un tema o varios a lo largo de un periodo largo de tiempo [...]” (Rodríguez Díaz, 2004, p.20)

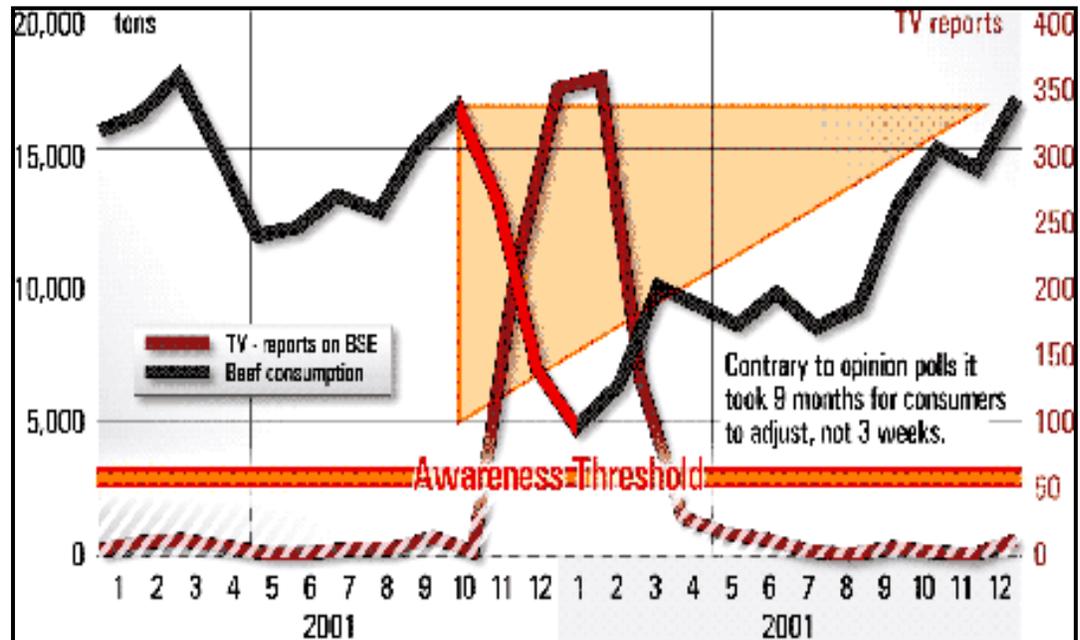
La mayor parte de las investigaciones sobre la “agenda pública” no se ajustan a un solo tema, sino que reúnen diferentes puntos de vista relacionados con el mismo; por lo cual, al efectuar la pregunta ¿Cuál es el problema más importante del país?, se trata de priorizar los temas de interés que se conforman dentro de un período de tiempo determinado.

Actualmente los encabezados de la prensa presentan un collage de noticias irrelevantes y prensa amarillista, con primeras planas y columnas saturadas de comerciales y auspiciantes de la era globalizada; situaciones que más que informar nos desorientan como audiencia.

Por el contrario, el internet es la más alta competencia a la influencia que ejercen los medios en la comunidad; demostrando que existen otras formas de producción y consumo de información como los “blogs”, mismos que sugieren diferentes alternativas.

A continuación presentamos un gráfico estadístico real, donde podemos observar cómo la cobertura televisiva que se brindó a la caída del consumo de carne en Europa durante el año 2001; no sólo afectó a la opinión pública de ese continente, sino también al comportamiento de los consumidores. El consumo de carne vacuna bajó un 71% a raíz de la presentación de los informes y reportajes televisivos; incluso después de que la cantidad de informes negativos tuvo una considerable disminución, los efectos de la cobertura permanecieron; pero nada fue fácil para los productores, tuvieron que transcurrir 9 largos meses para que las ventas finalmente comenzaran a recuperarse.

LA CAÍDA DEL CONSUMO DE CARNE



FUENTE: Media Tenor International, (2004). Programa Teoría de Fijación de Agenda de Medios [En línea]. Disponible en: <http://www.agendasetting.com/index.php/agenda-setting-theory> [Consulta 20-03-2012]

Hay que tener en cuenta, que sólo porque algo es mencionado en los medios no quiere decir que es irrelevante; los medios de comunicación tienen la capacidad de desviar la atención de lo significativo a lo superfluo. Aquí nos compete hablar de la agenda pública y lo que podemos hacer para poner ahí y mantenerlo ahí; esto significa trabajar en oposición a y en colaboración con los métodos de trabajo que emplean los medios de comunicación.

Al formularnos la pregunta ¿Quién decide qué temas son importantes y cuáles son los temas de la agenda pública?, tenemos que considerar que la agenda pública es el conjunto de temas que las audiencias pasan a tener en sus cabezas en un momento determinado; si llega a ejecutarse ésta premisa, entonces podemos decir que existe una "agenda pública" y en ésta se deben incluir los temas que deberían ser considerados públicos e importantes, así la agenda pública estaría en el sitial teórico-práctico que le corresponde.

c. La agenda política

Es considerada como un conjunto de argumentos establecidos por un representante del gobierno, cuyo objetivo es intervenir en el acontecer político de actualidad y estimular su debate. En la fijación de ésta agenda, pueden intervenir los miembros o activistas de los partidos políticos e incluso puede ser establecida por militantes no gubernamentales que tengan un objetivo político.

Un ejemplo de esto son las instituciones no gubernamentales y los grupos ecologistas, quienes han dado forma a la agenda política en las conferencias internacionales. Podemos observar también, que cada vez con mayor intensidad, los medios tienen gran influencia en la fijación de la agenda; debido a la cobertura informativa que prestan al tema político. Es vital percatarse del tratamiento que se da a este tipo de información y cómo influye este procedimiento en el vínculo existente entre política y ciudadanía, tema que toma mayor impulso durante los procesos electorales.

“Para Dearing y Rogers (1996, p.72) esta agenda representa la llave maestra de todas las agendas, ya que es la encargada de generar temas nuevos que influenciarán la agenda de los medios y la del público. Distintos autores de los enunciados básicos de la teoría de la agenda setting (Lippmann, Park, Almond), no se centraron tanto en esta agenda al considerarla como un elemento particular dentro de los medios de comunicación. Sin embargo, autores contemporáneos (McCombs, Shaw, Shanto) han preferido matizar las consecuencias que tienen las políticas institucionales en el resto de agendas. Pese a ello, no son muchos los estudios de agenda setting que se han centrado en esta agenda debido a su complejidad; ya que son numerosas las variables que hay que tener en cuenta. Por el contrario, es más frecuente ver estudios sobre la influencia que ejercen los medios y el público en la agenda institucional [...]” (Rodríguez Díaz, 2004, p.22)

Es muy común que la “agenda política” se confunda con la “agenda institucional”, debido a que presenta una lista de asuntos importantes considerados así especialmente por los políticos. La mayoría de investigaciones abarcan únicamente el tema de la “Agenda-Setting”, pero poco se estudia la “agenda política” y su relación con la “agenda de los medios” o la “agenda pública”.

A nivel mundial es evidente que los “mass media” actúan como mecanismos de control político de la labor de las instituciones públicas y de la vida gubernamental de los Estados. Los medios asumen un papel significativo como agentes de denuncia y control de las gestiones de los gobiernos; también advierten las actividades y pronunciamientos de la oposición y, a nivel más personal, se inmiscuyen en la vida privada de los políticos.

“La relación entre los reporteros y los políticos o aquellos otros encargados de hacer políticas públicas (policymakers) llega a ser simbiótica en el sentido de ser necesarios los unos para los otros. Los periodistas necesitan información para publicar al igual que el acceso a las fuentes de noticias; en el otro sentido, los representantes de las instituciones necesitan difundir y proponer sus programas a los ciudadanos, destinatarios, votantes en este caso, audiencia. A este respecto, Linsky (1986) matiza que los medios de comunicación en la sociedad actual llegan a ser omnipresentes y centrales en el mundo del hacer político [...]” (Rodríguez Díaz, 2004, p.22)

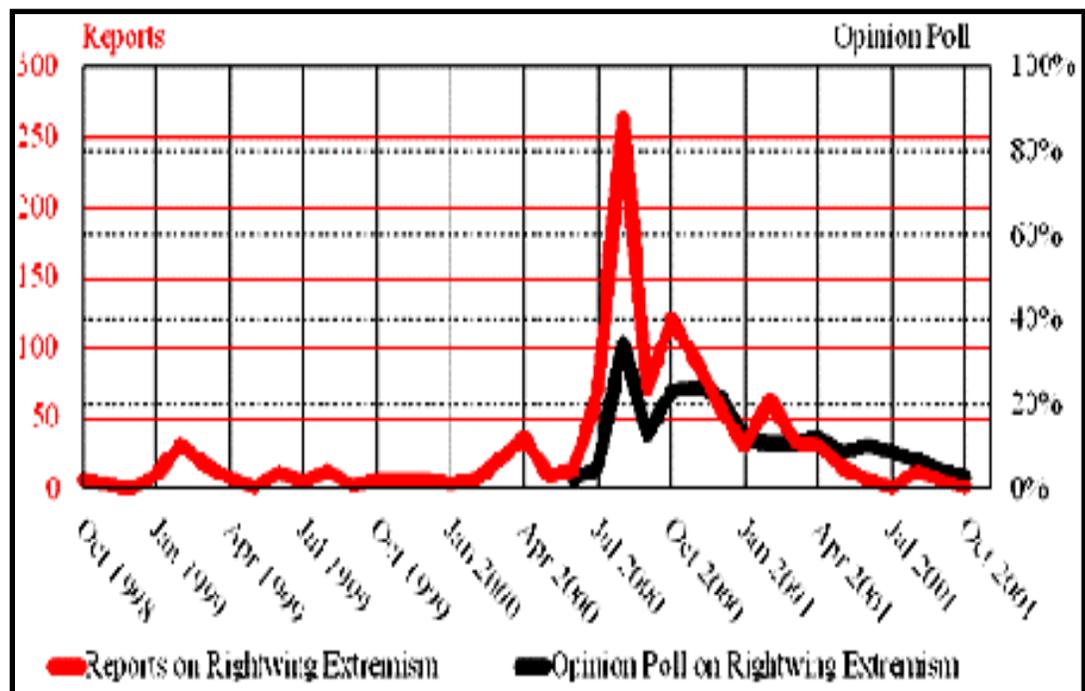
Los medios se han convertido en entes de presión sobre debates puntuales de la política, han cambiado el desarrollo y rumbo de los hechos históricos e incluso intervienen en la no ejecución de la política interna y externa de los gobiernos, y hasta han intervenido en la renuncia de los mandatarios. Por otro lado, también es cierto que el papel que desempeñan los medios tiene influencia de los gobiernos. Existen muchos países donde los medios son estatales y tienen censura interna, aquí los comunicadores viven con la incertidumbre de recibir represalias de las autoridades estatales, si es que llegan a cubrir asuntos considerados como antigobiernistas.

En los países democráticos la autonomía de los medios está amparada, pero los gobiernos de turno que usan formas más perspicaces para intervenir en la difusión de la información para que ésta beneficie sus intereses y permanencia en el poder. Si analizamos a los países comunistas, aquí los medios son usados por el gobierno para comunicar a la población sus logros izquierdistas y sus prioridades socialistas.

En los países considerados como tercermundistas, los medios de comunicación son menos desarrollados y ostentan poco poder para combatir a los gobiernos deshonestos y ejercer su verdadera labor de información; situación que los vuelve vulnerables de ser dominados por los políticos y prestarse para la corrupción, problemática que el actual Gobierno ecuatoriano del economista Rafael Correa, trató de solucionar con la propuesta de un proyecto que modificaría la “Ley de Comunicación”, pero que finalmente no fue aprobado por mayoría dentro de la Asamblea Nacional.

En la siguiente figura, observamos como el “35% de las personas interrogadas por el Forschungsgruppe Wahlen, declaró en agosto del año 2000 que el extremismo de derecha era la cuestión más importante en Alemania.

EXTREMISMO DE LA DERECHA EN ALEMANIA



FUENTE: Media Tenor International, (2004). Programa Teoría de Fijación de Agenda de Medios [En línea]. Disponible en: <http://www.agendasetting.com/index.php/agenda-setting-theory> [Consulta 20-03-2012]

2.2 LA AGENDA SETTING EN EL MUNDO

En la era actual se ha desarrollado radicalmente la teoría de Maxwell McCombs y Donald Shaw, donde se enuncia la influencia de la agenda de los medios sobre las audiencias. A nivel mundial, cuando los medios narran una noticia, dan más valor a ciertas particularidades de esa noticia que a otras; o a su vez, citan cierta información con más o menos frecuencia. Dentro de éste contexto, trasciende mucho la ética con la que se manejan los medios como empresas y la ética con la que trabajan los comunicadores. Evidentemente es cierto que los medios son muy poderosos, pero también es cierto que un alto porcentaje de comunicadores sociales no miden el poder que tienen y el valor ético de este hecho. (Rodríguez Díaz, 2004).

Históricamente la teoría de la Agenda-Setting ha sido abordada en relación de la función de vigilancia, donde la sociedad se informa sobre el acontecer mundial a través de los medios. La evolución de la teoría nos habla sobre su relación con la función de consenso; lo cual significa que los medios de comunicación influyen en la ciudadanía para llegar a acuerdos, debido a que sus alcances logran que las masas hablen o se preocupen sobre cuestiones de interés común y social; por eso, la Agenda-Setting no sólo reconoce la función de vigilancia o de información de la colectividad, sino que además, responde a la función de consenso; misma que es necesaria para vivir en democracia. A continuación analizaremos cómo se establece la agenda alrededor del mundo:

a. La Agenda Setting en España

Al hablar de Europa nos centraremos en España por ser un Estado que tiene relación con nuestra identidad, ya sea por ser la “Madre Patria” que nos conquistó o por ser el país que acoge al mayor porcentaje de ecuatorianos en el exterior. Es así que, en éste país europeo la Agenda-Setting se ajusta a un sinnúmero de temas, pero aquéllos que la ciudadanía considera como importantes son sólo unos pocos. Indudablemente, solo cinco argumentos han sido capaces de perdurar en la agenda de los medios desde hace tres décadas:

- Las manifestaciones
- El terrorismo
- Las drogas
- La delincuencia y
- El desempleo

De acuerdo a la investigación realizada por los profesores Manuel Tamayo y Ernesto Carrillo de la Universidad Rey Juan Carlos y la Universidad Complutense de Madrid; en España, durante los últimos años ha impactado un tema de relevancia como es “La inmigración”; todos éstos tópicos, han superado la barrera del 10% en la preferencia de las audiencias dentro de una media anual. Según los investigadores, de todos estos temas de interés para la sociedad española, uno prevalece sobre los demás y es “El desempleo”; de igual manera, únicamente un par de asuntos han sido capaces de rivalizar con “Las manifestaciones” por el primer puesto de la agenda de medios, y son “Las drogas” y “El terrorismo”, que han producido un impacto social a gran escala. (Latorre L., Revista Digital Teína, 2012)

La preferencia que la audiencia española otorgada a las noticias de interés, ha experimentado cambios con el tiempo. Al observar los temas considerados importantes, todos éstos decrecen en valor; exceptuado al “terrorismo” y a la “inmigración”, tópicos que no se enmarcan dentro de un patrón claramente definido. Es conveniente esclarecer que todos los temas de interés, a excepción del “desempleo”, son inestables; una gran parte de éstos aparecen y desaparecen de la agenda de los medios y otros tienen una existencia momentánea. (Tamayo M., Carrillo E., La agenda Pública en España, 2004)

El restablecimiento de la marcha de la agenda de los medios españoles durante los últimos veinte años nos permite descubrir las transformaciones culturales, sociales y económicas de éste país; así mismo, se evidencia la transformación de los asuntos públicos, las prioridades de los gobiernos de turno, las victorias y los fracasos de las políticas gubernamentales, la labor de los medios de comunicación, la dimensión cognitiva que posee la opinión pública y los intereses de la comunidad.

“Como explica Enrique Bustamante, catedrático de Comunicación de la Universidad Autónoma de Madrid, «nuestros telediarios se han convertido en efecto en programas contenedores en donde todo cabe (...), desde reportajes sobre la alta cocina española hasta noticias sobre los nuevos hoteles de lujo para cerdos»¹. A esto hay que sumarle el agravante de que este imperio del entertainment, al extenderse en mayor o menor grado sobre todas las prácticas televisivas, lo hace también sobre la radio y la prensa, medios que hace años decidieron entregarse a los dictados de la TV.

A los medios, además, se los acusa de mentir, manipular, tergiversar y ejercer la condena pública, y todo sin el menor reproche de conciencia; es decir, sin respetar criterios éticos de la profesión. Estas faltas de ética afectan a la credibilidad de los medios y de los periodistas y generan rechazos, tal como quedó demostrado en España, donde el grito de «¡Televisión, dimisión!» era entonado durante las protestas contra la guerra en Irak, al pasar los manifestantes delante de las cámaras de los telediarios [...]” (Latorre L., Revista Digital Teína, 2012)

b. La Agenda Setting en los EE.UU.

Los Estados Unidos continúan siendo la mayor potencia mundial, el liderazgo y protagonismo de los mass media en ese país ha creado un concepto en su población; o más bien, un pensamiento que ha imperado, y que seguirá viviendo en el subconsciente de los americanos: “Los medios de comunicación son todopoderosos”; puesto que éstos logran orientar el pensamiento de los ciudadanos hacia un objetivo determinado o hacerles ver una realidad para los intereses del gobierno o de las empresas poderosas. Este concepto fue definido por el filósofo alemán Theodor Adorno en su obra “Cultura de Masas”.

Pero existieron contraposiciones a esta teoría; es así que en épocas electorales, sobre todo en las de los presidentes Reagan y Bush, se aplicó para el caso la expresión “efectos limitados”, cuyo objetivo era objetar los juicios que respaldaban a que los electores eran manipulados por la prensa. La teoría de los efectos limitados es una teoría de la comunicación que surgió en el siglo pasado, durante la década de los 40’s en ambientes intelectuales norteamericanos; formulaba la idea de que el efecto de los medios de comunicación en la sociedad no era tan grande, siguiendo básicamente las afirmaciones de Harold Lasswell.

No todas las naciones del orbe tienen las mismas herramientas y el poder requerido para establecer opinión pública; como ejemplo podemos tomar a Inglaterra, madre patria americana; esta nación tiene más opciones de intervenir en la agenda de una campaña electoral que los mismos EE.UU.; puesto que a los norteamericanos se los considera mundialmente como ciudadanos más discretos que los ingleses en asuntos políticos.

Los fatídicos e inolvidables acontecimientos suscitados el 11 de septiembre de 2001, se relacionan con la Agenda-Setting de los medios de comunicación norteamericanos. Tomemos en cuenta que las imágenes de las aeronaves que se estrellaron en Pittsburg y el Pentágono jamás salieron en los medios televisivos, y en los primeros instantes que se difundió la noticia de los atentados, los medios publicaron que los enemigos eran los fanáticos afganos; incitando así la furia de los norteamericanos hacia los árabes y demás ciudadanos islámicos que nada tenían que ver con estos acontecimientos.

Con éste ejemplo, apreciamos cómo los “mass media” persuadieron a la opinión pública estadounidense y mundial; pero si los medios de comunicación ocasionaron muchos estragos después de los incidentes del 11 de septiembre, también se convirtieron en los únicos triunfadores; ya que hicieron ver a la comunidad internacional que el pueblo norteamericano requería de su apoyo y comprensión, y así lo consiguieron.

“Según Noam Chomsky, profesor del Massachusetts Institute of Technology, la Agenda-Setting es una alianza tácita que existe entre el gobierno de un país (generalmente occidental y sobre todo EE.UU.) y los medios de comunicación para comunicar a los espectadores, oyentes o lectores de un determinado medio sólo lo que interesa, y ocultar al máximo lo que puede resultar peligroso o perjudicial para la estabilidad que ellos creen la correcta para su país. Los factores que intervienen en el establecimiento periodístico comprenden:

1. Alianza Medios–Gobiernos
 2. Establecimiento de prioridades Informativas, respecto a las otras agendas
 3. Canalización de la información redimensión y divulgación
 4. Organización de la noticia, horarios, espacios, determinación de tiempo.
- [...]” (Wikipedia, Teoría del establecimiento periodístico de temas, 2012)

c. La Agenda Setting en China

En los últimos años, se ha considerado a la República China como la futura máxima potencia del mundo, ya sea por su ilimitado poder de producción o por su gran capacidad y fuerza militar; por lo cual es loable analizar la agenda de sus medios, donde la comercialización de los mismos, ha sustentado un nuevo patrón dentro del mundo de los negocios periodísticos de ese país.

En los últimos años, China se ha caracterizado a nivel internacional por los escándalos políticos y públicos, el creciente sensacionalismo en la información emitida por los medios, la exageración en la emisión de noticias, la superficialidad de los contenidos, la posición partidista de los medios de comunicación, la información parcializada y la divulgación de falsos testimonios y rencores; escenarios que han hecho un gran daño a la actualidad pública de ésta nación asiática.

Hoy en día es común observar que los medios y los comunicadores de esta nación asiática están más preocupados en la manipulación de las emociones de sus audiencias, que de su verdadero papel como emisores de información objetivos y veraces. Si nos situamos en el entorno mediático presentado al momento de surgir una noticia, y más aún en los tiempos de crisis; observamos que no es el gobierno chino quien se impone con sus medidas a los medios de comunicación social de esos países; sino más bien, son los mismos medios quienes intimidan al Gobierno, hundiéndolo en el sigilo.

La prensa China se ha vuelto tan atrevida y maliciosa, que ha logrado generar una desconfianza creciente en la sociedad hacia las autoridades gubernamentales. El gobierno chino es totalmente vulnerable a esta manipulación e incapaz de fiscalizar con eficacia a los medios de comunicación de su nación; llegando a perder su potestad para establecer la agenda pública y así conformar la opinión pública en la próxima potencia militar y económica más grande del mundo; situación que preocupa a la comunidad internacional.

d. La Agenda Setting en América Latina

América Latina está viviendo una crisis dentro de su sistema político, lo cual involucra, no solamente a los partidos; sino también a los actores y a las diversas instancias que intervienen en éste rol. Esta situación se evidencia en un distanciamiento de los ciudadanos ante los asuntos orden público; así mismo, existe una indiferencia generalizada de la sociedad civil con la sociedad política, y se observa una pérdida relativa de la credibilidad que tienen las instituciones y poderes del Estado.

En los países latinoamericanos los medios de comunicación están impulsando los nuevos roles que deben practicar los actores sociales; quienes ingresan al campo político contemporáneo y cuya propuesta a la ciudadanía depende de la afinidad que exista con los medios. En nuestra región, hemos ingresado a un régimen de democracia de opinión, donde los medios y los grupos o los líderes populistas poseen más influencia que los propios partidos políticos con historia.

Si analizamos nuestra realidad en particular, vemos que los ecuatorianos desde el año 1979 en el cual retornamos a la democracia, hemos sido testigos del debilitamiento y decadencia de nuestro sistema político; por lo cual, los medios de comunicación han aprovechado de manera muy perspicaz ese espacio y han sustituido a las agrupaciones políticas de trascendencia; por lo cual eran comúnmente conocidos como “el cuarto poder”.

Los medios de comunicación latinoamericanos han ido ganando campo cada vez más y más en el andamio del poder político, hasta constituirse en actores centrales; llegando a transformar los nexos tradicionales que existían entre el poder político, la prensa y los actores socio-políticos. La hegemonía y predominio de los medios en nuestra región, va más allá de lo mediático; proyectándose a la economía, la política y la educación; originando que la democracia en la actualidad se convierta en “mediática”, donde los ciudadanos se transforman en prisioneros de una información manipulada; la cual es comprendida como una mercancía que depende del consumismo.

Nuestros medios tienen un impacto directo en el desarrollo democrático de la región, llegando a tener la capacidad de fortalecer o debilitar la calidad y permanencia de la democracia; situación que depende de la valoración que hagan éstos sobre el sistema político de cada país, y la que se dé a las instituciones del Estado. Los valores están asociados a la libertad, la justicia, la igualdad, la educación y a la seguridad que se brinda a la ciudadanía.

Es indiscutible que los medios de comunicación latinoamericanos están viviendo una crisis, la cual es manifestada por el distanciamiento que existe entre la información difundida y la expectativa de la colectividad; ante esta situación, las demandas de la audiencia sobre información veraz se acentúan y surgen instancias sociales que participan con una mirada crítica y exigen una rendición de cuentas. Ejemplo de esto son los movimientos de democratización social que establecen espacios de expresión ciudadana.

“La comunicación para el desarrollo vendría siendo un aporte al ejercicio de fortalecimiento de la ciudadanía de los sujetos y grupos y una educación para la democracia, esa asignatura tan pendiente en la mayoría de los países de América Latina. Saber escuchar para poder hablar a otros; la tolerancia en la pluralidad; agudizar la capacidad de comprender a quienes son diferentes escuchando sus mensajes porque nos competen y pueden aportarnos a la vida y al desarrollo; expresar opinión desde los problemas vividos, testimonios de los actores de los procesos sociales. Son los aprendizajes que podemos realizar en la relación entre medios, mensajes y públicos [...]” (Wacc, Comunicación para el Desarrollo en América Latina, 2012)

En definitiva, necesitamos que los medios de comunicación latinoamericanos brinden espacios de expresión a todos los ciudadanos; más no que sean considerados como mediadores entre las audiencias y las autoridades, cumpliendo el papel de centinelas ante la sociedad y la clase política. El nuevo modelo de prensa requiere de un público activo que pueda expresarse a través de los medios y sus weblogs, donde las audiencias tengan un papel activo en la elección y publicación de informaciones y opiniones de su autoría.

2.3 LA AGENDA SETTING EN EL ECUADOR

La agenda informativa de los principales medios de comunicación ecuatorianos exhibe un claro predominio de los “temas institucionales”, pero más allá del plan político del presente gobierno denominado como el de “La Revolución Ciudadana”; nuestros habitantes, como los de otros países de la región que han sido afectados por las fuertes crisis económicas y políticas, han contemplado el debilitamiento extremo del sistema institucional. Aún así, existen medios de comunicación ecuatorianos que a través del cuidado de la información y de los testimonios confiables que han podido recoger, exponen una alta valoración al sistema representativo y democrático nacional. Es así que, en estos dos últimos años la agenda pública nacional también ha compartido temas substanciales como son:

- El sicariato
- La lucha contra el narcotráfico
- El crimen organizado
- El rebote de la delincuencia común
- Las catastróficas inundaciones
- El desempleo
- El subempleo
- La migración

Por otra parte, es de conocimiento general que el debate entablado en la Asamblea Nacional sobre la nueva “Ley de Comunicación”, llegó a su fin con la admonición de la misma; por tal razón, es vital que como comunicadores nos involucremos responsablemente en esta problemática; sabemos que no son suficientes las leyes ya establecidas para penalizar la injuria o la calumnia que se presentan en los medios día a día, existiendo casos en los que no se llega a las instancias legales y los sucesos quedan en el plano del escándalo y el agravio. En tales casos; los ciudadanos deshonrados se limitan, casi siempre, a protestar contra los medios o contra los periodistas, sin llegar a un final de trascendencia legal.

“En la actualidad varios medios de comunicación masivos en nuestro país han sido fuertemente criticados por el gobierno, las críticas a estos medios se han basado en el hecho de que, según el Gobierno, han emitido información basada en supuestos, o han tergiversado la información de acuerdo con sus intereses. Ante esto, los medios de comunicación masiva del Ecuador por medio de las asociaciones de canales de televisión, de la asociación ecuatoriana de prensa y de la asociación de radiodifusoras, han emprendido una campaña denominada más respeto por medio de la cual pretenden mostrar como su libertad de expresión es violada por el gobierno, y como esto repercute en la violación de la libertad de expresión y de información de las personas en general que ellos asumen representar [...]” (Sánchez, A., 2012, p.23)

La reinante organización de nuestros medios de comunicación, mantiene en la exclusión a un alto porcentaje de ciudadanos ecuatorianos en los espacios de producción y de difusión de información; transformándonos en audiencias receptoras de mensajes previamente programados, los cuales llegan pensando siempre en la rentabilidad, en el mercado y en el beneficio político. Hoy en día se maneja la ambigua expresión “sociedad de la información”, misma que encubre la falta de acceso a las nuevas tecnologías por parte de un alto número de ecuatorianos, aun cuando el gobierno de turno trata de popularizar la llamada “democratización de la comunicación”.

Dentro de los medios nacionales, el de mayor injerencia en las audiencias es la televisión. Si analizamos la programación televisiva en Ecuador, podríamos decir que es variada; puesto que encontramos programas para todos los gustos, y toda la familia tiene opciones de entretenimiento. Pero aquí está el dilema: ¿Lo que encontramos en las programaciones nacionales, es en su mayoría entretenimiento? Es por eso que nosotros, como comunicadores comprometidos debemos preguntarnos: ¿Al televidente ecuatoriano le interesa su realidad nacional?; ante lo cual debemos aceptar que en su mayoría no es así. Nuestras audiencias se interesan en programaciones que les hagan olvidar los problemas personales y los problemas que vive el país; la televisión es el medio de comunicación masiva que más consume a la sociedad ecuatoriana, sin dejar de lado la internet en menor grado. Lo que nos hace deducir que la televisión es un negocio redondo; dentro del cual, no cualquier persona puede involucrarse; sino solamente los grupos de poder que acaparan el mercado.

Es fácil concluir que la programación televisiva nacional responde a los intereses económicos o políticos de sus propietarios, y que a los empresarios de TV no les

interesa si la audiencia se informa o no del acontecer nacional. Los propósitos reales son la mayor puntuación en rating y mayores ingresos financieros en publicidad, pero no debemos dejar de lado los intereses políticos. En definitiva, los únicos perjudicados con la manipulación de los contenidos informativos son los usuarios de los medios; puesto que las realidades a ellos proporcionadas no son completas, ya que se logra distraer su atención y ocultar la información considerada como oficial. Muchos no lo quieren admitir, pero aquí está una de las causas del caos político, moral y cultural en que vivimos.

Los comunicadores debemos estar conscientes que el papel de los medios debe enfocarse en temas trascendentes y acordes con la realidad que vivimos, específicamente en la forma como se efectúa la cobertura de estos hechos. Existe una necesidad imperiosa de establecer políticas claras que amplíen los puntos de vista y acciones a tomarse por los distintos actores involucrados en el tema, para finalmente incentivar a una responsabilidad social plena por parte de los medios, encaminada a orientar a la ciudadanía sobre como sostener los distintos acontecimientos nacionales.

Franklin Falconí, comunicador social titulado en la Universidad Central del Ecuador y catedrático de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en su artículo para voltage.net.org “Los medios son el último recurso que tiene el poder para sostener al sistema”, entrevista a Guillermo Navarro II PARTE, dice que:

“Las acciones de los medios como las de los individuos no se producen en el vacío, hay determinadas circunstancias que les conducen a adoptar determinada conducta. Creo que en el país hay que recordar lo que han sido estos últimos años: las contradicciones de grupos económicos son cada vez mayores, y al ser esto así, los medios tienen que alinearse en el marco de esas contradicciones. Pero no solo las contradicciones entre las clases dominantes, sino también entre éstas y las clases dominadas. En mi criterio, el sistema cada vez se agota más a escala mundial, se agota en términos de permitir una solución de vida para la totalidad de la población, porque hay un empobrecimiento cada vez mayor. Todo esto lleva a contradicciones cada vez más fuertes y, en esa perspectiva, las clases dominantes tienen que tratar de usar el último recurso que les va quedando, es decir, si en términos estructurales ya no tienen solución, porque es imposible resolver sus problemas, tienen que recurrir a tratar de controlar con fuerza el campo de lo ideológico, de la superestructura. Si eso es así, quienes juegan uno de los papeles más importantes en este propósito son los medios de comunicación. Esto explica el porqué los medios tienen que asumir una posición más alineada [...]” (Falconí, F., 2007)

Actualmente observamos el apogeo de los medios públicos o medios estatales; ya sean estos, producto de inversiones gubernamentales o fruto de los medios privados que fueron incautados por el actual régimen debido a los problemas legales que han tenido los grandes empresarios ecuatorianos. Pero el fondo de este análisis no es la procedencia de los mismos, sino su quehacer profesional; por lo cual, en lo referente a enfoques, un medio público debe informar y entretener a la sociedad con contenidos educativos que requieren una participación sistemática de las audiencias, pero que no conlleven al adoctrinamiento.

Los medios públicos dentro de su función esencial, deben optar por una educación que tenga características de inclusión, cuyo objetivo principal sea que nuestra sociedad cambie su manera de consumir la información mediática a través de la participación ciudadana. Es incuestionable que los medios públicos se deben convertir en una promesa diferente de propuestas orientadas al servicio de la ciudadanía, cuyo reto es la ausencia de publicidad, ya que la “publicidad comercial” limita los contenidos; ante lo cual podemos contar con la “publicidad social”, orientada a la promoción de acciones sociales y a la venta de servicios cuyo beneficio sea para la ciudadanía.

También es substancial comentar, que los medios estatales deben estar a la vanguardia de los medios privados en lo referente a tecnología, tratamiento de la información y programación en general, si su objetivo es ganar audiencias. El medio gubernamental debe forjar la participación de la ciudadanía y la pluralidad, también debe crear los elementos necesarios para convertirse en la voz del pueblo y generar una identidad colectiva. Según el máster en marketing Guillermo Navarro Jiménez, en su obra “Ecuador: ¿Medios públicos o empresas públicas?”, argumenta:

“En forma general si el objetivo que propone el proyecto de Ley de Comunicación es el aportar mejoramiento de la calidad de los productos comunicacionales, conscientes de ello permitirá mejorar la sociedad que construimos, como lo presupone el axioma de Pasquali, todos los tipos de medios de comunicación social: públicos , privados y comunitarios, pueden y deben ser calificados como entidades sin fines de lucro, tanto por así posibilitarlo las normas legales vigentes, como por la necesidad imperiosa de mejorar la calidad del servicio público de comunicación, de acabar con las relaciones que han afectado a la calidad de los productos comunicacionales, realidad inocultable en la comunicación que impera en el Ecuador de nuestros días”. (ARGENPRESS, 2012)

Debemos estar conscientes que el derecho a la comunicación está relacionado con la facultad que tienen los ciudadanos a informar y ser informados, y a la práctica de la libre expresión del pensamiento; lo que constituye uno de los más fundamentales derechos del ser humano, exigido en todos los tratados que al respecto han suscrito las naciones a nivel mundial. No obstante, la democratización de la comunicación debe también asegurar el acceso de todas las personas y grupos sociales a los medios de comunicación en las mismas circunstancias, algo que todavía es irresuelto en los países de América latina.

La democratización de los medios es un proceso que se desarrolla en diferentes niveles, donde entran en juego las distintas realidades de los países; hablamos de sus legislaciones, de la organización de los medios de comunicación y de los recursos económicos que estos poseen; por lo cual creo que en nuestro país los medios atraviesan por una crisis de legitimidad, la cual está relacionada con la política a nivel comunicativo que no está muy bien definida por el gobierno de turno; situación que limita nuestro futuro profesional.

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS DE CONTENIDOS SEMANA COMPUESTA

3.1 METODOLOGÍA:

3.1.1 Técnica empleada: La técnica empleada en el presente trabajo investigativo fue una ficha de pregunta-respuestas trabajada en un repositorio de datos web.

a. Universo: Principales medios de comunicación de todo el país, que fueron analizados a través de un programa de investigación masivo, ejecutado por los egresados de la Escuela de Comunicación Social de la UTPL, previo a la obtención de su título de licenciatura.

b. Sectores investigados: Prensa, Televisión, Medios digitales.

c. Tipo: Cuantitativa y cualitativa.

d. Procedimiento:

Al autor de la presente tesis se le asignó investigar metodológicamente la Agenda-Setting de cinco publicaciones hechas por diario “El Comercio” de la ciudad de Quito entre los meses de abril y mayo del presente año; para lo cual se empleó la técnica de la ficha pregunta-respuestas, trabajada en un repositorio de datos web; la misma que sirvió para reunir la información de forma cualitativa en tablas Excel perfectamente diseñadas para el caso y que posteriormente sería tabulada de manera cuantitativa. Este procedimiento se llevó a cabo dentro de la semana compuesta; donde en cinco días laborables, de cinco semanas consecutivas, comprendidas desde el 16 de abril hasta el 18 de mayo de 2012, se recabaron los datos que fueron ingresados a la plataforma virtual creada por la UTPL, para posterior a la tabulación de sus resultados, proyectar éstos en cuadros estadísticos.

La semana compuesta es un instrumento de investigación para la recolección de datos, es vital aclarar que el análisis de contenidos en la semana compuesta pretendió alcanzar una muestra representativa de la información publicada por el medio investigado; mismo que fue asignado imparcialmente por la UTPL al autor de este proyecto, y que se llevó a cabo en las siguientes fechas:

LUNES 16 DE ABRIL DE 2012
MARTES 24 DE ABRIL DE 2012
MIÉRCOLES 02 DE MAYO DE 2012
JUEVES 10 MAYO DE 2012
VIERNES 18 DE MAYO DE 2012

De igual manera, la plataforma virtual fue una herramienta de uso dinámico y sencillo, la cual nos permitió ingresar en la red la información analizada sin mayores contratiempos y en las fechas estipuladas por la universidad. Consiste en ingresar los datos que nos proporciona el medio de prensa analizado, dentro de una opción disponible en la página oficial de la universidad durante las 24 horas del día, pero únicamente dentro del plazo acordado para el desarrollo de este proyecto. Esta iniciativa utilizó tablas Excel para la recolección de datos, donde constan las nueve variables fundamentales para el análisis de la información; las cuales se subdividen en categorías que recopilan los datos en forma cualitativa y cuantitativa. El ingreso de la información contó con las seguridades respectivas, como son un nombre de usuario y una contraseña proporcionada oportunamente por la UTPL a través del EVA; así mismo, los datos ingresados y resultantes de las fichas fueron verificados oportunamente por los directores de tesis.

3.1.2 Descripción de las variables investigadas:

a. IDENTIFICACIÓN

Dentro de éste apartado se escribe el nombre del medio de comunicación asignado; luego se registra la fecha de la publicación, el número de la edición que aparece en la portada del diario; la cobertura del medio, que no es más que la dimensión geográfica hasta donde circula la publicación; el tema de la noticia, el título de la misma; se coloca el número de la página en dónde consta la información. Se analiza si la información consta o no en la página principal del medio; también se determina la sección temática a la que corresponde, sea internacional, actualidad, política, negocios, opinión, judicial, cultura, información de provincias, noticias generales, crónica roja o farándula.

Otro factor a ser estudiado dentro de éste apartado es la procedencia geográfica de la noticia, sea ésta internacional, nacional, provincial o de la ciudad origen del medio. Es preciso aclarar que si la noticia es internacional, se debe especificar el país de origen del hecho noticioso; finalmente, en cada noticia se debe medir con una regla los centímetros que abarcan la misma dentro de la página impresa y multiplicar su lado horizontal por el lado vertical, para obtener así los centímetros cuadrados de esa información.

b. ORIGEN DE LA INFORMACIÓN

Aquí se diferencia la naturaleza de la fuente, ya que puede venir de organismos o entidades públicas, organismos o entidades privadas, ONGs, corporaciones sociales, partidos políticos, sindicatos o cualquiera que no corresponda a los mencionados anteriormente; también es importante especificar el nombre de la fuente.

En éste apartado es clave especificar el resultado de la noticia; ya que ésta puede provenir de periodismo investigativo, lo que significa que hay un trabajo periodístico de profundidad y de mayor extensión, con relevancia en ciertos

temas a veces delicados de la información; y ha sido planificado de manera exclusiva por el medio de comunicación. También puede provenir de rutinas productivas, que son prácticas adquiridas consciente e inconscientemente en el contexto productivo de los medios y que posibilitan la selección e incorporación de las informaciones al flujo productivo, a partir de los criterios de noticiabilidad y valores.

Igualmente puede provenir de rutinas productivas con una parte de periodismo de investigación, que es la combinación de las dos anteriores con una parte sobresaliente de rutinas productivas. De la misma manera puede provenir de agencias noticiosas, de otro medio de comunicación, o pueden ser de origen desconocido.

c. NATURALEZA DE LAS FUENTES Y DE LOS PROTAGONISTAS

Aquí se analiza el empleo de fuentes, lo cual significa que si la noticia incluye o no a la persona, grupo de personas o comunicados de instituciones que proporcionaron la información para el desarrollo de la nota informativa. También se debe anotar el número de fuentes que intervienen en cada noticia, el número de fuentes que no se evidencian, si la fuente o las fuentes se incluyen o no en el título de la noticia.

Del mismo modo se especifica el tipo de fuente; sean éstas fuentes directas, que son las personas o grupos que proporcionan la información sustancial para el desarrollo de la información; fuentes indirectas, que son las que no provienen de la intención de proporcionar información, producto de la actividad humana que nos dice algo acerca de la existencia y de las particularidades de ésta y sus autores de manera indirecta.

Otro tipo de fuente a ser analizado son las fuentes profesionales, que se refiere a personas que desempeñan una labor con conocimiento de causa; fuentes subjetivas, cuando la información proporcionada viene con una carga muy dependiente de quien la proporciona; fuentes objetivas, cuando la información

parte de un conocimiento exacto y cierto, de una reflexión consciente o de una rectitud intachable de intenciones; fuentes gubernamentales, si es que ocupan un lugar de privilegio en la estructura del poder ya sea ejecutivo o legislativo; fuentes institucionales, las que facilitan la información a todos los medios por igual, voceras de la entidad en la cual se desenvuelven; fuentes públicas, las que ocupan cargos públicos, donde la información es abierta, difundida de manera pública y voluntaria para ser utilizada de manera general y conocida por la ciudadanía.

Es importante definir si las fuentes son privadas, que son aquellas que informan en nombre propio, donde la información se limita a reducidos grupos de la población; fuentes legítimas, que son las personas cuya existencia es fácilmente comprobada ya que gozan de un reconocimiento público; fuentes ilegítimas, las no tienen representación legal dentro del colectivo, sin embargo proporcionan una información u opinión acerca de algo; fuentes actuales, que son referentes actuales de la información del momento; fuentes de archivo, que son fuentes que almacenan y custodian documentos importantes; fuentes de partidos políticos, que son los integrantes de partidos que gozan de ideales y que persiguen como meta alcanzar el control del gobierno; fuentes de sindicatos, que son organizaciones integradas por trabajadores en defensa y promoción de sus intereses sociales, económicos y profesionales relacionados con su actividad laboral.

También se establece si la información proviene de agencias, consideradas como empresas que se dedican al trabajo de elaboración de noticias con el fin de ofrecerlas a los diferentes medios de comunicación para su difusión; o de otros medios de comunicación, que es cuando se toma información textual de otros medios nacionales o extranjeros. Así también, es preciso definir el medio donde las fuentes actuaron, o sea el canal por donde se entregó la información; también hay que determinar si las fuentes están contrastadas, igualmente se debe enumerar el número de fuentes, tanto a favor como en contra del hecho noticioso. Finalmente se debe especificar el espacio en cm² de cada punto de vista.

d. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROTAGONISTAS DE LA INFORMACIÓN

En lo referente a los protagonistas, se describe cómo identifica el medio a la información; sea ésta objetiva o atribuible, cuando consta el nombre y apellidos del o los protagonistas de la información; impersonal o no atribuible, cuando no hace alusión a ninguna persona en concreto; genérica, que es común o se refiere a un conjunto de elementos del mismo género; off the record absoluto, cuando se obtiene la información en algún conversatorio o reunión que no fue pública; off the record parcial, cuando se obtiene la información en algún conversatorio o reunión que no fue pública del todo.

En lo concerniente al estilo; se define si este es directo, cuando hay la declaración textual del o los protagonistas; o a su vez si es de estilo indirecto, cuando el contenido de la cita se canaliza a través de otro.

En lo relativo al orden de intervención; se detalla el nombre del protagonista de la información, el cargo de dicha persona; el modo de intervención, que es la manera en cómo se presenta el protagonista.

Como en los apartados anteriores, también se especifican el espacio de intervención en cm² que tiene el protagonista del hecho noticioso, y el número de veces que interviene.

e. ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN Y FORMATO DE LAS NOTICIAS

Dentro del formato de nota; se determina si la noticia es clásica o estándar, si es que el hecho noticioso posee presentación, cuerpo y cierre; noticia exclusiva, cuando un medio de comunicación se adelanta a la publicación de una noticia con anterioridad a los demás medios de comunicación; noticia especial, cuando no parte de un hecho cien por ciento noticiable y obedece a ciertas circunstancias del momento; noticia con entrevista, donde se incluyen la pregunta-respuesta a una personalidad reconocida o que por su labor puede aportar en el sustento de la información.; noticia de foco múltiple, cuando un

acontecimiento tiene varios focos informativos, porque los hechos surgen y se desarrollan en distintos lugares pero con un mismo tema; noticia breve, cuyo formato tiene características especiales, tanto en sus dimensiones como el tratamiento; noticia tema del día, que es la información con tratamiento diferente porque se considera el acontecimiento más importante de la jornada; noticia cronológica, cuando los hechos se cuentan en un orden cronológico; noticia en cifras, cuyo modelo es habitual en las informaciones de carácter económico y en aquellas en las que intervienen elementos numéricos.

Igualmente se debe definir si la noticia es natural, consecuencia de aquellos acontecimientos que se producen de manera natural; noticia artificial, que conlleva una intervención previa para diseñar o modificar parcialmente el acontecimiento, para conseguir que los sucesos o hechos se desarrollen de manera determinada; noticia falsa, basada en hechos no reales, que por algunas razones entran en circuitos informativos y logran instalarse en la agenda del día como noticia verdadera; sondeo, cuando involucra la participación de personas opinando con respecto a un hecho; noticia de caducidad puntual, que es la información con validez periodística muy puntual, donde los acontecimientos tienen una duración corta; noticia con duración prolongada, la cual conserva la vigencia informativa durante largo tiempo; noticia con intervalos temporales, donde los hechos mantienen la vigencia durante un periodo de tiempo extenso, aunque varíe el interés durante los momentos de su evolución; noticia eclipse, cuando surge un acontecimiento extraordinario en lo cotidiano que causa un gran impacto y tiene una gran repercusión.

f. TRATAMIENTO DE LOS CONTENIDOS

Analizamos si existe: Una narración clara, donde se entiende claramente la manera como es detallada la información; si hay una narración de los hechos, que es cómo se cuenta el hecho noticioso; si hay una narración tendenciosa, que amplía aspectos concretos de forma innecesaria; si hay una narración tendenciosa que omite datos o versiones de forma evidente; así mismo hay que determinar si se destacan los aspectos positivos o negativos del hecho.

Por otra parte; también se especifica la declaración, que es la interpretación del periodista con respecto al hecho noticioso sobre un comunicado oficial o presentación pública; también si se destacan los fragmentos positivos, que es como interpreta el periodista el hecho, comunicado oficial o publicación pública de la fuente; si se seleccionan los elementos con criterios informativos objetivos, o sea si se selecciona lo publicado con criterios objetivos de imparcialidad.

Igualmente se precisa si el espacio asignado para la comprensión tiene que ver con la justa comprensión del mensaje; si hay diferencia de tratamiento con respecto a otros personajes o temas; si se habla de esta diferencia dentro de la misma noticia; y si la información está firmada, donde se identifica de manera clara el nombre del autor o autores de la noticia.

g. ENFOQUE

El enfoque es la manera de considerar un asunto o problema; en éste apartado se define si el enfoque es positivo, o sea que es útil, práctico y favorable; negativo, que produce algún daño o perjuicio o no está a favor de una cosa; expositivo-neutro-descriptivo, donde se presenta el hecho desde todos los puntos de vista; crítico, que se presenta el criterio de quien escribe; tremendista, forma particular de describir la realidad bajo la óptica de la exageración; humanizante, que toma en cuenta ciertos valores; redacción metafórica, utilizada con fines didácticos para facilitar a los espectadores la asimilación de conceptos difíciles o de informaciones con contenidos extraños; enfoque narrativo adecuado, cuando el enfoque es acertado; enfoque narrativo tendencioso, cuando la intención es manipular el texto o la imagen.

Del mismo modo se comprueba si existe vinculación con elementos, circunstancias o situaciones, cuando se relaciona el hecho noticioso con aspectos favorables o negativos. Finalmente determinamos si hay diferencia de enfoque con respecto a otros personajes o temas, cuando establece diferencias de enfoque con otras informaciones dentro de la misma noticia.

h. DESEQUILIBRIOS INFORMATIVOS

Aquí se establece si existe separación entre información y opinión; si existe o no publicidad en la noticia; si existe publicidad subliminal, que se refiere a todo tipo de publicidad que no entra por el umbral consciente y que por lo general tiene fines persuasivos en el consumo de algún producto; si existen mensajes subliminales, lo cual no persigue la compra de un producto sino el convencer sobre alguna teoría; si existe carencia de alguna versión, cuando el hecho noticioso no presenta a todas las partes involucradas en el hecho; si existe manipulación, cuando el periodista pretende con su redacción tergiversar la información; si existe morbo, lo cual se refiere a si la noticia presenta aspectos malsanos, enfermizos o malvados.

i. VALORES

Aquí se define si en cada noticia encontramos la transmisión de valores; como la libertad, que es la acción de actuar según el criterio de la persona, bajo los derechos y obligaciones determinados por la sociedad; justicia, que es otorgar a cada uno aquello que le pertenece; respeto, que es la atención y consideración hacia la otra persona.; tolerancia, que es el respeto a las opiniones, ideas o actitudes de los demás; responsabilidad, que es aceptar las acciones cometidas; amor, que es la afinidad entre seres; bondad, que es la acción de hacer el bien; honradez, cualidad de la persona que actúa conforme a las normas morales.

Otros valores a ser considerados son la confianza, que es la esperanza firme en una persona o cosa; solidaridad, que significa dar acciones o materiales de manera sincera y oportuna hacia quien lo necesite; verdad, considerada como la afirmación que se hace de forma clara y directa; valentía, que es la energía y voluntad para afrontar situaciones difíciles o adversas; paz, concerniente a la tranquilidad y el silencio; amistad, que es la relación de confianza y afecto desinteresado entre personas; fraternidad, que es la unión y buena correspondencia entre las personas; honor, referente a la buena reputación.

3.1.3 Descripción del medio asignado:

Diario “El Comercio” es un medio ecuatoriano perteneciente al sector de la prensa escrita, fue fundado el 01 de enero de 1906 en la ciudad de Quito; su alcance es nacional y es actualmente el medio más grande de la ciudad capital y uno de los más grandes del país.

Este medio es propiedad de la Compañía Anónima “El Comercio”, y a su vez es editado por Grupo “El Comercio”; ha mantenido una organización de carácter familiar desde sus inicios, siendo sus principales funcionarios en la actualidad los siguientes: Presidente del directorio, Fabrizio Acquaviva Mantilla; Presidente ejecutivo, Andrés Hidalgo; Directora general de contenidos, Guadalupe Mantilla de Acquaviva; Subdirector de opinión, Alfredo Negrete; Subdirector de contenidos, Marco Arauz; y su Editor general es Fernando Larenas.

En la actualidad es miembro de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP) y de la Sociedad Interamericana de Prensa, WAN. Forma parte del GDA (Grupo de Diarios de América) junto con otros periódicos importantes en Latinoamérica como La Nación (Argentina), El Mercurio (Chile), O Globo (Brasil), El Tiempo (Colombia), El Universal (México), El Comercio (Perú), El País (Uruguay) y El Nacional (Venezuela).

Dentro de su contenido encontramos las secciones de Información General, Política, Economía, Quito, Sucesos, Cultura, Sociedad, Ecuador, Deportes, Construir, Agromar, Mundo, Lunes Deportivo, Ciencia y Tecnología y Entretenimiento.

Su precio varía según el día: \$ 0,35 (lunes a jueves), \$ 0,45 (viernes), \$ 0,60 (sábados), \$ 1,00 (domingos). Tiene una tirada de 100.000 ejemplares entre semana, sábados 120.000 ejemplares y 180.000 ejemplares los domingos. Tiene una difusión de 100.000 ejemplares entre semana, sábados 120.000 ejemplares y 180.000 ejemplares los domingos.

Antecedentes históricos:

En 1906, los hermanos Mantilla Jácome decidieron poner en marcha un propio proyecto editorial, el periódico "El Comercio". Sus primeros ejemplares se imprimieron en un garaje de Quito en el que laboraban además cuatro tipógrafos, un armador de planos y el prensista de una pequeña máquina manual. Así, imprimieron los primeros 500 números, del que hoy en día es el diario de mayor influencia y tradición en Ecuador.

El diario, con sus más de cien años de vida ha sido como tantos otros en el hemisferio incendiado y perseguido. A los fundadores del grupo les sucedieron Carlos y Jorge Mantilla Ortega. Al fallecer éste último, en 1979, tomó el relevo, como representante de la tercera generación familiar en el medio, su actual directora, Guadalupe Mantilla de Acquaviva, tras terminar su carrera de periodismo en París y en la Universidad de Syracuse en Nueva York.

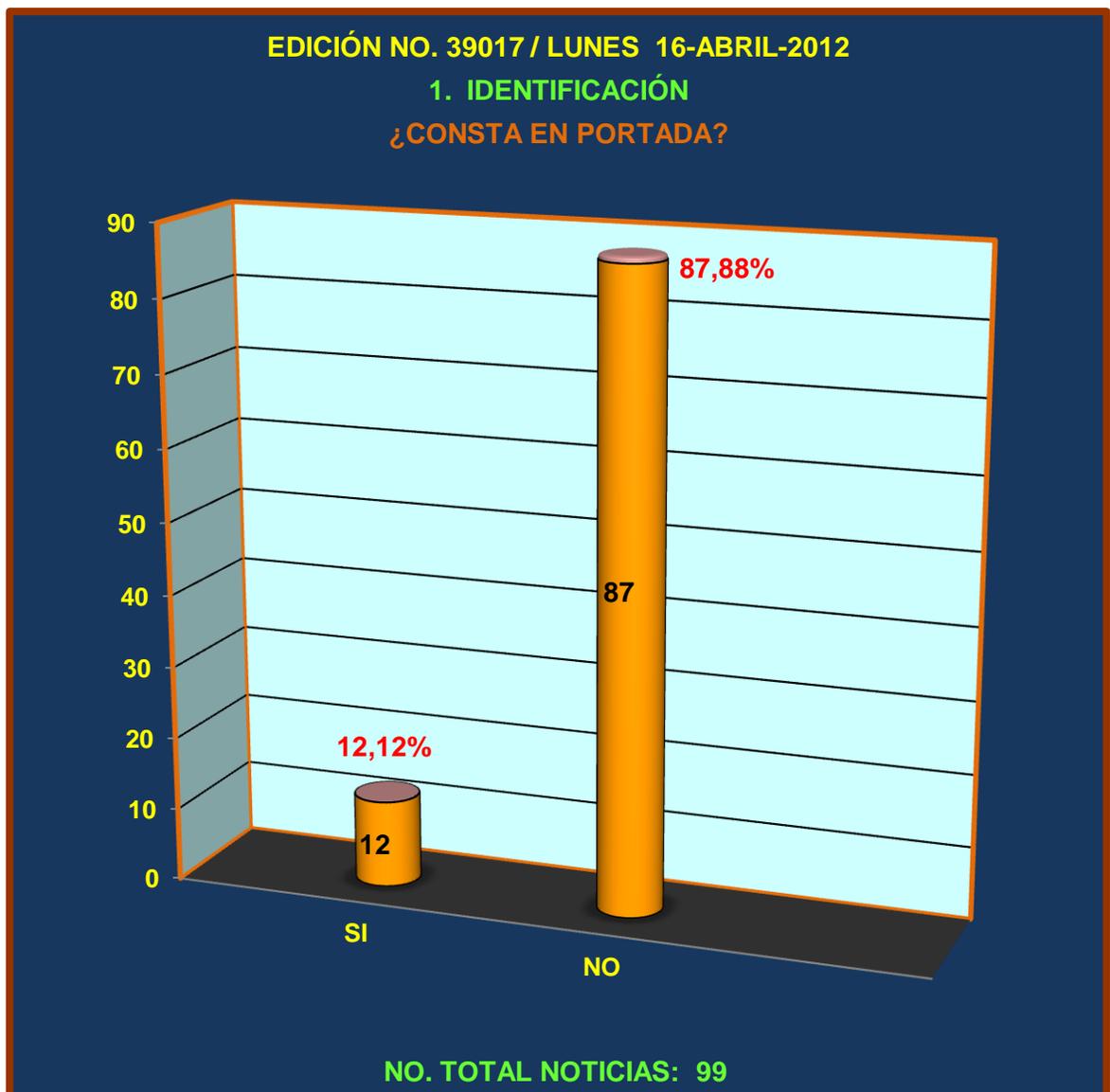
Debido a su calidad de impresión y diseño ha ganado numerosos premios internacionales, y en sus páginas han escrito periodistas e intelectuales ecuatorianos como Jorge Vivanco, Juan Sin Cielo, Humberto Vacas Gómez, Nelson Estupiñán, José María Velasco Ibarra, Carlos Vera, Jorge Ribadeneira, Enrique Ayala Mora, Fabián Corral, Abelardo Pachano, Vicente Albornoz, Grace Jaramillo, entre otros.

Como grupo incursionaron en el mundo de la radio donde cuenta con Radio Quito, Radio Platinum, y la cadena de noticias Ecuadoradio. En 1940 nace Radio Quito que cuenta con programas noticiosos, deportivos, musicales, radiorevistas y radioteatro.

En 1996, el grupo lanzó su diario digital, elcomercio.com, y desde aquella época ha alcanzado la mayor cantidad de suscriptores registrados en comparación con otros medios de información nacionales. A mediados de los años 80, pasó por una crisis económica y de agitación sindical que prácticamente lo lleva a la bancarrota; sin embargo, la intervención de nuevos accionistas pertenecientes al grupo familiar que lo fundó revitalizaron a la empresa. (Fuente: Wikipedia, enciclopedia de contenido libre).

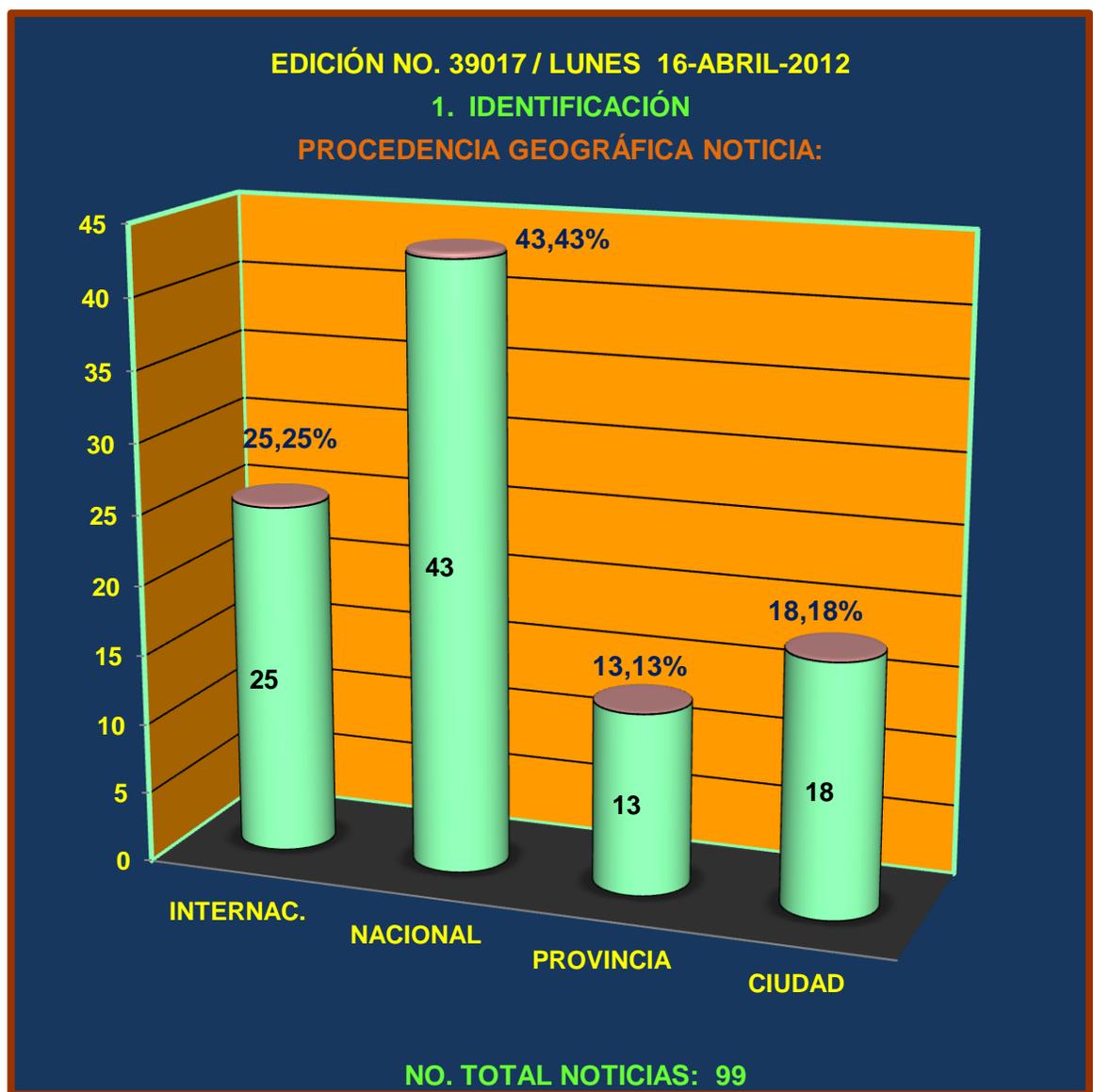
3.2 HALLAZGOS IMPORTANTES DE LA INVESTIGACIÓN:

El siguiente gráfico estadístico representa el apartado No. 1, denominado Identificación, opción: ¿Consta en portada?. Aquí fueron analizadas un total de 99 noticias; del resultado de éste estudio obtenemos que únicamente 12 notas informativas, que corresponden al 12,12% del total analizado constan en portada; por lo tanto son consideradas como las más relevantes de esa edición.



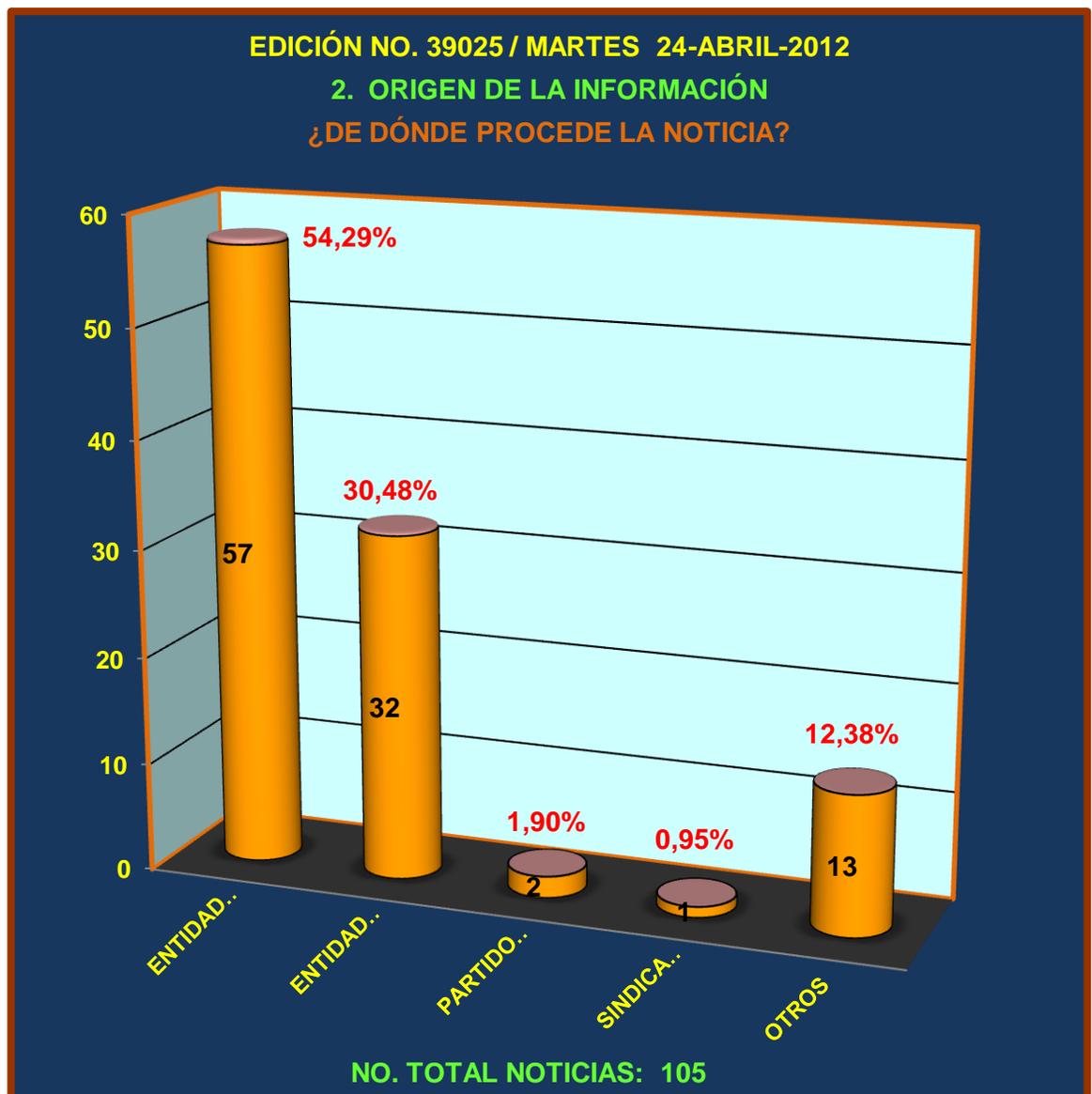
FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

El siguiente gráfico también representa el apartado No. 1, denominado Identificación, opción: Procedencia geográfica de la noticia. Aquí fueron analizadas un total de 99; del resultado de éste estudio obtenemos que 43 notas corresponden al 43,43% del total y pertenecen a noticias nacionales, 25 notas corresponden al 25,25% del total y pertenecen a noticias internacionales, 18 notas corresponden al 18,18% del total analizado y pertenecen a noticias de la ciudad de Quito, 13 notas corresponden al 13,13% del total y pertenecen a noticias de las distintas provincias del Ecuador.



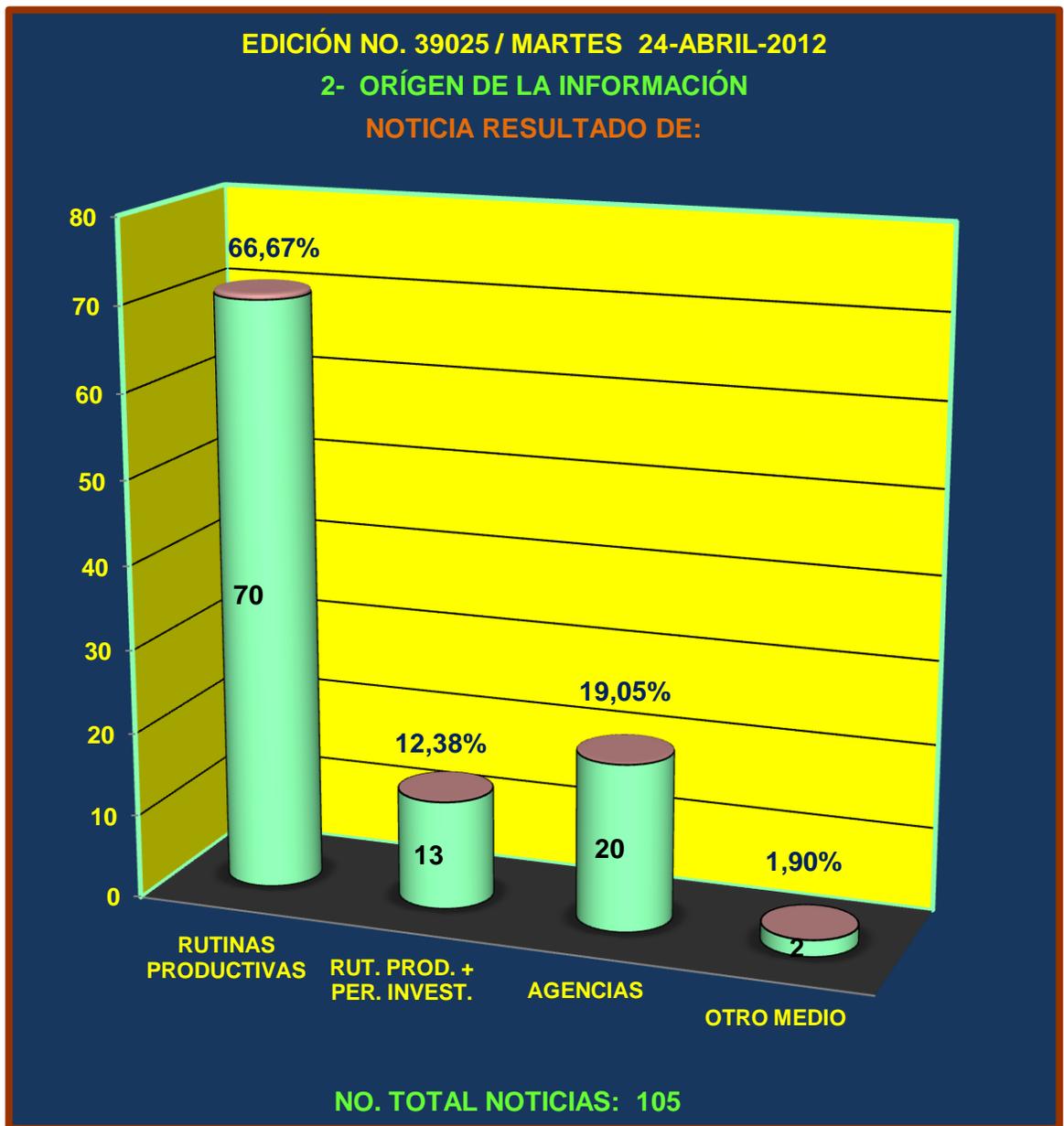
FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

El siguiente gráfico corresponde al apartado No.2, denominado Origen de la información, opción: ¿De dónde procede la noticia? Fueron analizadas un total de 105 noticias, de aquí obtenemos que 57 notas que corresponden al 54% del total pertenecen a organismos o entidades públicas, 32 notas que corresponden al 30% conciernen a organismos o entidades privadas, 13 notas que corresponden al 12% pertenecen a otros, 2 noticias que corresponden al 1,9% conciernen a partidos políticos. Finalmente 1 nota informativa que corresponde a menos del 1% del total incumbe a sindicatos.



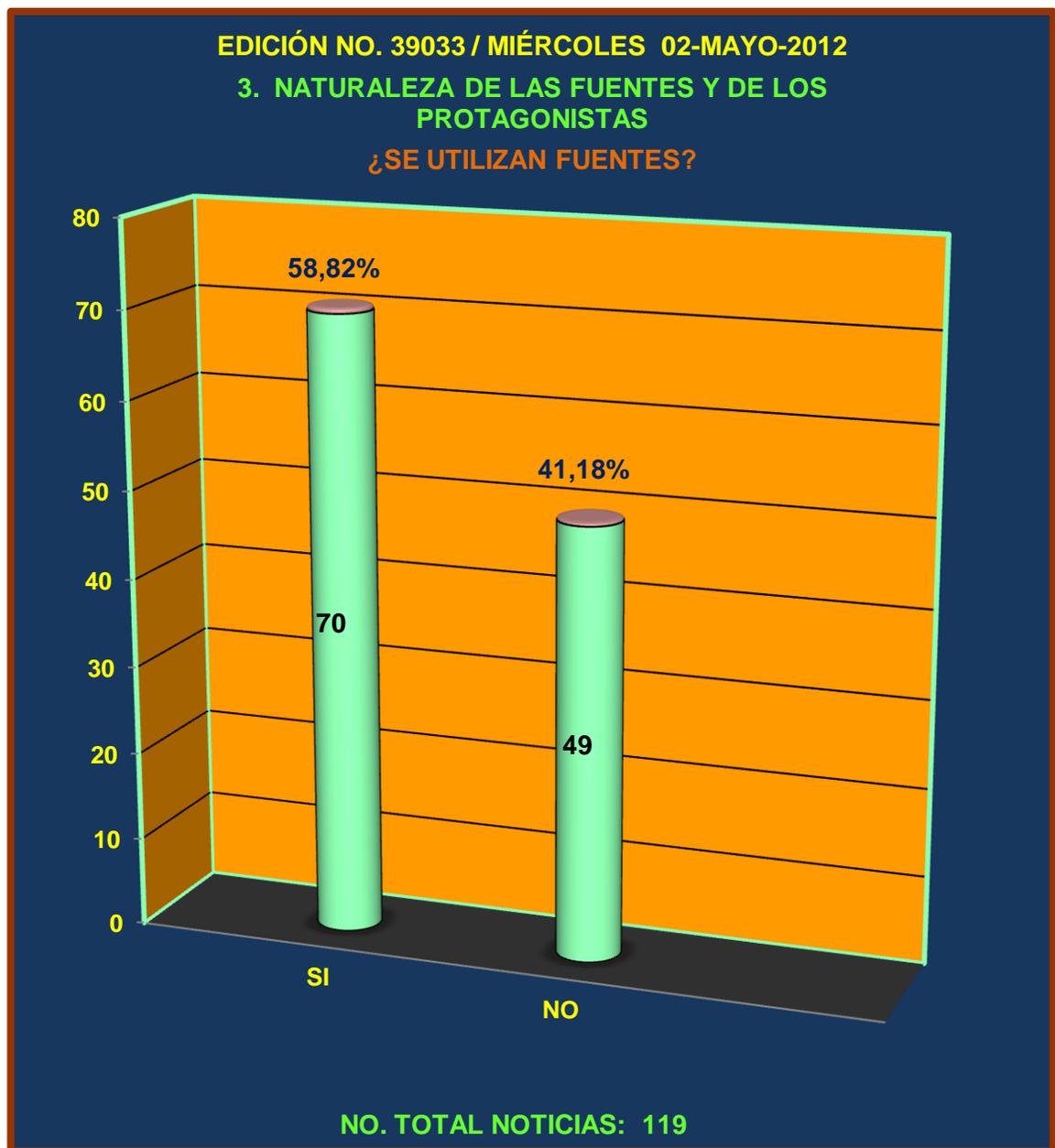
FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
 ELABORACIÓN PROPIA

En el siguiente gráfico pertenece también al apartado No.2, opción: Noticia resultado de: Fueron analizadas un total de 105 notas; del resultado de éste estudio obtenemos que 70 notas que corresponden al 67% del total incumben a Rutinas productivas, 20 notas que corresponden al 19% pertenecen a Agencias, 13 notas que corresponden al 12% conciernen a Rutinas productivas pero con una parte de periodismo de investigación, y 2 notas informativas que corresponden al 2% pertenecen a Otro medio de comunicación.



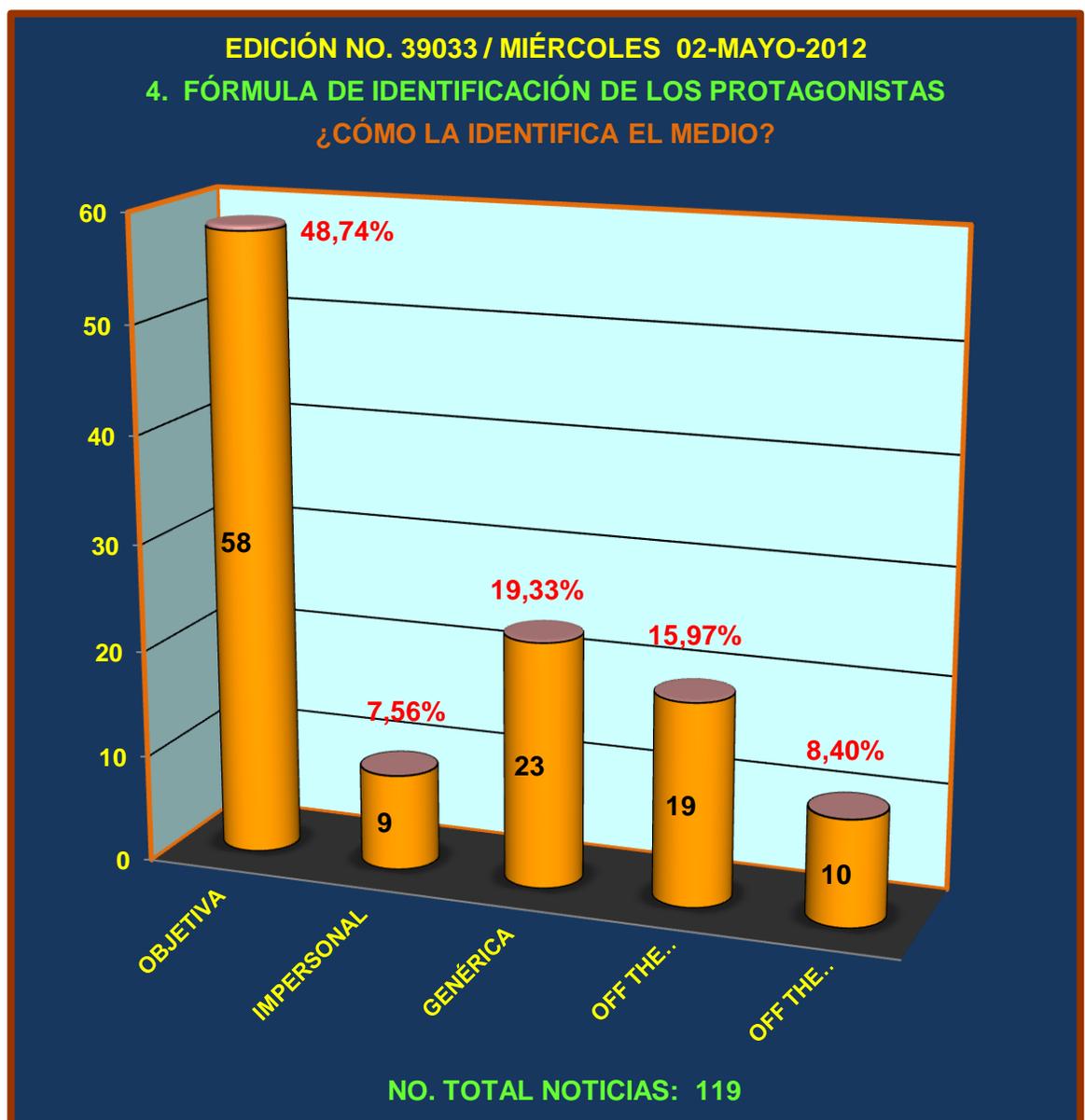
FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
 ELABORACIÓN PROPIA

En el gráfico estadístico que exponemos a continuación se analizó el apartado No. 3, denominado Naturaleza de las fuentes y de los protagonistas, opción: ¿Se utilizan fuentes? Aquí fueron analizadas un total de 119 noticias; del resultado de éste estudio obtenemos que 70 notas informativas que corresponden al 59% del total analizado utilizan fuentes.



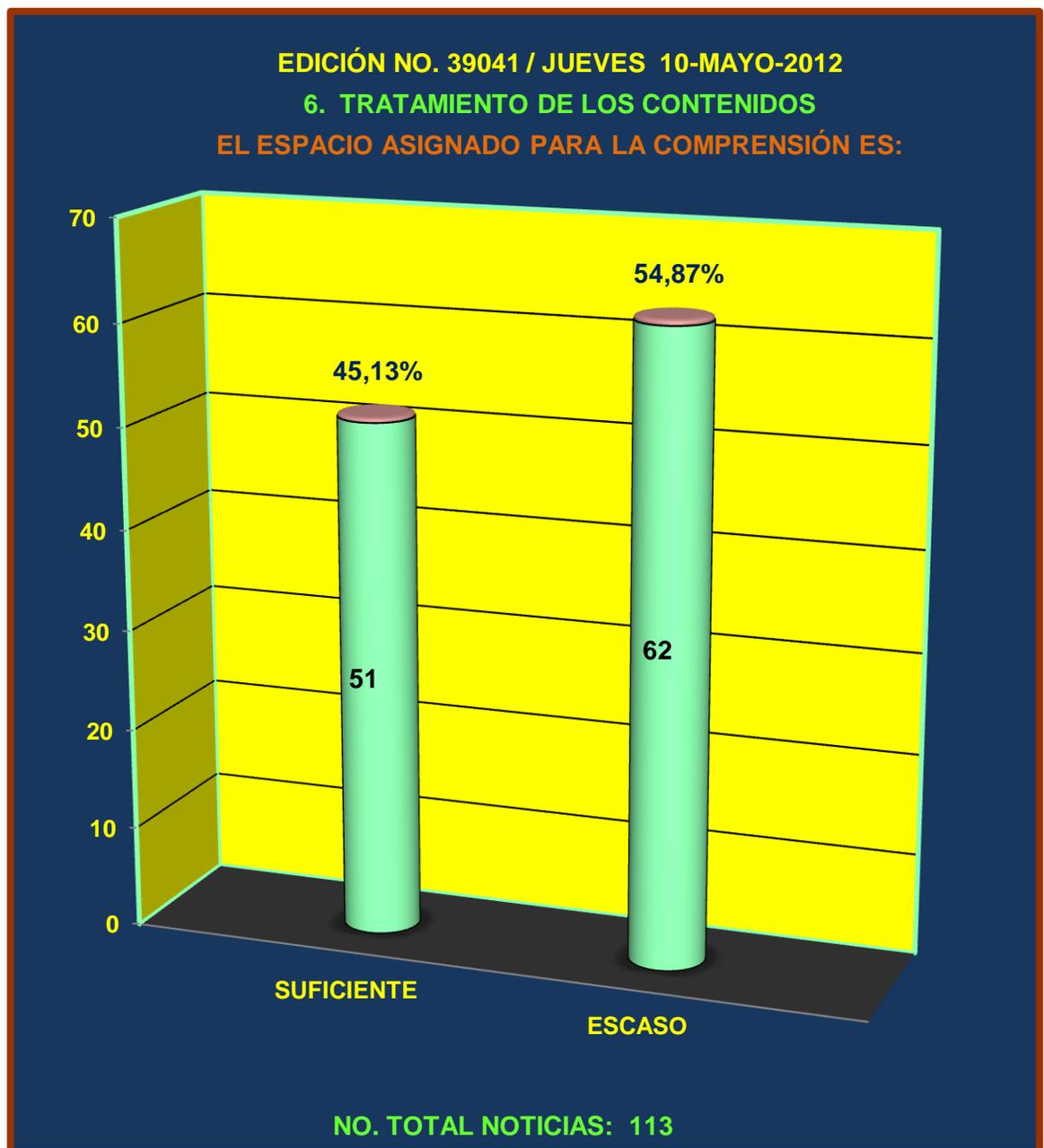
FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

Aquí se analizó el apartado No.4, denominado Fórmula de identificación de los protagonistas, opción: ¿Cómo la identifica el medio? Fueron analizadas un total de 119 noticias; de este resultado obtenemos que 58 notas que corresponden al 49% del total son objetivas, 23 noticias que corresponden al 19% son genéricas, 19 noticias que corresponden al 16% son Off the record absoluto, 10 noticias que corresponden al 8% son Off the record parcial, y 9 noticias que corresponden al 8% son impersonales.



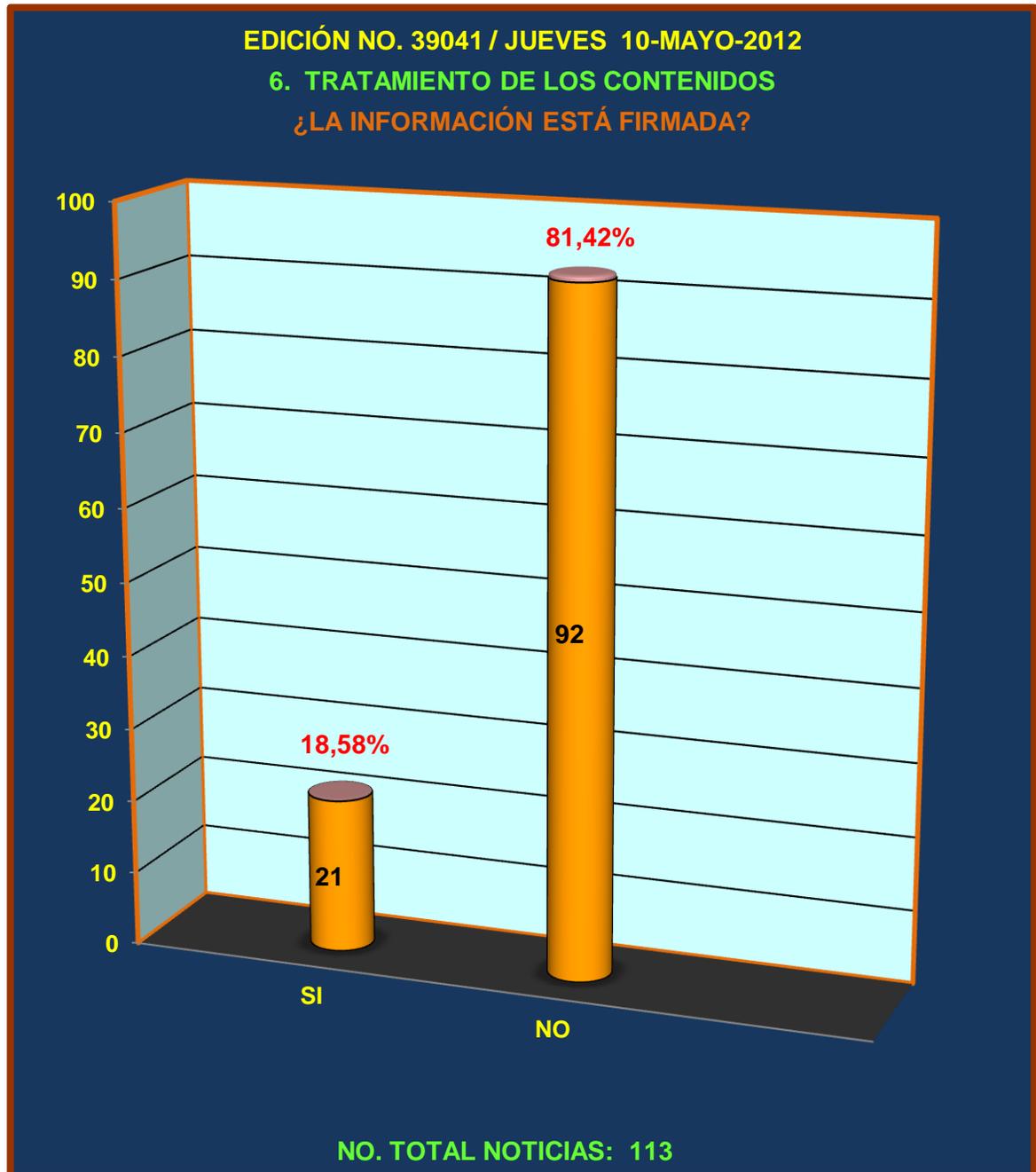
FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

En el siguiente gráfico analizamos el apartado No. 6, denominado Tratamiento de los contenidos, opción: El espacio asignado para la comprensión es: Fueron examinadas un total de 113 noticias; del resultado de éste análisis obtenemos que 62 notas que corresponden al 55% del total, tienen poco espacio asignado para la comprensión, y 51 notas que corresponden al 45% tienen suficiente espacio.



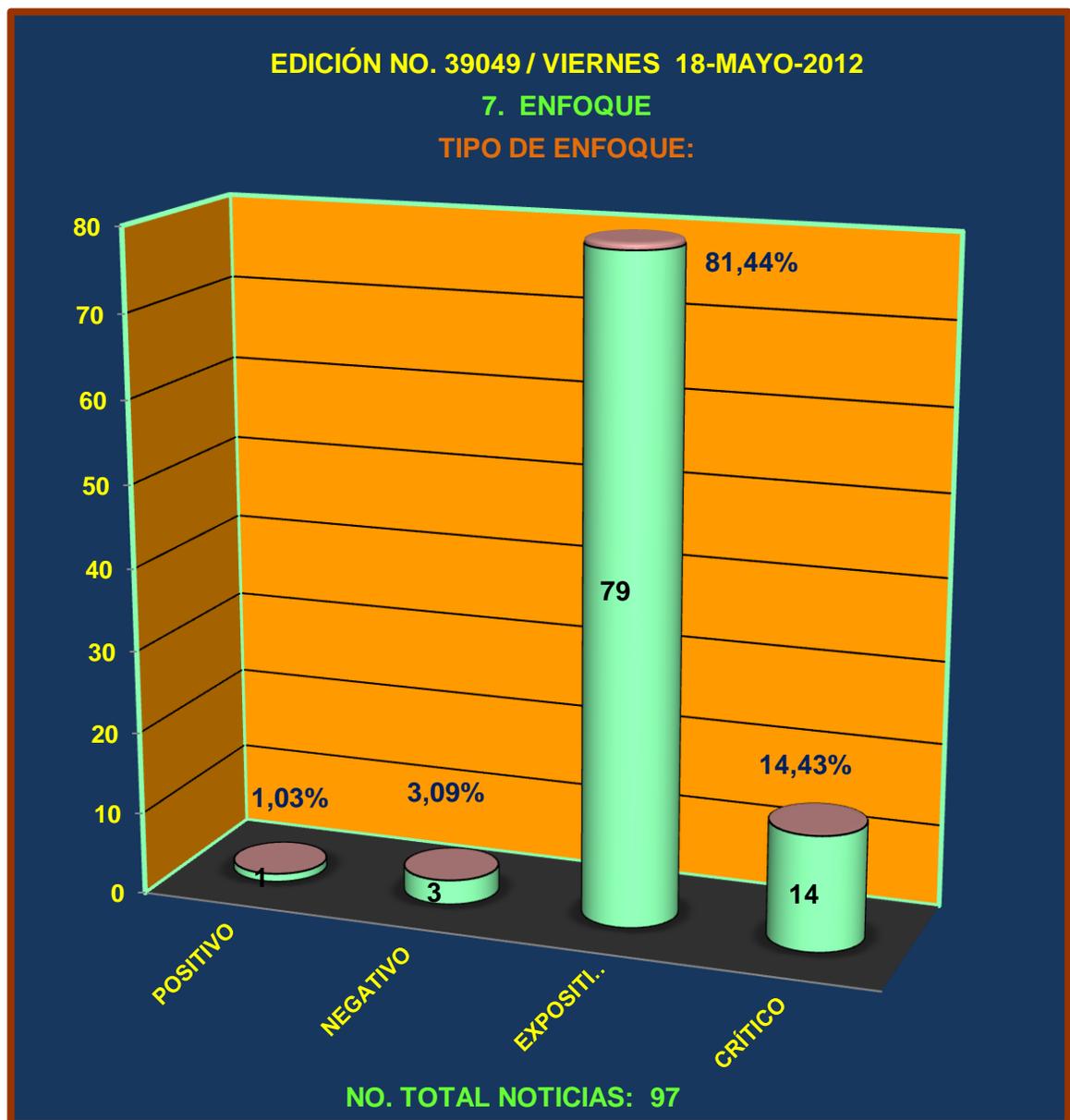
FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

Este gráfico también corresponde al apartado No. 6, opción: ¿La información está firmada? Aquí fueron analizadas un total de 113 noticias; del resultado de éste estudio obtenemos que únicamente 21 notas informativas que corresponden al 19% del total están firmadas por sus autores.



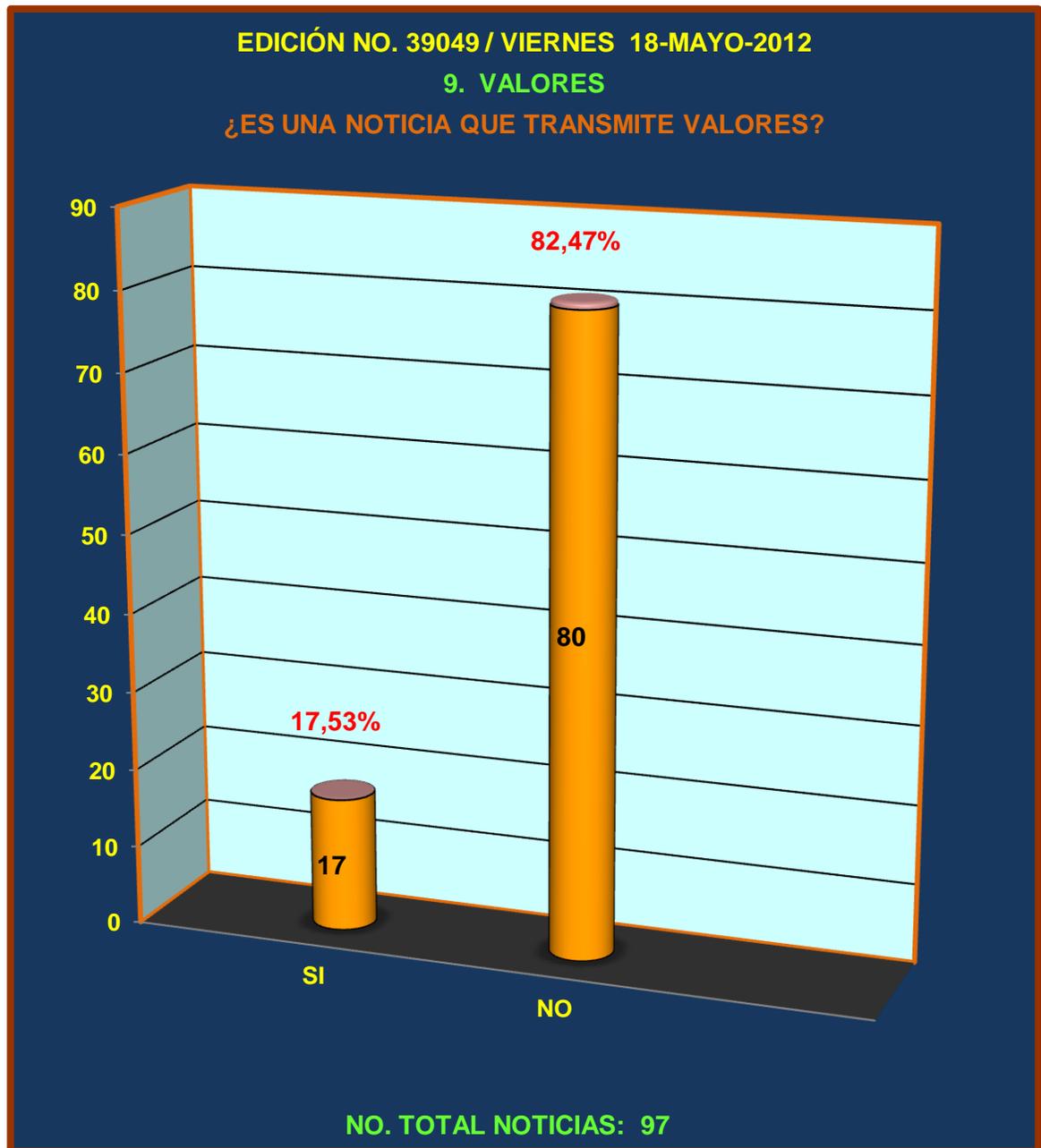
FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

El siguiente gráfico corresponde al apartado No. 7, denominado Enfoque, opción: Tipo de enfoque. Fueron analizadas un total de 97 noticias; del resultado de éste análisis obtenemos que 79 notas informativas que corresponden al 81% del total analizado pertenecen al enfoque Expositivo-Neutro-Descriptivo, 14 notas que corresponden al 14% conciernen al enfoque Crítico, 3 notas que corresponden al 3% incumben al enfoque negativo, y 1 nota informativa que corresponde al 1% pertenece al enfoque positivo.



FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

Este último gráfico estadístico corresponde al apartado No. 9, denominado Valores, opción: ¿Es una noticia que transmite valores? Aquí fueron analizadas un total de 97 noticias; del resultado de éste análisis obtenemos que únicamente 17 notas informativas que corresponden al 18% del total analizado transmiten valores.



FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE DIARIO EL COMERCIO A TRAVÉS DE NUEVE VARIABLES INVESTIGADAS:

4.1.1 Publicación de diario “El Comercio” correspondiente al 16 de abril de 2012

a. Identificación

De un total de 99 noticias analizadas, el 12.12% constan en portada y el 87.88% no; lo cual indica que se da cabida en la primera página a las noticias más trascendentes. En cuanto a la sección temática a la que corresponde; encontramos mayor cobertura a las noticias generales con el 25.25% del total analizado, seguido por el 14.14% que corresponden a negocios, el 12.12% son de actualidad, el 9.09% son noticias internacionales, y el mismo valor 9.09% son de provincias; el 7.07% son judiciales, el 6.06% son de opinión, 6.06% son de cultura y el mismo porcentaje 6.06% para farándula; el 3.03% son de política, y concluimos que éste diario da menor cabida a la crónica roja con un 2.02%.

En lo concerniente al espacio para la noticia; en esta edición como máximo se destinan 1.000 cm² para el titular nacional “EL GRUPO DE LOS RASTROJOS TIENE SU BASE EN DOS PROVINCIAS DEL PAÍS”, y como mínimo se destinan 20 cm² para el titular internacional “LA LECHE IMPORTADA SE GRAVARÁ CON IMPUESTO”.

En lo referente a la procedencia geográfica de la noticia; existe mayor apertura a las noticias nacionales con un 42%, siguen las noticias internacionales con un 25%, las noticias de la ciudad de Quito con un 18% y el 15% restante corresponden a noticias de provincias.

b. Origen de la información

En éste apartado, al observar la procedencia de la noticia; encontramos que la mayor parte de la información proviene de organismos o entidades públicas con un 40.40%, seguido por un 39.39% de organismos o entidades privadas, de otros organismos provienen un 13.13%, 3.03% de corporaciones sociales, y finalmente 2.02% provienen de ONGS e igual porcentaje 2.02% de partidos políticos.

Al hablar del resultado de las noticias, descubrimos que la mayor parte de noticias provienen de rutinas productivas con un 72.73% del total analizado, seguido por un 13.13% de rutinas productivas con una parte de periodismo de investigación, luego tenemos un 12.12% de noticias provenientes de agencias internacionales y nacionales, para dejar un mínimo de periodismo investigativo con un 2.02%.

c. Naturaleza de las fuentes y de los protagonistas

En éste apartado, el 62.63% de las noticias analizadas emplean fuentes y el 37.37% no. Así mismo, en lo relativo a la constancia de la fuente en el titular, solamente el 13.13% de las fuentes constan y el 86.87% no.

Al analizar el tipo de fuente, observamos que predominan las fuentes indirectas con un 36.36% del total de noticias; así mismo las fuentes directas tienen un 28.28%, a las noticias provenientes de agencias corresponde el 14.14%, las fuentes gubernamentales ocupan el 10.10%, las fuentes profesionales el 4.04%, las fuentes institucionales el 3.03%, las fuentes objetivas el 1.01%; así mismo, las fuentes privadas, legítimas y de sindicatos tienen el mismo 1.01%.

En lo pertinente al medio donde las fuentes actuaron, descubrimos que el 77.78% de las noticias provienen de declaraciones públicas, seguidos con el 16.16% por otro medio, y un 3.03% del total de noticias son de igual manera para entrevistas y respuestas a requerimientos legales.

En lo relativo a fuentes contrastadas, se evidencia que 94.95% de las noticias no tienen contrastadas sus fuentes, a diferencia de un 5.05% que si las tienen.

d. Fórmula de identificación de los protagonistas de la información

Después de analizar este apartado, encontramos que en lo concerniente a cómo identifica el medio; el 50.51% de las noticias analizadas son objetivas o atribuibles, ya que consta el nombre y apellidos del o los protagonistas de la información; el 27.27% son impersonales o no atribuibles, ya que no hacen alusión a ninguna persona en concreto; luego encontramos que el 8.08% son off the record absoluto, el 7.07% son genéricas y el mismo porcentaje 7.07% son off the record parcial.

Respecto al estilo, descubrimos que el 53.54% de las noticias son de estilo directo, o sea que existe una declaración textual del o los protagonistas; y el 46.46% son de estilo indirecto, o sea que el contenido de la cita se canaliza a través de otro.

Al analizar el modo de intervención o la manera en cómo se presenta el protagonista, comprobamos que el 52.53% de noticias provienen de declaraciones, seguidas por el 42.42% de otros modos de intervención, a continuación un 4.04% provienen de entrevistas y finalmente el 1.01% corresponden a ruedas de prensa.

e. Estructura de la información y formato de las noticias

En lo que tiene que ver con el formato de nota; de un total de 99 noticias analizadas, el 45.45% corresponden a noticias breves, donde las limitaciones del espacio impiden darles un poco más de cobertura; luego tenemos un 17.17% de noticias especiales, que obedecen a ciertas circunstancias del momento; el 9.09% corresponden a noticias exclusivas, el 7.07% son tema del día o consideradas como el acontecimiento más importante de la jornada, el

6.06% son noticias en cifras donde intervienen elementos numéricos, el 5.05% son noticias naturales, el 3.03% conciernen a noticias con entrevista, el mismo valor 3.03% es para noticias de caducidad puntual, donde los acontecimientos tienen una duración corta; el 2.02% son noticias clásicas o estándar, y finalmente el 1.01% son para noticias de duración prolongada y el mismo valor 1.01% es para noticias eclipse, o sea que existió un acontecimiento extraordinario que surgió de un momento a otro y tuvo una duración específica.

f. Tratamiento de los contenidos

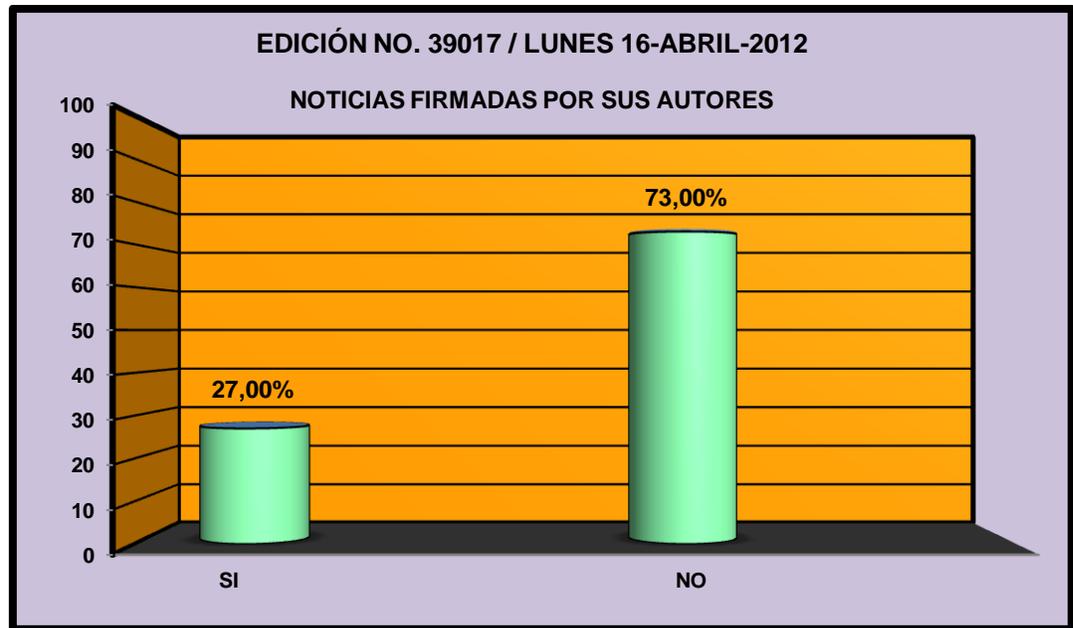
Aquí constatamos que el 100% de las noticias son entendidas claramente. Por otra parte, si analizamos la narración de los hechos, comprobamos que el 91.92% de las noticias destacan los aspectos positivos y/o negativos de los hechos, y el 8.08% muestran una narración tendenciosa que omite datos o versiones de forma evidente, especialmente en los artículos de opinión.

Al hablar sobre la declaración; el 84.85% de las noticias destacan los fragmentos positivos y negativos de la declaración y en un 15.15% no se evidencia esta situación. Así también, descubrimos que el 85.86% de las noticias publicadas en esta edición, seleccionan los elementos con criterios informativos objetivos, donde el periodista selecciona lo publicado con criterios objetivos imparciales; así mismo, el 14.14% de las noticias no están dentro de este parámetro.

Dentro del espacio asignado para la comprensión, el 52.53% de las noticias tienen espacio suficiente, mientras que el 47.47% tienen espacio escaso o corto. Posterior a esto, descubrimos que el 49% de las noticias expresan una diferencia de tratamiento con respecto a otros personajes o temas y el 51% no.

De igual manera encontramos que el 27% de las notas están firmadas por sus autores y el 73% restante no identifica de manera clara el nombre del autor de la noticia. Para una mejor apreciación y comprensión de lo mencionado, a continuación presentamos el siguiente gráfico porcentual:

TRATAMIENTO DE LOS CONTENIDOS



FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

g. Enfoque

El 34% de noticias presentan un enfoque positivo, el 33% un enfoque expositivo-neutro-descriptivo, el 18% un enfoque crítico, el 15% un enfoque negativo o que no está a favor de una cosa, el 100% de noticias exhiben un enfoque narrativo adecuado o acertado., el 10% de las noticias muestran un enfoque narrativo tendencioso, el 45% de las noticias están relacionadas con situaciones negativas, y el 40% de las notas informativas analizadas reflejan una diferencia de enfoque con respecto a otros personajes o temas.

h. Desequilibrios informativos

El 20% del total de noticias demuestran claramente la separación entre información y opinión, y en el 100% de noticias no se evidencia propaganda o publicidad alguna. Dentro del presente análisis, únicamente una sola noticia

presenta publicidad subliminal con fines persuasivos en el consumo de un producto. En el total de noticias no se encuentran mensajes subliminales o que intenten convencer sobre alguna teoría; así mismo, descubrimos que en el 27% de notas existe carencia de alguna versión, o sea que el hecho noticioso no presenta a todas las partes involucradas en el hecho.

En todas las noticias analizadas no existe manipulación o no se demuestra que el periodista pretenda con su redacción tergiversar la información, y también no se encuentra morbo o aspectos malsanos, enfermizos o malvados.

i. Valores

El 51% de las noticias transmiten valores; siendo el de mayor transcendencia la responsabilidad con un 27% de este subtotal, seguido por la fraternidad con un 23%, la solidaridad con un 16%, la confianza y la justicia con un 9% cada una; así mismo valores como la libertad presentan un 7%, la tolerancia y el respeto con un 3.5% cada uno, y finalmente la verdad con un 2%.

4.1.2 Publicación de diario “El Comercio” correspondiente al 24 de abril de 2012

a. Identificación

Aquí, el 11% de todas las noticias analizadas constan en portada y el 89% no; por otra parte, en la sección temática a la que corresponde cada noticia; encontramos mayor cobertura a las noticias generales con un 22% del total, seguido por el 17% que corresponde a actualidad; de igual manera el 16% son de cultura, el 10% son noticias internacionales, y el mismo valor tienen política y negocios; el 7% son judiciales, y el mismo valor es para opinión.

Referente a la procedencia geográfica de la noticia; existe mayor cobertura de noticias nacionales con un 57%, seguidas por las noticias internacionales con un 32%, y finalmente las noticias de la ciudad de Quito con un 11%.

En lo que tiene que ver con el espacio para la noticia; en esta edición como máximo se destinan 900 cm² para el titular internacional “A LA CAZA DE LOS VOTOS DE LE PEN”, y como mínimo se destinan 15 cm² para el titular nacional “LA EVALUACIÓN A LOS COLEGIOS VIENE”.

b. Origen de la información

Al examinar la procedencia de la noticia; encontramos que la mayor información proviene de organismos o entidades públicas con un 54%, seguido por un 30% de organismos o entidades privadas; de otros organismos provienen un 12%, el 2% de partidos políticos, y finalmente el 1% proviene de sindicatos. Respecto al resultado de las noticias, la mayor parte de ellas provienen de rutinas productivas con un 77%, seguido por un 11% de rutinas productivas con una parte de periodismo de investigación, luego el 10% de noticias provenientes de agencias internacionales y nacionales, 2% a noticias de origen desconocido. Para una mejor comprensión, a continuación presentamos el siguiente gráfico:

ORIGEN DE LA INFORMACIÓN



FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

c. Naturaleza de las fuentes y de los protagonistas

En éste apartado descubrimos que el 74% de las noticias analizadas emplean fuentes. Por otra parte, en lo que tiene que ver con la constancia de la fuente en el titular, solamente el 17% de las fuentes constan en los mismos.

Al analizar el tipo de fuente, observamos que predominan las fuentes directas con un 51% del total de noticias; así mismo las fuentes indirectas tienen un 18%, a las noticias provenientes de fuentes institucionales corresponde el 14%; las fuentes objetivas ocupan el 7%, las fuentes actuales el 5%, las fuentes gubernamentales y las agencias tienen un 2%, y finalmente el 1% corresponde a fuentes profesionales.

Estudiando el medio donde las fuentes actuaron, detectamos que el 51% de las noticias provienen de declaraciones públicas, seguidos con el 34% por otro medio, el 8% corresponden a sitios web, el 5% son para respuestas a requerimientos legales, y finalmente solo el 3% del total provienen de entrevistas. De igual manera, después de observar las fuentes contrastadas, confirmamos que 93% de las noticias no tienen contrastadas sus fuentes.

d. Fórmula de identificación de los protagonistas de la información

Aquí localizamos que en lo correspondiente a cómo identifica el medio a los protagonistas; el 46% de las noticias analizadas son objetivas o atribuibles, ya que consta el nombre y apellidos del o los protagonistas de la información; luego localizamos que el 18% son off the record absoluto, el 17% son genéricas, el 12% son impersonales o no atribuibles, y el 7% son off the record parcial.

De acuerdo al estilo, descubrimos que el 49% de las noticias son de estilo directo, o sea que existe una declaración textual del o los protagonistas; y el 51% son de estilo indirecto, o sea que el contenido de la cita se canaliza a través de otro. Igualmente al analizar el modo de intervención o la manera en cómo se presenta el protagonista, confirmamos que el 50% de noticias

proviene de declaraciones, seguidas por el 36% de otros modos de intervención, a continuación un 11% proviene de entrevistas y finalmente el 3% corresponden a ruedas de prensa.

e. Estructura de la información y formato de las noticias

En lo que se refiere al formato de nota; de un total de 99 noticias analizadas, el 51% corresponden a noticias breves, donde las limitaciones del espacio impiden darles un poco más de cobertura; luego tenemos un 17% de noticias especiales, que obedecen a ciertas circunstancias del momento; el 9% corresponden a noticias en cifras, el 8% son para noticias de caducidad puntual, donde los acontecimientos tienen una duración corta; el 7% son noticias tema del día, el 2% son para noticias con entrevista, y el mismo porcentaje es para noticias de foco múltiple y noticias con duración prolongada. Finalmente el 1% es para noticias exclusivas, y el mismo porcentaje es para noticias con intervalos temporales y noticias elipse.

f. Tratamiento de los contenidos

En este apartado, descubrimos que en todas las notas informativas se entiende claramente la manera como es contada la información. Referente a la narración de los hechos, evidenciamos que el 92% de las noticias destacan los aspectos positivos y/o negativos de los hechos, y el 7% muestran una narración tendenciosa que omite datos o versiones de forma evidente, especialmente en los artículos de opinión del medio. Finalmente el 1% de notas muestran una narración tendenciosa que amplía aspectos concretos innecesariamente.

En lo relacionado a la declaración, el 100% de las noticias destacan los fragmentos positivos y negativos de la declaración. Así mismo, el 98% de las noticias publicadas en esta edición, seleccionan los elementos con criterios informativos objetivos, donde el periodista selecciona lo publicado con criterios objetivos imparciales.

Dentro del espacio asignado para la comprensión, el 47% de las noticias tienen espacio suficiente, mientras que el 53% tienen espacio escaso o corto. Así también, el 15% de las noticias expresan una diferencia de tratamiento con respecto a otros personajes o temas y el 85% no lo hacen. Únicamente el 18% de las noticias están firmadas por sus autores y el 82% restante no identifica de manera clara el nombre del autor o autores de la noticia.

g. Enfoque

El 51% de noticias presentan un enfoque positivo, el 33% un enfoque negativo o que no está a favor de una cosa, el 10% un enfoque expositivo-neutro-descriptivo; finalmente el enfoque crítico abarca un 6% del total de noticias analizadas. Por otra parte, el total de de noticias exhiben un enfoque narrativo adecuado o acertado y no manifiestan un enfoque narrativo tendencioso. También encontramos que el 53% de las noticias están relacionadas con situaciones positivas y el 18% reflejan una diferencia de enfoque con respecto a otros personajes o temas.

h. Desequilibrios informativos

Aquí el 8% del total de noticias estudiadas en esta edición demuestran claramente la separación entre información y opinión. También se identificó que en el total de noticias no se evidencia propaganda o publicidad alguna. Por otro lado, ninguna noticia examinada presenta publicidad subliminal con fines persuasivos en el consumo de un producto.

En su totalidad, las noticias no presentan mensajes subliminales o que intenten convencer sobre alguna teoría; pero en el 14% de éstas existe carencia de alguna versión, o sea que el hecho noticioso no presenta a todas las partes involucradas en el hecho. De igual manera, no localizamos manipulación o no se demuestra que el periodista pretenda con su redacción tergiversar la información; finalmente no se encontró en ninguna nota morbo o aspectos malsanos, enfermizos o malvados.

i. Valores

El 52% de las noticias transmiten valores; siendo el de mayor trascendencia la responsabilidad con un 33% de este subtotal, seguido por la justicia con un 16%, la verdad con un 13%, la confianza con un 9%, la solidaridad con un 7%; valores como la honradez y la fraternidad tienen un 5% cada uno, finalmente la tolerancia y la bondad tienen el 2% del total de noticias analizadas.

4.1.3 Publicación de diario “El Comercio” correspondiente al 02 de mayo de 2012

a. Identificación

Fueron estudiadas 119 noticias; de las cuales únicamente el 10% constan en portada; así también, dentro de la sección temática a la que corresponde cada noticia; localizamos mayor cobertura de noticias generales con un 24% del total analizado, a continuación el 21% corresponde a farándula, el 13% concierne a negocios, el 12% a noticias de actualidad, el 10% son internacionales; coinciden con un 6% del total analizado las noticias de opinión, cultura y noticias de provincias; finalmente descubrimos un pequeño porcentaje del 2% de noticias judiciales.

En cuanto a la procedencia geográfica de la noticia; existe mayor cobertura de noticias nacionales con un 42%, seguido por las noticias internacionales con un 32%; las noticias provenientes de la ciudad de Quito tienen un 18%, y finalmente el 8% de notas informativas pertenecen a noticias que provienen de las distintas provincias de nuestra patria.

En lo que respecta al espacio para la noticia; en esta edición como máximo se destinan 925 cm² para el titular internacional “UNA SENTENCIA ENTRE EL DOLOR POR DOS ASESINATOS”, proveniente del Senado de los EE.UU.; así mismo, el espacio más reducido son 12 cm² para el titular nacional “GRUPO FINANCIERO INBURSA”.

b. Origen de la información

En éste apartado, al confirmar la procedencia de la noticia; encontramos que la mayor parte de la información resulta de organismos o entidades privadas con un 47%, seguido por un 27% de organismos o entidades públicas; de otros organismos provienen el 18%, el 5% de notas proceden de sindicatos, el 2% provienen de corporaciones sociales. Finalmente el 1% del total de noticias analizadas en esta edición corresponden a ONGS y partidos políticos.

Al hablar del resultado de las noticias, detectamos que la mayor parte de éstas provienen de rutinas productivas con un 55%, seguido por un 30% de noticias provenientes de agencias internacionales y nacionales; el 13% corresponde a rutinas productivas pero con una parte de periodismo de investigación, y finalmente el 2% son noticias de origen desconocido.

c. Naturaleza de las fuentes y de los protagonistas

Aquí encontramos que el 58% de las notas analizadas emplean fuentes; pero en lo relativo a la constancia de la fuente en el titular, solo el 27% de las fuentes constan en los encabezados.

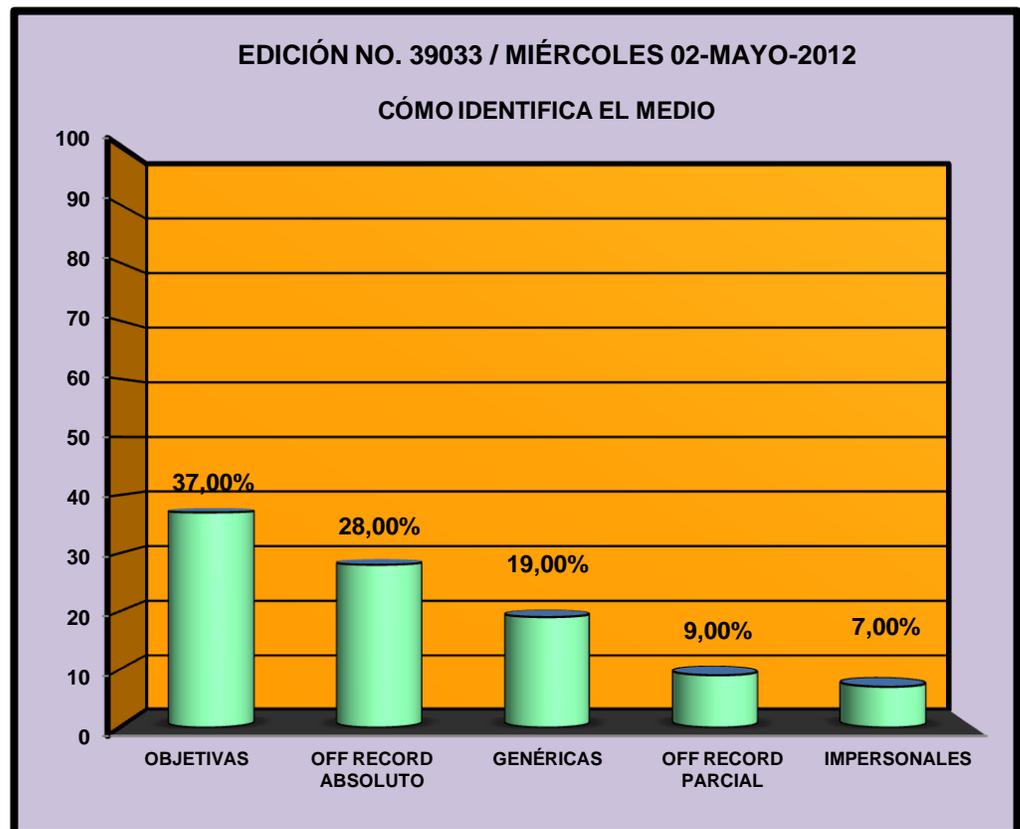
En lo que concierne al tipo de fuente, localizamos que las fuentes directas al igual que las indirectas tienen el 29% de notas informativas cada una; las noticias provenientes de agencias corresponden al 16%, las fuentes privadas ocupan el 13%, las fuentes profesionales el 8%, y finalmente el 5% corresponde a fuentes gubernamentales.

En lo relacionado al medio donde las fuentes actuaron, detectamos que el 49% provienen de declaraciones públicas, seguidos con el 39% por otro medio; el 9% provienen de entrevistas, y el 3% provienen de sitios web. Referente a las fuentes contrastadas, comprobamos que el 95% de las noticias analizadas no tienen contrastadas sus fuentes.

d. Fórmula de identificación de los protagonistas de la información

Después de analizar este apartado, localizamos que en lo pertinente a cómo identifica el medio a la noticia; el 37% de las notas informativas examinadas son objetivas o atribuibles, ya que consta en ellas el nombre y apellidos del o los protagonistas de la información; luego encontramos que el 28% de noticias son off the record absoluto, el 19% son genéricas, el 9% son off the record parcial, y el 7% son impersonales o no atribuibles. Para una mejor comprensión de estos porcentajes, a continuación presentamos el siguiente gráfico estadístico de elaboración propia:

IDENTIFICACIÓN DE LOS PROTAGONISTAS DE LA INFORMACIÓN



FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

Dentro del mismo apartado y de acuerdo al estilo, encontramos que el 39% de las noticias son de estilo directo, o sea que existe una declaración textual del o los protagonistas; y el 61% son de estilo indirecto, o sea que el contenido de la cita se canaliza a través de otro. Igualmente, al observar el modo de intervención o la manera en cómo se presenta el protagonista, comprobamos que el 48% de noticias provienen de otros modos de intervención, el 43% de declaraciones; seguidas por el 7% de entrevistas, y finalmente el 2% corresponden a ruedas de prensa.

e. Estructura de la información y formato de las noticias

Al analizar el formato de la noticia; de un total de 119 notas examinadas, el 55% corresponden a noticias breves, donde las restricciones de espacio imposibilitan que se profundice en el tema; luego encontramos que en el 9% predominan las noticias especiales y el mismo valor es para las notas de caducidad puntual; el 8% concierne al tema del día, el 7% a noticias en cifras, el 3% es para noticias con duración prolongada; posteriormente encontramos que el 2.5% es para noticias con entrevista y el mismo valor es para noticias naturales; finalmente el 2% es para noticias exclusivas, y el mismo porcentaje es para noticias de foco múltiple.

f. Tratamiento de los contenidos

Como es de costumbre en éste diario, el total de noticias son comprendidas claramente; pero al analizar la narración de los hechos, comprobamos que el 82% de las noticias destacan los aspectos positivos y/o negativos de los hechos. Por otra parte, el 18% muestran una narración tendenciosa que omite datos o versiones de forma evidente; así también, al hablar sobre la declaración, el 75% de las noticias destacan los fragmentos positivos y negativos de la declaración. También descubrimos que el 71% de las noticias publicadas en esta edición, seleccionan los elementos con criterios informativos objetivos, donde el periodista selecciona lo publicado con juicios objetivos imparciales.

En lo relativo al espacio asignado para la comprensión, el 45% de las noticias tienen espacio suficiente, el 53% tienen espacio escaso o corto. Así también, el 14% de las notas expresan una diferencia de tratamiento con respecto a otros personajes o temas y el 86% no lo hacen. Aquí descubrimos que únicamente el 13% de las noticias están firmadas por sus autores y el 87% restante no identifica de manera clara el nombre del autor o autores de la noticia.

g. Enfoque

El 60% del total de noticias analizadas presentan un enfoque expositivo-neutro-descriptivo; el 17% un enfoque positivo, el 16% un enfoque crítico, y finalmente un reducido 7% para el enfoque negativo o que no está a favor de una cosa.

Así mismo, encontramos que el 96% de noticias exhiben un enfoque narrativo adecuado o acertado, el 84% no manifiestan un enfoque narrativo tendencioso, el 67% están relacionadas con situaciones positivas y el 17% de las notas reflejan una diferencia de enfoque con respecto a otros personajes o temas.

h. Desequilibrios informativos

El 9% del total de noticias analizadas en esta edición comprueban claramente la separación entre información y opinión. Por otra parte, en el 90% de noticias no se evidencia propaganda o publicidad alguna.

Ninguna noticia presenta publicidad subliminal; así mismo, en el 83% de notas no se encuentran mensajes subliminales o que intenten convencer sobre alguna teoría y en el 56% de notas informativas existe carencia de alguna versión, lo que significa que el hecho noticioso no presenta a todas las partes involucradas en el hecho.

El total de hechos noticiosos no presenta manipulación o no demuestra que el periodista pretenda con su redacción tergiversar la información; así mismo, no encontramos morbo o aspectos malsanos.

i. Valores

Al analizar este apartado, descubrimos que el 41% del total de noticias reflejan valores; dentro de este subtotal, el valor de mayor influencia es la responsabilidad con un 27%, seguido por la confianza con un 19%, la justicia con un 17%, la solidaridad con un 10%; la verdad presenta el 7%, y el mismo valor refleja la fraternidad; valores como la libertad y la valentía tienen un 4% cada uno; finalmente tienen un mínimo del 2% cada uno, valores como el respeto, el amor y la honradez.

4.1.4 Publicación de diario “El Comercio” correspondiente al 10 de mayo de 2012

a. Identificación

En esta publicación localizamos un total de 113 noticias; de las cuales el 9% constan en portada y el 91% no; dato estadístico que nos permite concluir que este medio da cabida en la primera página a las noticias más significativas de la jornada.

En cuanto a la sección temática a la que corresponde; encontramos mayor cobertura a las noticias de negocios con el 23% del total analizado, seguido por el 18% que corresponde a cultura; el 16% son noticias generales, el 15% son noticias de actualidad, el 12 % corresponden a opinión; únicamente el 7% son noticias de política, el 5% son judiciales; finalmente el 4% de hechos noticiosos son de procedencia internacional. En ésta edición deducimos que éste diario no da cabida a la crónica roja.

Al hablar sobre la procedencia geográfica de la noticia; existe mayor apertura a las noticias nacionales con un 56%, a continuación están las noticias internacionales con un 33%, continúan las noticias de la ciudad de Quito con un 9%, y el 2% restante corresponden a noticias de de las distintas provincias ecuatorianas.

En esta edición como espacio máximo de cobertura se destinan 990 cm² para el titular internacional “5 ESCENARIOS ELECTORALES, CON UN CHÁVEZ DISMINUIDO”, y como mínimo se destinan 8 cm² para el titular nacional “RED ELÉCTRICA”.

b. Origen de la información

Al observar la procedencia de la noticia; encontramos que la mayor parte de la información proviene de organismos o entidades privadas con un 53%, seguido por un 31% de organismos o entidades públicos; de otros organismos provienen el 14%; para finalmente dejar un reducido 1% a noticias que provienen de ONGS e igual porcentaje a las de corporaciones sociales.

En lo que compete al resultado de las noticias; localizamos que la mayor parte de noticias se derivan de rutinas productivas con un 54% del total analizado, luego tenemos un 29% de noticias provenientes de agencias internacionales y nacionales, seguido por un 14% de rutinas productivas con una parte de periodismo de investigación; para finalmente encontrar un mínimo de periodismo investigativo con un 3%.

c. Naturaleza de las fuentes y de los protagonistas

En lo que respecta a éste apartado, el 64% de las noticias analizadas emplean fuentes y el 36% no. Así mismo, en lo pertinente a la constancia de la fuente en el titular, solamente el 15% de las fuentes constan.

Al analizar el tipo de fuente, observamos que predominan las fuentes privadas con un 32% del total de notas; así mismo, las fuentes directas tienen un importante 26%, y el 19% es para noticias que provienen de fuentes indirectas; las noticias provenientes de agencias tienen el 9%. Aquí también descubrimos que las fuentes gubernamentales al igual que las institucionales tienen el 5%, las fuentes profesionales tienen el 2%, y las fuentes públicas al igual que las de partidos políticos tienen el mismo 1% cada una.

De la misma manera, descubrimos que el 53% de las noticias provienen de declaraciones públicas, seguidos por el 35% de notas que provienen de otro medio; un 11% de noticias son producto de entrevistas, y el 2% provienen de sitios web. En lo referente a fuentes contrastadas, evidenciamos que 95% de las noticias no tienen contrastadas sus fuentes.

d. Fórmula de identificación de los protagonistas de la información

Posterior al estudio de este apartado, encontramos que en lo relativo a cómo identifica el medio la noticia; el 42% de las notas analizadas son objetivas, ya que consta el nombre y apellidos del o los protagonistas de la información; el 32% son genéricas o provenientes de manifestaciones; el 11% son impersonales o no atribuibles, ya que no hacen alusión a ninguna persona en concreto; luego encontramos que el 9% son off the record absoluto, y que el 6% son off the record parcial.

Referente al estilo, descubrimos que el 60% de las noticias son de estilo indirecto, o sea que el contenido de la cita se canaliza a través de otro; pero al analizar el modo de intervención o la manera en cómo se presenta el protagonista, comprobamos que el 57% de noticias provienen de otros modos de intervención; seguidos por el 31% que se derivan de declaraciones, y finalmente el 12% compete a entrevistas.

e. Estructura de la información y formato de las noticias

En lo referente al formato de nota; el 49% corresponde a noticias breves, luego encontramos un 14% de noticias exclusivas; por otra parte el 12% son noticias especiales, que obedecen a ciertas circunstancias del momento. A continuación localizamos que el 9% corresponde a noticias de caducidad puntual, el 6% son noticias en cifras, el 3% noticias con entrevista; pero el 2% del total analizado pertenece a noticias de foco múltiple, y el mismo valor es para noticias cronológicas. Finalmente el 1% es para noticias de duración prolongada, y el mismo valor para noticias que provienen de hechos naturales.

f. Tratamiento de los contenidos

En el total de notas informativas se entiende claramente la manera como es contada la información. En cuanto a la narración de los hechos, comprobamos que el 96% de las noticias destacan los aspectos positivos y/o negativos de los mismos, mientras que el 4% de notas muestran una narración tendenciosa que omite datos o versiones de forma evidente.

Al hablar sobre la declaración, el 56% de las noticias no destacan los fragmentos positivos y negativos de la declaración, y en el 91% de noticias se seleccionan los elementos con criterios informativos objetivos.

Dentro del espacio asignado para la comprensión, el 44% de las noticias tienen espacio suficiente; mientras que el 56% tienen espacio reducido. Por otra parte, el 25% de las noticias expresan una diferencia de tratamiento con respecto a otros personajes o temas, y el 75% no lo hacen; también encontramos que el 19% de las noticias están firmadas por sus autores, y el 81% de notas no identifican de manera clara el nombre del autor o autores de la noticia.

g. Enfoque

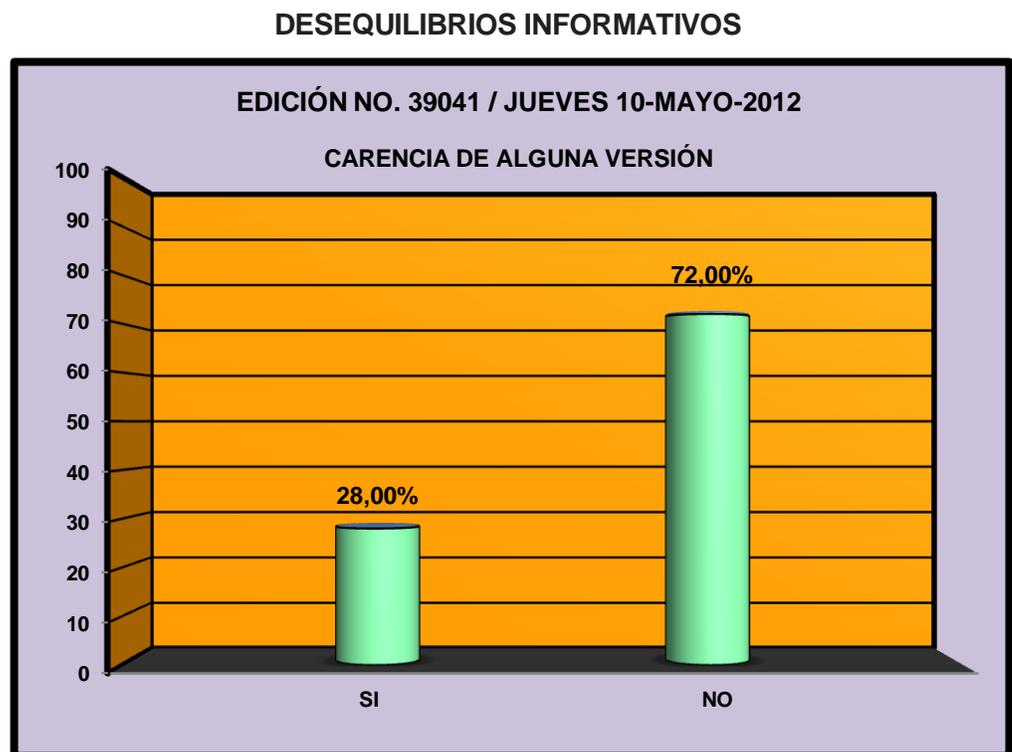
En este apartado, el 72% de hechos noticiosos presentan un enfoque expositivo-neutro-descriptivo, el 25% muestran un enfoque crítico, el 2% revelan un enfoque positivo, y finalmente el 1% exteriorizan un enfoque negativo o que no está a favor de una cosa; también logramos descubrir que en el 100% de notas se ostenta un enfoque narrativo adecuado o acertado.

Es importante destacar que ninguna de las noticias analizadas reveló un enfoque narrativo tendencioso; pero el 29% de notas informativas están relacionadas con situaciones negativas, dato que nos permite deducir que el 71% de noticias hablan de cosas buenas o positivas. Así también, solo el 19% de las noticias reflejan una diferencia de enfoque con respecto a otros personajes o temas.

h. Desequilibrios informativos

Aquí descubrimos que el 15% del total de noticias analizadas durante la presente edición, demuestran claramente la separación entre información y opinión. También se comprobó que ninguna de las notas expone propaganda o publicidad alguna, y tampoco exhiben publicidad subliminal con fines persuasivos en el consumo de un producto; al contrario, en el total de noticias no se encuentran mensajes subliminales o que intenten convencer a la audiencia sobre alguna teoría.

Debemos subrayar que en el 28% de noticias publicadas en esta edición, existe carencia de alguna versión, o sea que el hecho noticioso no presenta a todas las partes involucradas. Para una mejor comprensión de estos porcentajes, a continuación presentamos el siguiente gráfico estadístico:



FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

En el total de notas informativas no se encuentra manipulación o no se demuestra que el periodista pretenda con su redacción tergiversar la información; por otra parte, es meritorio indicar que solamente en una noticia internacional se encontró morbo, donde se hablaba que: “En el pasado de Gloria Trevi se la vio envuelta en problemas de trata de personas”.

i. Valores

El 35% de notas informativas del total analizado transfiere valores; siendo el de mayor representación la responsabilidad con un 25% de éste subtotal, seguido por la confianza con un 20%; la verdad tiene un 13%, la justicia y la fraternidad tienen 10% cada una, el 8% es para el respeto; el 5% es para la solidaridad e igual porcentaje para el honor, y finalmente el 2.5% es para la tolerancia y el mismo valor para la valentía.

4.1.5 Publicación de diario “El Comercio” correspondiente al 18 de mayo de 2012

a. Identificación

En esta publicación encontramos un total de 97 hechos noticiosos; de los cuales exclusivamente el 11% constan en portada. En cuanto a la sección temática a la que corresponde; encontramos mayor cobertura de las noticias de cultura con el 25% del analizado, seguido por el 19% de noticias sobre negocios; luego tenemos un 17% de actualidad, 8% de opinión; el 7% corresponde a noticias internacionales, e igual número es para noticias generales y de farándula; el 6% es para judiciales, y terminamos con un mínimo de 3% para noticias sobre temática política.

En lo referente a la procedencia geográfica de la noticia; existe mayor apertura a las noticias nacionales con un 45%, a continuación están las noticias internacionales con un 34%, y el 21% restante corresponden a noticias de la ciudad de Quito.

Al analizar el espacio para la noticia; en esta edición como espacio máximo se destinan 1.200 cm² para el titular nacional “COLOMBIA RATIFICÓ QUE SUS RADARES NO DETECTARON A LA AVIONETA CESSNA”, y como mínimo se destinan 10 cm² para el titular internacional “MEXICO”.

b. Origen de la información

Al estudiar la procedencia de la noticia; en esta publicación encontramos que la mayor parte de la información proviene de organismos o entidades privadas con un 46%, seguido por un 33% de notas que proceden de organismos o entidades públicas; de otros organismos provienen el 15%, el 3% es para partidos políticos, y finalmente un reducido 1% es para noticias que proceden de ONGS e igual porcentaje para sindicatos.

Al hablar del resultado de las noticias, encontramos que la mayor parte de ellas se derivan de rutinas productivas con un 60% del total analizado; seguidamente tenemos un 34% de noticias provenientes de agencias internacionales y nacionales, y el 6% restante es para rutinas productivas con una parte de periodismo de investigación.

c. Naturaleza de las fuentes y de los protagonistas

En lo que respecta a éste apartado, el 86% de las noticias analizadas emplean fuentes y el 14% no; así mismo, al hablar de la constancia de la fuente en el titular, solamente el 18% de las fuentes constan en la primera página del diario.

Cuando analizamos el tipo de fuente empleado, observamos que predominan las fuentes directas con un 35% del total de notas analizadas; seguido de las fuentes privadas con un importante 25%; el 18% es para noticias que provienen de agencias, el 7% es para fuentes gubernamentales; el 6% es para fuentes directas, y el mismo valor para fuentes institucionales; finalmente las fuentes profesionales tienen el 3%.

En lo que incumbe al medio donde las fuentes actuaron, el 48% de las noticias provienen de declaraciones públicas, seguidos con el 45% por otro medio; el 5% provienen de sitios web, y solo el 1% son producto de entrevistas. Por otra parte, el total de noticias encontradas en la presente edición no tienen contrastadas sus fuentes.

d. Fórmula de identificación de los protagonistas de la información

Al hablar de cómo identifica el medio a los protagonistas; el 44% de las noticias analizadas son objetivas, ya que consta el nombre y apellidos del o los protagonistas de la información; el 39% son impersonales o no atribuibles, ya que no hacen alusión a ninguna persona en concreto; luego encontramos que el 12% son genéricas, y finalmente el 2% son off the record absoluto y el mismo porcentaje es para off the record parcial.

También encontramos que el 55% de las noticias son de estilo indirecto, o sea que el contenido de la cita se canaliza a través de otro; pero de acuerdo al modo de intervención o la manera en cómo se presenta el protagonista, evidenciamos que el 70% de noticias provienen de otros modos de intervención; seguidos por el 28% que se derivan de declaraciones, y finalmente el 1% corresponde a entrevistas.

e. Estructura de la información y formato de las noticias

De un total de 97 noticias analizadas, el 57% corresponden a noticias breves, las cuales son enmarcadas dentro de un espacio pequeño y que no amplían con demasiados detalles la información difundida por el medio; luego encontramos un 13% de noticias de caducidad puntual; el 11% es para noticias en cifras, las cuales tienen que ver con asuntos financieros o de economía; el 7% es para noticias exclusivas; el 2% está presente en noticias especiales y el mismo valor es para noticias naturales y de duración prolongada; finalmente un mínimo 1% está presente en noticias con entrevista, al igual que en las de foco múltiple y cronológicas.

f. Tratamiento de los contenidos

En éste apartado encontramos que todas las notas informativas son entendidas claramente. En lo referente a la narración de los hechos, demostramos que el 90% de las noticias destacan los aspectos positivos y/o negativos de los hechos, y el 10% muestran una narración tendenciosa que omite datos o versiones de forma evidente.

El 66% de las noticias no destacan los fragmentos positivos y negativos de la declaración; el 85% seleccionan los elementos con criterios informativos objetivos. Dentro del espacio asignado para la comprensión, el 37% tienen espacio suficiente; mientras que el 63% tienen espacio reducido, lo cual significa que son noticias breves o cortas. Finalmente el 11% de notas expresan una diferencia de tratamiento con respecto a otros personajes o temas, y el 89% no lo hacen; pero únicamente el 16% de éstas están firmadas por sus autores.

g. Enfoque

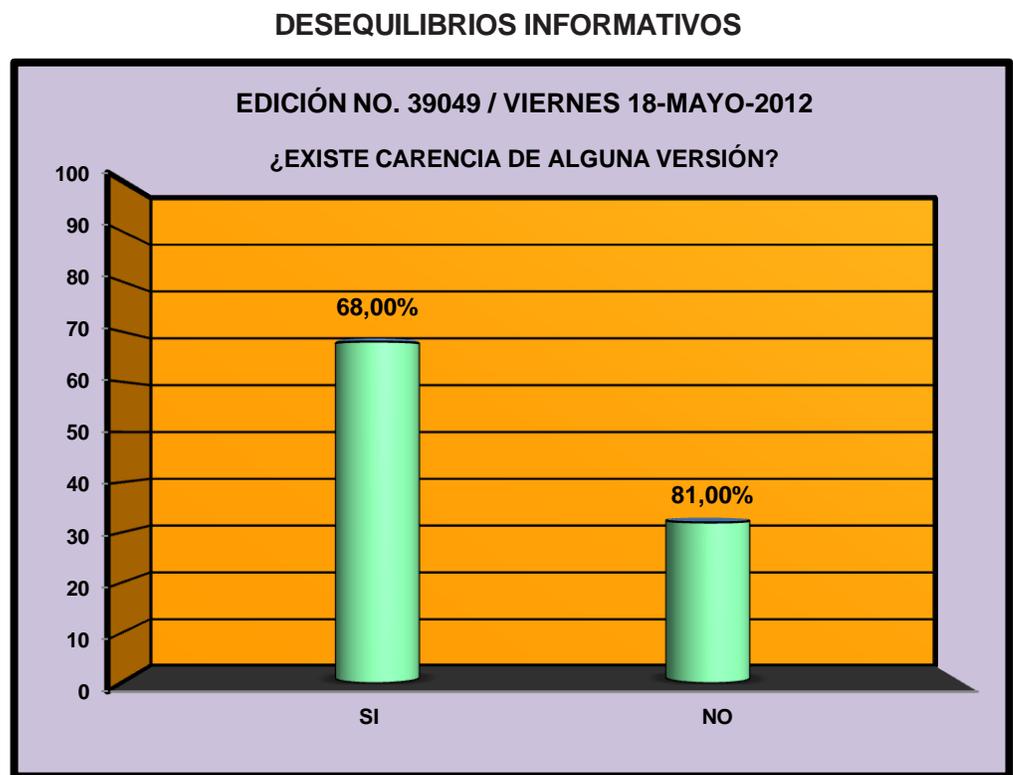
En el 81% de notas encontramos que existe un enfoque expositivo-neutro-descriptivo, en el 14% un enfoque crítico, en el 3% un enfoque negativo, y solamente el 1% de hechos noticiosos exhiben un enfoque positivo.

El total de las noticias exhiben un enfoque narrativo adecuado o acertado, pero ninguna de las notas analizadas muestra un enfoque narrativo tendencioso. Así mismo, el 74% de notas hablan de cosas buenas o positivas, y el 13% reflejan una diferencia de enfoque con respecto a otros personajes o temas.

h. Desequilibrios informativos

En el 12% de noticias encontramos claramente separación entre información y opinión, pero ninguna de las notas exterioriza propaganda o publicidad alguna o exhibe publicidad subliminal con fines persuasivos en el consumo de un producto.

En el 100% de notas informativas no se encontró mensajes subliminales, los cuales tratan de convencer a las audiencias sobre determinada teoría. También es importante aclarar que en el 68% de hechos noticiosos se identificó la falta de alguna versión. Finalmente, en todas las noticias no encontramos manipulación por parte de los autores de las notas o del medio; así mismo, en ninguna de éstas se encontró morbo. Para una mejor comprensión, a continuación presentamos el siguiente gráfico:



FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

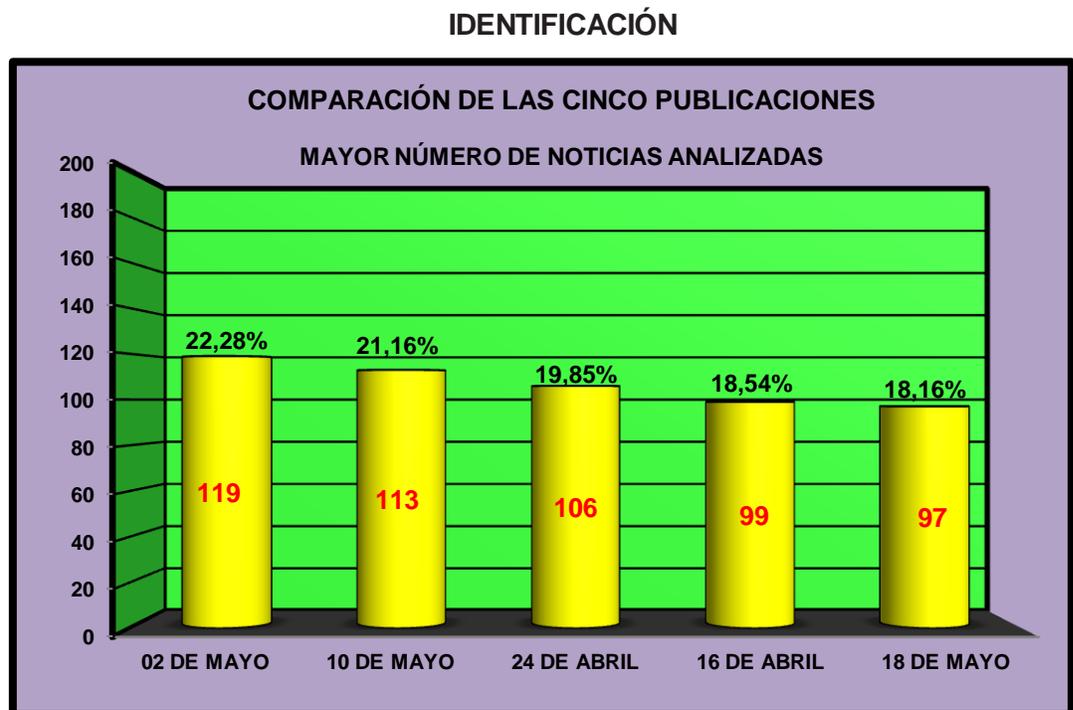
i. Valores

En éste apartado el 19% del total de notas informativas expresa valores, y dentro de este porcentaje encontramos que; el 24% es para valores como la responsabilidad, el 23% es para la fraternidad, el 18% es para la confianza, el 17% es para la solidaridad, y el 5% es para la honradez, verdad y valentía.

4.2 ANÁLISIS CONSOLIDADO DE LA SEMANA COMPUESTA APLICADO A LAS EDICIONES DE DIARIO EL COMERCIO:

4.2.1 Identificación

Al comparar las cinco publicaciones que componen la semana compuesta, realizamos el conteo del total de noticias analizadas en cada edición; de lo cual se concluyó que la publicación que presenta el mayor número de noticias es la del miércoles 02 de mayo con un total de 119 notas informativas, seguida por el jueves 10 de mayo con 113 noticias analizadas, luego viene la publicación del martes 24 de abril con 106 noticias analizadas, a continuación la del lunes 16 de abril con 99 noticias, y en último lugar la edición del viernes 18 de mayo con 97 noticias analizadas. Para una mejor comprensión de estos porcentajes, presentamos el siguiente gráfico estadístico:



FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

Dentro de esta comparación, descubrimos que el 12% es el mayor número de noticias que se registran en portada, porcentaje que encontramos únicamente en la publicación del lunes 16 de abril; el menor porcentaje es 9% y lo encontramos en la publicación del jueves 10 de mayo. En cuanto a la sección temática a la que corresponde; encontramos mayor cobertura en las noticias generales con el 25% del total de noticias, en la publicación del lunes 16 de abril; al contrario, la menor cobertura de las cinco publicaciones es del 2% relacionado con noticias judiciales, y la encontramos en la publicación del miércoles 2 de mayo.

En las cinco publicaciones analizadas existe mayor cobertura de noticias nacionales con aproximadamente el 50% del total de hechos noticiosos; a continuación están las noticias internacionales con aproximadamente el 25%, seguidas por las noticias de la ciudad de Quito con una media del 15%. Finalmente existe un aproximado del 10% para noticias de provincia y comunidad.

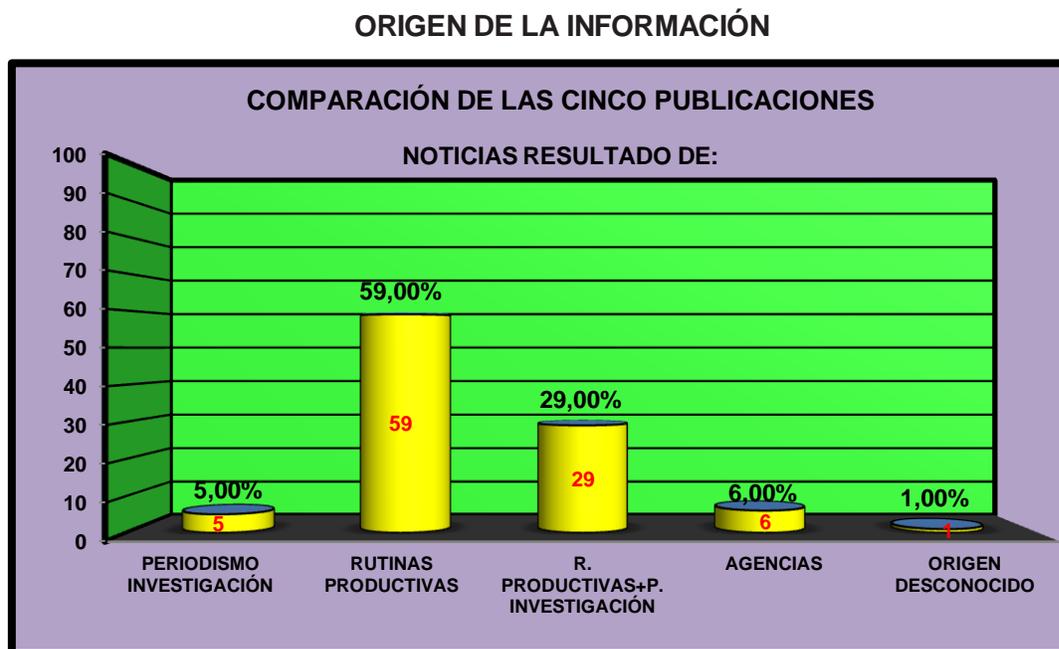
Referente al espacio destinado para cada noticia, el mayor se encuentra en la edición del viernes 18 de mayo, con 1.200 cm² para el titular nacional “COLOMBIA RATIFICÓ QUE SUS RADARES NO DETECTARON A LA AVIONETA CESSNA”; por otra parte, el espacio más reducido lo encontramos el jueves 10 de mayo, donde se destinan 8 cm² para el titular nacional “RED ELÉCTRICA”.

4.2.2 Origen de la información

Al hablar de la procedencia de la noticia, en la publicación del martes 24 de abril encontramos que la mayor parte de la información proviene de organismos o entidades públicas con un 54% del total de noticias analizadas; Por otro lado, el menor número de noticias en las cinco publicaciones destaca un mínimo del 1% para notas informativas provenientes de ONGS, sindicatos y corporaciones sociales en forma equitativa.

En cuanto al resultado de las noticias, en las cinco publicaciones analizadas descubrimos que la mayor parte de los hechos noticiosos provienen de rutinas productivas con más del 50% del total de notas informativas; Así también, en todas

las publicaciones encontramos escaso periodismo de investigación, y un mínimo porcentaje del 1% son noticias de origen desconocido. Para una mejor comprensión de estos porcentajes, presentamos el siguiente gráfico:



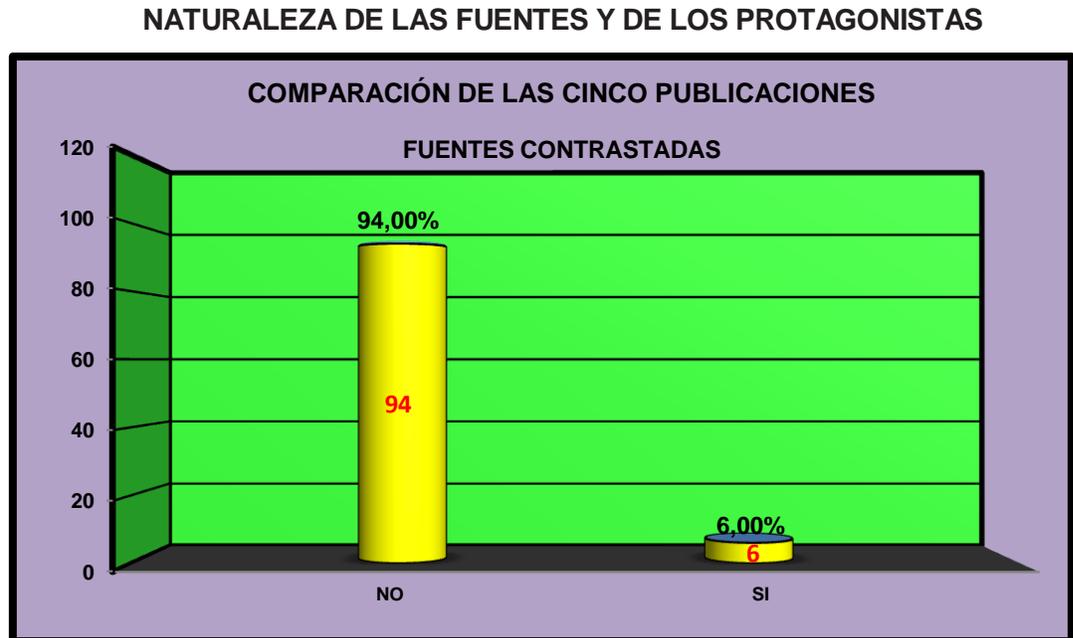
FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

4.2.3 Naturaleza de las fuentes y de los protagonistas

En todas las publicaciones encontramos que más del 50% de las nota emplean fuentes; destacándose la edición del viernes 18 de mayo donde el 86% del total de noticias emplean fuentes. Así mismo, descubrimos que las fuentes constan en el titular en porcentajes menores al 30%. Por otra parte, en todas las publicaciones predominan las fuentes directas con los mayores porcentajes y los mínimos (1%) son para sindicatos, fuentes profesionales y partidos políticos.

En lo pertinente al medio donde las fuentes actuaron; dentro de las cinco publicaciones analizadas, las noticias que provienen de declaraciones públicas superan el 50%; en contraposición a esto, los mínimos valores (2%) se encuentran

en entrevistas y sitios web. En lo relativo a fuentes contrastadas, en todas las publicaciones predominan con más del 90% las noticias que no tienen contrastadas sus fuentes. Para una mejor comprensión de estos porcentajes, presentamos el siguiente gráfico:



FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

4.2.4 Fórmula de identificación de los protagonistas de la información

En las cinco publicaciones analizadas, los más altos porcentajes corresponden a hechos noticiosos donde se identifica claramente con nombres y apellidos al o los protagonistas de la información; por otra parte, los porcentajes menores se registran para identificaciones off the record parcial.

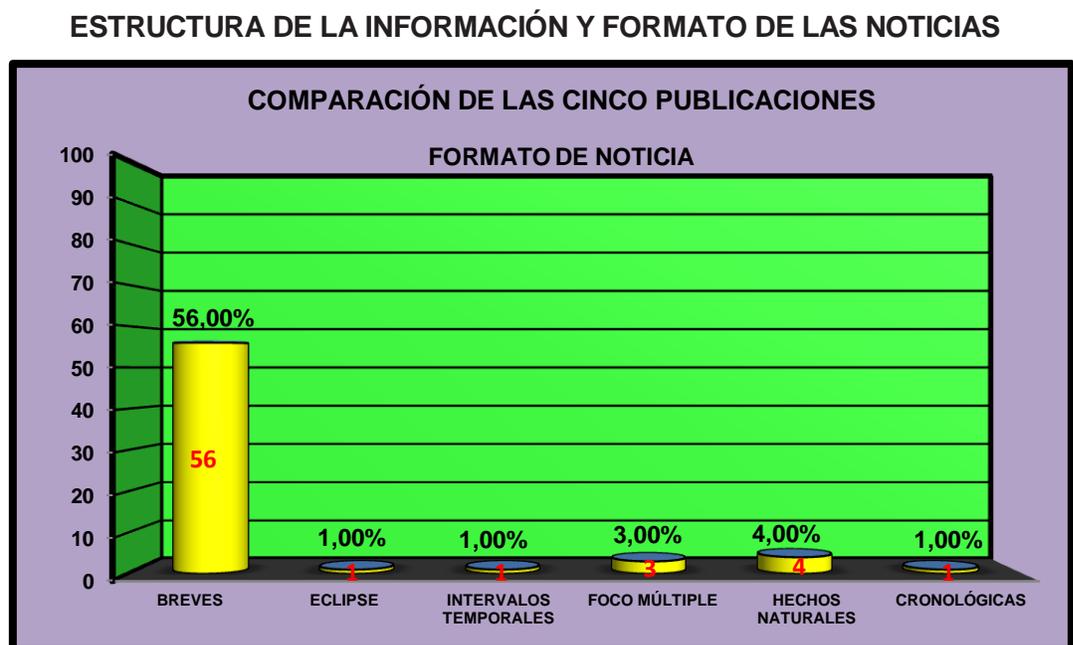
También logramos descubrir que en todas las publicaciones se registra mayoritariamente el estilo directo, o sea que existe una declaración textual de los protagonistas del hecho noticioso; pero se dejan los porcentajes más pequeños para el estilo indirecto, donde el contenido de la cita se canaliza a través de otra persona.

De igual manera, al analizar el modo de intervención o la manera en cómo se presenta el protagonista del hecho noticioso; en todas las publicaciones encontramos que los más altos porcentajes provienen de declaraciones y los mínimos competen a entrevistas.

4.2.5 Estructura de la información y formato de las noticias

En todas las publicaciones analizadas dentro de la semana compuesta, descubrimos que al hablar del formato de nota; más del 50% de noticias corresponden a notas breves, donde las limitaciones de espacio impiden dar mayor cobertura a este tipo de hechos; lo cual no significa que sean noticias irrelevantes.

En contraposición a lo enunciado anteriormente, descubrimos que en las cinco publicaciones menos del 5% de noticias analizadas corresponden a notas eclipse, noticias con intervalos temporales, noticias de foco múltiple, noticias sobre hechos naturales y noticias cronológicas. Para una mejor comprensión de estos porcentajes, presentamos el siguiente gráfico:

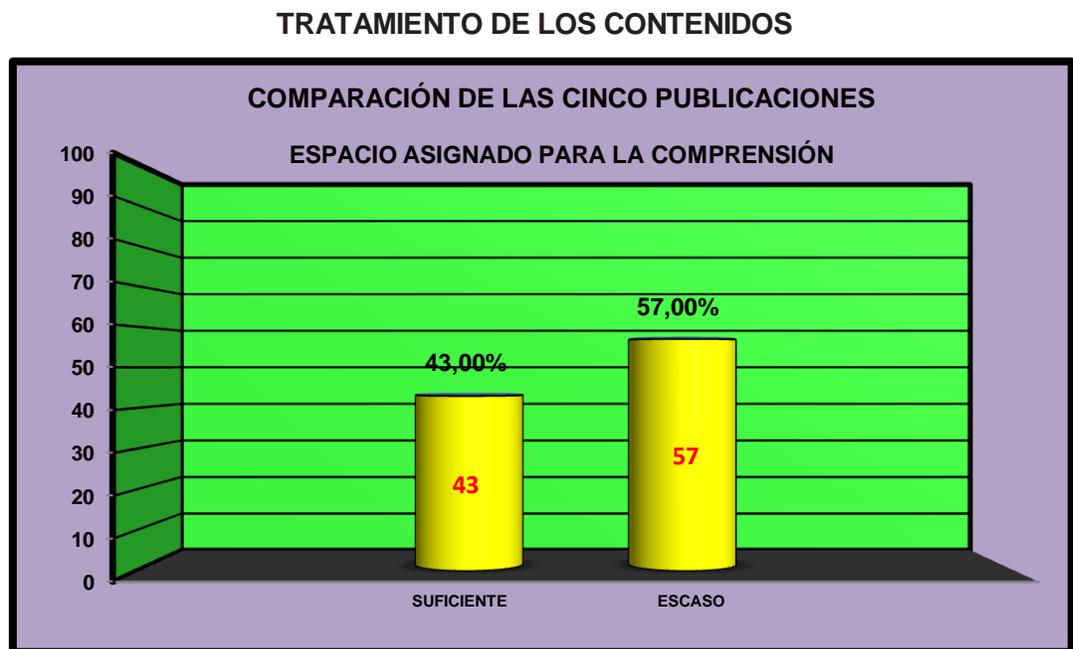


FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

4.2.6 Tratamiento de los contenidos

Es importante destacar que en todas las notas informativas de las cinco publicaciones analizadas de este prestigioso medio de comunicación ecuatoriano, se entiende claramente la manera como es contada la información; también es loable enfatizar que más del 80% de las noticias destacan los aspectos positivos y/o negativos de los hechos; dejando porcentajes mínimos para narraciones tendenciosas. Al hablar sobre la declaración; en las publicaciones del 16, 24 de abril y 2 de mayo, encontramos que más del 60% de las noticias destacan los fragmentos positivos y negativos de los hechos; opuesto a este dato, en las publicaciones del 10 y 18 de mayo, más del 50% de noticias no los destacan.

En todas las publicaciones; más del 80% de las noticias seleccionan los elementos con criterios informativos objetivos, pero dentro del espacio asignado para la comprensión, en el total de publicaciones encontramos que más del 50% de las noticias tienen poco espacio. Para una mejor comprensión de estos porcentajes, presentamos el siguiente gráfico:



FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

En la publicación del lunes 16 de abril encontramos el mayor porcentaje (49%) de noticias que expresan una diferencia de tratamiento con respecto a otros personajes o temas; mientras que en la del viernes 18 de mayo, encontramos el mayor porcentaje (89%) de noticias que no expresan una diferencia de tratamiento; finalmente en todas las publicaciones, más del 70% del total de notas no están firmadas por sus autores.

4.2.7 Enfoque

En las publicaciones del 16 y 24 de abril encontramos que el mayor porcentaje de noticias tienen un enfoque positivo; así mismo, en las publicaciones del 2, 10 y 18 de mayo encontramos que el mayor porcentaje de noticias tienen un enfoque expositivo-neutro-descriptivo.

En todas las publicaciones observamos que el total de noticias exhiben un enfoque narrativo adecuado o acertado; así mismo, más del 90% de las notas no exhiben un enfoque narrativo tendencioso.

El total de publicaciones registra más del 60% de hechos noticiosos que expresan situaciones positivas para la comunidad; así mismo, menos del 20% reflejan una diferencia de enfoque con respecto a otros personajes o temas.

4.2.8 Desequilibrios informativos

En todas las publicaciones estudiadas descubrimos que menos del 20% del total de hechos noticiosos, muestran claramente la separación entre información y opinión; así mismo, no se evidencia publicidad alguna en el contenido de las notas; a excepción de la publicación del miércoles 2 de agosto, donde el 10% de noticias si exhibe propaganda.

También descubrimos que en las cinco publicaciones no se encuentra publicidad subliminal que presione a nuestro subconsciente a adquirir algún producto; excepto la publicación del lunes 16 de abril, donde en una sola noticia encontramos fines

persuasivos para el consumo de un producto determinado; igualmente, todas las publicaciones no presentan mensajes subliminales o aquellos que intentan convencernos sobre alguna teoría, a excepción de la del miércoles 2 de mayo, donde se encontró el único mensaje subliminal.

La publicación del viernes 18 de mayo presenta el más alto porcentaje de carencia de versiones (68%), donde están todas las partes involucradas en el hecho; el menor porcentaje (14%) lo encontramos el martes 24 de abril. Para una mejor comprensión de estos porcentajes, presentamos el siguiente gráfico:



FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

En el total de noticias no se ha encontrado manipulación o no se demuestra que el periodista pretenda con su redacción tergiversar la información; situación que enaltece la labor imparcial de éste medio de comunicación. De la misma manera, en todas las ediciones analizadas no se evidencia morbo alguno, a excepción de la del jueves 10 de mayo, donde solamente una noticia internacional evidenció morbo al hablar del pasado de la cantante mexicana Gloria Trevi.

4.2.9 Valores

Dentro del análisis de este apartado, en las publicaciones correspondientes a los días lunes 16 y martes 24 de abril, descubrimos que el 50% de hechos noticiosos si transmiten valores; posteriormente los porcentajes descienden, y en la publicación del 2 de mayo encontramos valores en el 41% del total de noticias estudiadas; en la del 10 de mayo el 35%, y en la del 18 de mayo únicamente el 19% de notas informativas exteriorizan valores a las audiencias.

Dentro de estos subtotales obtenidos, es sumamente importante aclarar que descubrimos que en las cinco publicaciones de la semana compuesta, el valor que más se destaca por sobre todos con porcentajes considerables es la responsabilidad; situación que a nuestro concepto refleja la calidad ética de este diario. Para una mejor comprensión de estos porcentajes, presentamos el siguiente gráfico:



FUENTE: DIARIO EL COMERCIO
ELABORACIÓN PROPIA

CONCLUSIONES:

1. La Teoría de la Agenda-Setting se ha desarrollado desde las primicias del siglo XX, y muchos autores a nivel mundial han colaborado con un sinnúmero de hipótesis; éstos supuestos no sólo se desprendieron del campo de la comunicación, sino también tuvieron influencias de la sociología y la psicología. Se descubrió el poder político de la propaganda y su influencia en las decisiones de la comunidad; más tarde se desnudó el trascendente papel que cumplen los grupos de poder en la selección de ciertos temas que deben publicar los medios para satisfacer sus intereses; y hoy en día estamos convencidos de que los medios de comunicación no sólo informan, sino que orientan nuestra forma de pensar y actuar.
2. Existe una inmersa e indiscutible relación entre los tres tipos de agendas; primeramente la "agenda de los medios" expone los temas de interés público y que tienen que ver en gran medida con el accionar político; así mismo, la "agenda pública" mide la importancia que tiene la selección de determinados temas en el público y que se relacionan en gran parte con lo político. Finalmente la "agenda política" apunta a las propuestas que ofrecen los grupos políticos y la labor que desempeñan las instituciones gubernamentales, situaciones que son de interés público y que deben obligatoriamente difundir los medios.
3. La Agenda Informativa de los medios nacionales exterioriza la realidad política que vivimos, situación que ha creado un evidente antagonismo entre el Gobierno de turno y los medios de comunicación nacionales. Es indudable que la gran mayoría de ecuatorianos estamos relegados del campo de la producción y difusión de información; por lo cual nos hemos convertido en audiencias receptoras de información previamente programada por los grupos de poder y sus intereses. Nuestra masa social busca insaciablemente la prensa amarillista, la misma que los divierte y les permite olvidar la crisis política y socio-económica que vivimos.
4. El medio que hemos analizado en este trabajo investigativo demuestra ser imparcial y objetivo en su accionar comunicativo; la información difundida a la comunidad demuestra claramente que proviene de verdaderos profesionales en comunicación, cuya investigación y opinión

exteriorizan críticas objetivas al Gobierno actual y a nuestra sociedad; situación que hace bien a la práctica de la democracia.

5. Las nuevas generaciones de comunicadores sociales, más allá de ejercer un periodismo objetivo, debemos practicar un periodismo "honesto" que se acerque lo más posible a la realidad de los hechos. El periodista de hoy debe formar opinión, pero eso no nos da el derecho a formar "nuestra opinión" en la audiencia; por sobre todas las cosas debemos prevalecer el interés de la sociedad por sobre nuestro pensamiento personal.

FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA:

Libros.-

- Rodríguez Díaz, R. (2004), Teoría de la Agenda-Setting, aplicación a la enseñanza universitaria. España: CEE Limecomp, S.L., p. 17-23.
- Sánchez, A., La Acción de los Medios de Comunicación Masiva en el Ecuador, ¿Acción Comunicativa o Estratégica?, p. 23.
- Krippendorff, K. (1990), Metodología de análisis de contenido, teoría y práctica, España: Paidós comunicación, Hurope, S.L.
- Zukernik, E. (2008), Observador de medios de comunicación en América Latina, Buenos Aires, Argentina: Fundación Konrad Adenauer.
- López, M. (1995), Cómo se fabrican las noticias., Fuentes, selección y planificación, Paidós, Barcelona, p. 46.
- Maccombs, M. (1996), Los efectos de los medios de comunicación, Paidós, Barcelona, p. 16.
- Alsina, M. (1989), La construcción de la noticia, Paidós, Barcelona, p. 62.
- Martínez, J. (1989), El lenguaje periodístico, Paraninfo, Madrid, p. 229-235.

Artículos.-

- Tamayo M., Carrillo E., La agenda Pública en España. (2004). (Revista Internacional de Sociología). España. (35-59).
- Luis Terrón, J., Martínez García, L., Sedó, R., La imagen del VIH/SIDA en los principales medios escritos españoles. (2005-2008). España (99-119)
- Gaitán, J.A., Piñuel, J.L., La Agenda temática sobre educación en la prensa digital: Las TIC's entre otros temas (2004). España.
- León Gross, T., Blanco Castilla, E., Identidad editorial en la prensa nacional española: interrelación con la agenda mediática. (2009). (Revista Latina de Comunicación). Tenerife, Canarias; España. (602-611)
- Moscoso Sánchez, D.J., Delgado, V.A., Los deportes de aventura en la prensa deportiva española, (2003). España.

Páginas y sitios Web, Enlaces.-

- http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_del_establecimiento_period%C3%ADstico_de_temas [Consulta 05-05-2012]
- http://www.revistateina.org/Teina_2/dossier/mediosyetica.htm[Consulta 06-05-2012]
- <http://www.waccglobal.org/en/20063-communication-for-development-and-social-justice/592-Comunicaci.html> [Consulta 07-05-2012]
- <http://www.agendasetting.com/index.php/agenda-setting-theory> [Consulta 20-03-2012]
- <http://www.voltairenet.org/Los-medios-son-el-ultimo-recurso> [Consulta 15-05-2012]
- <http://www.argenpress.info/2012/03/ecuador-medios-publicos-o-empresas.html> [Consulta 19-05-2012]
- <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/analisis/612-la-realidad-iuna-cuestion-de-agendas-mediaticas.html> [Consulta 19-05-2012]
- <http://www.youtube.com/watch?v=oXI3HPxYleg> [Consulta 19-05-2012]
- http://comunicacion.idoneos.com/index.php/337570#Agenda_Setting_o_La_teor%C3%ADa_de_la_construcci%C3%B3n_de_agenda [Consulta 19-05-2012]

ANEXOS

ANEXO "A"

RESPALDO PLATAFORMA VIRTUAL DE LA PUBLICACIÓN LUNES 16 DE ABRIL DE 2012

Nombre del Medio	Fecha	No. edición	Cobertura	Tema	Título	No. pagina	Portada	Sección	Procedencia
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	EL GRUPO DE LOS RASTROJOS TIENE SU BASE EN DOS PROVINCIAS DEL PAÍS	2	1	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	DEBEMOS EDUCARNOS EN TEMAS DE SEGURIDAD	2	2	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	SE LLEVARON TODO LO QUE HABÍA EN MI LOCAL	2	2	6	3
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	SEGURIDAD	EN LA COSTA HUBO SIETE MUERTES POR SICARIATO EL FIN DE SEMANA	3	2	10	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	JUSTICIA	DICTAMEN DE CASO ESPINOSA SE SABE HOY	3	2	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	SEGURIDAD	4 PERSONAS DETENIDAS POR SUPUESTO ROBO	3	2	6	4
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	JUDICIAL	JUDICATURA ENTREGÓ UNIDAD DE CONTRAVENCIÓN	3	2	6	4
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	POLÍTICA	PATIÑO SIEMBRA LA DIPLOMACIA MILITANTE	4	1	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	POLÍTICA	LA CORTE DECIDE HOY SI RATIFICA O NO LA CONDENA AL CORONEL TAPIA	4	2	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	POLÍTICA	NUEVO ENLACE RADIAL POR LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN	4	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	POLÍTICA	PRESENTAN PEDIDO DE JUICIO POLÍTICO CONTRA PATIÑO	4	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	POLÍTICA	RED AGRARIA INFORMA DE LA LEY DE INICIATIVA POPULAR	4	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	POLÍTICA	INAUGURACIÓN DEL EDIFICIO DE LA BIBLIOTECA FLACSO	4	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	POLÍTICA	VAMOS A VOTAR EN CONTRA DEL PROYECTO DE LEY DE MEDIOS	5	1	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	POLÍTICA	S. QUISHPE EVALUÓ LA MARCHA POR LA VIDA	5	2	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	NEGOCIOS	CONDICIONES PARA ACCESO A CRÉDITO HIPOTECARIO SIN CAMBIOS, POR AHORA	6	1	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	MERCADOS	EL TLC DE COLOMBIA Y EE.UU. REGIRÁ DESDE MAYO	6	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	LEGISLATIVO	UN FORO PARA ANALIZAR REGULACIÓN CREDITICIA	6	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	COMERCIO	VENTAS A JAPÓN POR MUJERES DE BOLÍVAR	6	2	4	2
EL COMERCIO	16/04/2012	39017	1	ECONOMÍA	LA INTEGRACIÓN DE LA REGIÓN ES AÚN LEJANA	6	2	4	1

(QUITO)									
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	PRODUCCIÓN	HIUNDAY ABRE NUEVA LÍNEA DE ENSAMBLAJE	6	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	FINANZAS	UN ESPALDARAZO DEL FMI PARA LOS CHINOS	6	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	NEGOCIOS	CINCO AUTOS CON ANTENAS MONITOREAN LAS SEÑALES QUE VIAJAN POR EL ECUADOR	7	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	NEGOCIOS	COSTOS DE LAS VIVIENDAS SUBIERON EL 5,79%	7	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	NEGOCIOS	LOS EMPRESARIOS MÁS OPTIMISTAS DEL MUNDO	7	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	NEGOCIOS	LA LECHE IMPORTADA SE GRAVARÁ CON IMPUESTO	7	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	NEGOCIOS	CHINA DECIDE AFLOJAR LAS RIENDAS CON LAS QUE CONTROLA EL YUAN	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	NEGOCIOS	¿SE APROXIMA EL FIN DE LA FIEBRE DE ORO?	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	NEGOCIOS	RENAULT ENCUENTRA RENTABILIDAD EN EL MERCADO DE LOS VEHÍCULOS SENCILLOS	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	NEGOCIOS	LA DEMANDA DE TÉCNICOS MINEROS DEPENDE DE LAS POLÍTICAS ESTATALES	9	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	NEGOCIOS	UN ANÁLISIS SOBRE LOS CREDITOS HIPOTECARIOS	9	1	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	MUNDO	LA CUMBRE SE CERRÓ SIN CONSENSO Y SANTOS DICE QUE NO ES UN FRACASO	10	1	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	MUNDO	LUGO: LA AUSENCIA DE CORREA FUE UNA DECISIÓN RADICAL	10	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	MUNDO	TALIBANES ATACARON KABUL	10	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	MUNDO	CAE JEFE DE SICARIOS DE ORGANIZACIÓN LOCAL	10	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	MUNDO	EMBOSCADA DE LAS FARC EN SUROESTE DEL PAÍS	10	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	MUNDO	REVELACIONES DE VIDELA CAUSAN DISGUSTO	10	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	MUNDO	UNA EXPLOSIÓN DEJÓ MUERTOS Y HERIDOS	10	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	MUNDO	EL REY DE ESPAÑA, CRITICADO POR CAZAR ELEFANTES	11	1	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	EDITORIAL	HIPOTECAS: REGLAS NUEVAS	12	1	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	OPINIÓN	LO LIGHT	12	1	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	OPINIÓN	LA TERCERA ARMA	12		5	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	OPINIÓN	EL CAMINO A RECORRER	12	2	5	2

EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	OPINIÓN	CORREA SIN CUMBRE	12	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	OPINIÓN	EN EDUCACIÓN SE PIERDE OTRO AÑO	13	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	OPINIÓN	EL LEGADO DE LIBERTAD	13	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	EDUCACIÓN	LA POLITÉCNICA DEL CARCHI INVIRTIÓ USD 24 MILLONES PARA SALVARSE	14	1	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	EDUCACIÓN	PLAN DE AYUDA PARA DOCENTES	14	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	AMAZONÍA	VITERI Y CHUJI, AL FRENTE DE LA CONFENIAE	14	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	CLIMA	TORNADO DEJA MUERTOS Y DESTROZOS EN EE.UU.	14	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	INFORMACIÓN GENERAL	EL CESE AL FUEGO NO TIENE UN ACUERDO FORMAL	14	2	9	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	INFORMACIÓN GENERAL	HUMALA SE REUNIÓ CON 34 EX REHENES	14	2	9	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	QUITO	3 MESES DURARÁN LAS OPERACIONES DE TRASLADO A LA TERMINAL DE TABABELA	15	1	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	QUITO	UN TUNEL PARA IMPEDIR LAS INUNDACIONES EN EL NORTE	15	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	QUITO	IRRESPETO A LA VÍA EXCLUSIVA	15	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	QUITO	UN CONTENEDOR DE BASURA ESTÁ TORCIDO	15	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	QUITO	LA LUZ ROJA DE UN SEMÁFORO NO FUNCIONA	15	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	QUITO	UN BACHE AFECTA A LA CIRCULACIÓN VEHICULAR	15	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	QUITO	BASURA Y CÉSPED OBSTRUYEN LA ACERA	15	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	QUITO	EL CONTENEDOR DE BASURA FUE REMOVIDO	15	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	QUITO	UN SUMIDERO ESTÁ TAPONADO	16	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	QUITO	GRAFITIS AL INGRESO NORTE - SUR DEL TÚNEL	16	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	QUITO	UNA CALLE LLENA DE HUECOS Y AGUA	16	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	QUITO	LA LECHE DE CABRA SE VENDE SIN REGULACIONES	16	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	QUITO	EL CONTROL POLICIAL EN EL CENTRO SUR ES ESCASO LOS FINES DE SEMANA	17	2	2	4
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	QUITO	TALLERES GRATUITOS SE DICTARÁN EN CALDERÓN	17	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	QUITO	VIVIENDAS LISTAS EN LA MENA	17	2	9	4

EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	ECUADOR	LAS FAMILIAS ACOGIENTES SALVARON VIDAS	18	2	8	3
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	ECUADOR	LA COMIDA SE COMPARTE ENTRE VECINOS	18	2	8	3
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	ECUADOR	UN JOVEN CON DISCAPACIDAD FUE RESCATADO	18	2	8	3
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	ECUADOR	LA AYUDA ENTRE DAMNIFICADOS NO FALTÓ	18	2	8	3
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	ECUADOR	RIOBAMBA VIVE FIESTAS DE INDEPENDENCIA	18	2	8	3
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	ECUADOR	GANADEROS DE LA CONCORDIA A UN TALLER	18	2	8	3
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	ECUADOR	CAMPAÑA A FAVOR DE LOS ANIMALES SILVESTRES	18	2	8	3
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	ECUADOR	LA DISTRIBUCIÓN DE GAS NO SE NORMALIZA	18	2	8	3
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	ECUADOR	36 BARRIOS RECIBIRÁN PROYECTOS ELÉCTRICOS	18	2	8	3
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	ECUADOR	29 CASAS QUEDARON AFECTADAS EN PICAY POR LAS ÚLTIMAS LLUVIAS	19	2	9	3
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	ECUADOR	EL VOLCÁN MERMÓ LA PRODUCCIÓN DE MAÍZ	19	2	9	3
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	SOCIEDAD	EL TEJIDO MAMARIO PUEDE CRECER FUERA DE LUGAR Y FORMAR MAMAS ACCESORIAS	20	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	SOCIEDAD	FUNDACIÓN QUE ESTUVO 35 AÑOS EN EL BACA ORTÍZ FUE EXPULSADA	20	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	SOCIEDAD	VACUNACIÓN MASIVA EN QUITO	20	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	SOCIEDAD	JÓVENES CONTRA EL CÁNCER ORGANIZA CITA	20	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	SOCIEDAD	AYUDA DE JAPÓN DE USD 20 MILLONES	20	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	SOCIEDAD	EPISCOPADO TIENE SU REUNIÓN ANUAL	20	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	SOCIEDAD	CHEVRÓN TIENE UNA PÁGINA WEB DEL JUICIO	20	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	SOCIEDAD	REUNIÓN DE MIGRANTES CON DISCAPACIDAD	20	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	SOCIEDAD	90 ESCUELAS SIGUEN COMO ALBERGUES EN LA COSTA	21	1	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	ESPECTÁCULOS	"SABINA ES UN CRÁPULA Y SERRAT UN INSOPORTABLE..."	22	2	11	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	ESPECTÁCULOS	LA ALAMEDA SE MOVIÓ CON LA ELECTRÓNICA	22	2	11	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	ESPECTÁCULOS	SHAKIRA CRITICADA POR ERRORES AL CANTAR EL HIMNO	22	2	11	1
EL COMERCIO	16/04/2012	39017	1	ESPECTÁCULOS	UN MUSEO SE ABRIÓ EN HONOR A PEDRO INFANTE	22	2	11	1

(QUITO)									
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	ESPECTÁCULOS	ANNE HATHAWAY LUCIÓ COMO LA NUEVA GATUBELA	22	2	11	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	ESPECTÁCULOS	WOODY ALLEN RECIBE CRÍTICAS A "TO ROME WITH LOVE"	22	2	11	1
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	CULTURA	JAM SESSIONS: SENTIR EL JAZZ EN QUITO	24	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	CULTURA	LA PINTURA DE RICHTER CUESTIONA LO REAL	24	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	CULTURA	UNA CITA PARA RECORDAR "EL FESTÍN DEL PETROLEO"	24	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	CULTURA	EL VIAJE DE JUAN ES DE APRENDIZAJE	24	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	CULTURA	EL CÁSIKO "PEDRO Y EL LOBO" SUENA EN QUITO	24	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	16/04/2012	39017	1	CULTURA	ARTE QUE HABLA DE LA ACULTURACIÓN	24	2	7	2

País que ocurren los hechos	Espacio CM2	Organismos o entidades públicas	Detalle	Organismos o entidades privadas	Detalle	ONG's	Detalle
	1000	1					
	200	1					
	96			1			
	480	1					
	150	1					
	40	1					
	40	1					
	900	1					
	390	1					
	25			1			
	25	1					
	25	1					
	25			1			
	560						
	100						
	625	1					
COLOMBIA	375	1					
	44	1					
	28						

MÉXICO	28				1
	52			1	
CHINA	32			1	
	600	1			
COLOMBIA	40				
PERÚ	24				
VENEZUELA	20				
CHINA	400	1			
EE.UU.	300	1			
FRANCIA	360			1	
	400	1			
	198	1			
COLOMBIA	650	1			
COLOMBIA	100			1	
AFGANISTAN	44	1			
MÉXICO	24	1			
COLOMBIA	40	1			
ARGENTINA	44	1			
IRAK	24	1			
ESPAÑA	720			1	
	240			1	
	225			1	
	330			1	
	220			1	
	220			1	
	210			1	
	210			1	
	480	1			
	40	1			
	140				
EE.UU.	171	1			
SIRIA	40	1			
PERÚ	40	1			
	850	1			
	195	1			
	108				
	44				

	24					
	44					
	44					
	24					
	44					
	24					
	20					
	600			1		
	460	1				
	108					
	90	1	MUNICIPIO QUITO			
	408			1	SEGUNDO ARCE	
	250			1	BYRON ALVEAR	
	250			1	OSWALDO CANCHINGA	
	250			1	LUISA QUIÑONEZ	
	44			1		
	26			1		
	44			1		
	44			1	JOSÉ FRANCO	
	20			1		
	460	1	COE AZUAY			
	240	1	OBSERVATORIO VOLCÁN TUNGURAHUA			
	775	1	HOSPITAL EUGENIO ESPEJO			
	425	1	HOSPITAL BACA ORTÍZ			
	144	1	FUNDACIÓN JÓVENES CONTRA EL CÁNCER			
	48	1	MINISTERIO DE SALUD			
	24					1 AGENCIA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL DE COREA
	44					
	40			1	COPORACIÓN CHEVRÓN	
	24	1	MISIÓN SOLIDARIA MANUELA ESPEJO			
	600	1	MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL			
CHILE	680			1	DIARIO "EL MERCURIO" DE CHILE	
	260			1	ENCOMMA Y ALIANZA FRANCESA	

						DIARIO EL "EL TIEMPO" DE COLOMBIA
						DIARIO EL "EL COMERCIO" DE PERÚ
						DIARIO EL "EL NACIONAL" DE VENEZUELA
1						
						DESCONOCIDO
						DESCONOCIDO
						DESCONOCIDO
						DESCONOCIDO
						DESCONOCIDO

				1					1		1	
				1					1		1	1
				1					1		4	2
				1					2			2
			1						2			3
			1						2			3
				1					1		8	
				1					1		4	
			1						2			
			1						2			
			1						1		1	
			1						1		1	
1									1		1	
			1						1		1	
			1						1		1	
						1			1		1	
			1						1		1	
			1						1		1	
						1			2			
			1						2			
						1			1		1	
			1						1		1	
						1			2			
						1			2			
						1			2			
						1			1		1	1
						1			1		1	1
						1			1		1	1
				1					1		1	
			1						2			1
				1					1		1	
			1						1		1	
			1						2			
			1						2			
			1						2			
			1						1		1	
			1						2			

					1				1		1		1
		1							2				
		1							2				
		1							2				
		1							2				
		1							2				
		1							2				
		1							2				
		1							2				
		1							1		1		
		1							2				
		1							1		2		
						1			1		2		
						1			2				
						1			1		1		
		1							1		5		
		1							1		2		
		1							2				
		1							2				
		1							2				
		1							2				
		1							2				
		1							2				
		1							2				
		1							2				
		1							2				
		1							2				
		1							2				
		1			1				1		8		
		1			1				1		4		
		1							2				1
		1							2				1
		1							1		1		1
		1							1		1		1
		1							1		1		1
		1							1		1		1
		1							1		1		1
		1							1		1		1
		1							1		1		1
		1							1		1		1
		1							1		1		1
		1							1		1		1

		1							1	1	1
		1							1	1	2
		1							1	1	3
				1					1	1	1
		1							1	1	1
		1							1	1	1
		1							1	1	1
		1							1	1	1
		1							1	1	1
		1							1	1	1
		1							1	1	1
		1							1	1	1
		1							1	1	1
		1							1	1	1
		1							1	2	
		1							1	4	
		1							2		
		1							2		1
		1							2		
		1							2		
		1							1	4	
		1							1	1	
		1							1	1	
		1							1	1	
		1							1	1	
		1							1	1	

¿Prevalece la fuente en el titular?	Fuentes directas	Fuentes indirecta	Fuentes profesionales	Fuentes subjetivas	Fuentes objetivas	Fuentes gubernamentales	Fuentes Institucionales	Fuentes públicas	Fuentes privadas	Fuentes legítimas	Fuentes ilegítimas	Fuentes actuales
1										1		
2	1											
2	1											
2	1											
2							1					
2		1										
2							1					
1						1						
1	1											
2		1										
2							1					
1							1					
1	1											
1	1											
1	1											
2	1											
2							1					
2							1					
2		1										
2												
2		1										
2					1							
2			1									
2												
2												
2												
2							1					
2							1					
2									1			
2			1									
2		1										
1		1										
1		1										
2		1										
2		1										
2		1										

2		1												
2		1												
2		1												
2														
2														
2														
2														
2														
2														
2	1													
2		1												
1	1													
2		1												
2		1												
1	1													
2	1													
2	1													
2		1												
2		1												
2		1												
2		1												
2		1												
2		1												
2		1												
2		1												
2	1													
2	1				1									
2	1													
2		1												
2		1												
2		1												
2		1												
2														
2										1				
2														

2						1							
2						1							
2						1							
2	1												
2	1												
2				1									
2	1												
2	1												
2				1									
2				1									
2				1									
2				1									
2				1									
1	1												
1	1												
2	1												
2													
2													
2													
2													
2	1												
2	1												
2	1												
2				1									
2				1									
2				1									
2													
2													
2													
2	1												
2	1												
2	1												
2				1									
2				1									

Fuentes de archivo	Fuentes de partidos políticos	Fuentes de sindicatos	Agencias	Medio donde las fuentes actuaron, vía elegida por la fuente	Otro medio	No. fuentes a favor	No. fuentes en contra	Espacios A favor	Espacios en contra	Objetiva - Nombres y apellidos	Impersonal (ciudadano)	Genérica (manifestaciones)
				2						1		
				2						1		
				2						1		
				2						1		
				4						1		
				4								
				2								
				2		7	1	250	15			
				4		2	2	100	20	1		
				5	DESCONOCIDO							1
				5	DESCONOCIDO							
				2								
				2								
				3						1		
				2						1		
				2						1		
				2						1		
				2								
			1	2								
				2								
				2						1		
				2						1		
			1	2							1	
			1	2							1	
			1	2							1	
				2						1		
				2						1		
				2						1		
				3						1		
				2							1	
				2						1		
				2						1		
				2							1	
				2							1	
				2							1	

				2						1
				2						
				2					1	
				2				1		
								1		
								1		
								1		
								1		
								1		
								1		
								1		
				2				1		
				2						1
				2				1		
				2						
				2						
				2						
				2						
				2						
				2	2	3	160	72	1	
				2					1	
				5	DESCONOCIDO					1
				5	DESCONOCIDO					1
				5	DESCONOCIDO					1
				5	DESCONOCIDO					1
				5	DESCONOCIDO					1
				5	DESCONOCIDO					1
				5	DESCONOCIDO					1
				5	DESCONOCIDO					1
				5	DESCONOCIDO					1
				2		7	1	112	40	1
				2		3	1	150	30	
				2						1
				5	DESCONOCIDO					1
				2					1	
				2					1	
				2					1	
				2					1	
				2						1

		1		2						1	
				2						1	
				2					1		
				2						1	
				2					1		
				2					1		
				2					1		
				2					1		
				2					1		
				2					1		
				2							1
				2							1
				2							1
				2							1
				2							1
				2					1		
				3					1		
				2						1	
			1	2					1		
			1	2					1		
			1	2					1		
			1	2					1		
				2					1		
				2					1		
				2					1		
				2						1	
				2						1	
				2					1		
			1	2					1		
			1	2					1		
				2					1		
				2					1		
				2					1		
				2						1	
				2						1	
				2					1		
				2						1	
				2						1	
				2					1		
				2						1	
				2						1	

Off the record absoluto	Off the record parcial	Estilo directo	Estilo indirecto	Nombre Intervención	Cargo	Modo de Intervención	Otro modo	Espacio de intervención
		1		JUAN CARLOS CALLE SERNA	LIDER BANDA RASTROJOS	2		80
		1		CAROLINA ESPINOSA	PARVULARIA	2		40
		1		PATRICIA C.	NEGOCIANTE	2		90
		1		SILVIA ZAMBRANO	FISCAL	1		20
		1		HENRY ESTRADA	FISCAL	4	DESCONOCIDO	20
1		1		POLICÍA NACIONAL	MOTORIZADOS REGIMIENTO QUITO NO. 2	4	DESCONOCIDO	5
1		1		UNIDAD JUDICIAL ESPECIALIZADA EN CONTRAVENCIONES	UNIDAD JUDICIAL ESPECIALIZADA EN CONTRAVENCIONES AMBATO	2		5
	1	1		RICARDO PATIÑO	CANCILLER	2		20
		1		YOLANDA CORTEZ TAPIA	ESPOSA DEL ACUSADO CORONEL TAPIA	2		80
			1			4	DESCONOCIDO	
	1		1	ASAMBLEA NACIONAL	COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN	4	DESCONOCIDO	
	1	1		RED AGRARIA		4	DESCONOCIDO	
1			1	FLACSO		4	DESCONOCIDO	
		1		JORGE ESCALA	ASAMBLEISTA	1		300
		1		SALVADOR QUIHPE	PREFECTO ZAMORA CHINCHIPE	2		20
		1		EFRAÍN VIERA	GERENTE BIESS	2		15
		1		RON KIRK	REPRESENTANTE COMERCIAL EE.UU.	2		25
	1	1		ASAMBLEA NACIONAL	COMISIÓN DE RÉGIMEN ECONÓMICO	2		10
1		1		MUJERES IDÍGENAS DE BOLÍVAR	ASOCIACIÓN DE DESARROLLO INTEGRAL SIMIATUG SAMAI	4	DESCONOCIDO	10
1		1		ORGANIZADORES DEL FORO ECONÓMICO MUNDIAL EN LATINOAMÉRICA	ORGANIZADORES DEL FORO	4	DESCONOCIDO	10
1		1		AYMESA	EMPRESA ENSAMBLADORA DE CAMIONES	4	DESCONOCIDO	6
		1		CHRISTINE LAGARDE	DIRECTORA GENERAL DEL FMI	2		24
		1		HUGO CARRIÓN	INGENIERO EN TELECOMUNICACIONES	2		16
			1					
			1					
			1					
		1		CHRISTINE LAGARDE	DIRECTORA FMI	2		20
		1		NEIL ROSE	DIRECTOR DE INVERSIONES DE CADINHA AND CO.	2		15
		1		CARLOS DA SILVA	ANALISTA IHS	2		30
		1		RENÁN CORNEJO	DECANO FACULTAD GEOLOGÍA EPN	1		180
			1					
		1		JUAN MANUEL SANTOS	PRESIDENTE DE COLOMBIA	3		20
		1		FERNANDO LUGO	PRESIDENTE DE PARAGUAY	2		8

			1				
			1				
			1				
1			1	JORGE RAFAEL VIDELA	EX PRESIDENTE DE ARGENTINA	2	8
			1				
		1		JUAN CARLOS I	REY DE ESPAÑA	4	DESCONOCIDO 20
			1	DIARIO "EL COMERCIO"		4	OPINIÓN 240
			1	FABIAN CORRAL	EDITORIALISTA "EL COMERCIO"	4	OPINIÓN 225
			1	ENRIQUE ECHEVERRÍA	EDITORIALISTA "EL COMERCIO"	4	OPINIÓN 330
			1	JORGE ZALLES	EDITORIALISTA "EL COMERCIO"	4	OPINIÓN 220
			1	JORGE LEÓN	EDITORIALISTA "EL COMERCIO"	4	OPINIÓN 220
			1	MIGUEL RIVADENEIRA	EDITORIALISTA "EL COMERCIO"	4	OPINIÓN 210
			1	JORGE MANTILLA	EDITORIALISTA "EL COMERCIO"	4	OPINIÓN 210
		1		HUGO RUÍZ	RECTOR DE LA UPEC	2	40
			1			4	DESCONOCIDO
		1		PEPE ACACHO	DIRIGENTE ASHUAR	2	25
	1		1			4	DESCONOCIDO
	1		1			4	DESCONOCIDO
	1	1		OLLANTA HUMALA	PRESIDENTE DEL PERÚ	2	16
		1		PHILIPPE BARIL	GERENTE GENERAL QUIPORT	2	20
		1		LOURDES RODRIGUEZ	SECRETARIA DE SEGURIDAD	2	25
			1			4	DESCONOCIDO
			1			4	DESCONOCIDO
			1			4	DESCONOCIDO
			1			4	DESCONOCIDO
			1			4	DESCONOCIDO
			1			4	DESCONOCIDO
			1			4	DESCONOCIDO
			1			4	DESCONOCIDO
			1			4	DESCONOCIDO
		1		JEANETTE HEREDIA	MÉDICA NUTRIÓLOGA	2	22
1		1		POLICIA NACIONAL	AGENCIA NACIONAL DE TRÁNSITO	2	30
			1			4	DESCONOCIDO
			1			4	DESCONOCIDO
		1		SEGUNDO ARCE	BOMBERO	2	13
		1		BYRON ALVEAR	MORADOR	2	20
		1		OSWALDO CANCHINGA	MORADOR	2	20

		1		LUISA QUIÑONEZ	MORADORA	2		44
			1			2		
			1			2		
			1			2		
		1		JOSÉ FRANCO	DIRECTOR DE HIDROCARBUROS	2		8
			1			2		
		1		JAIME LEÓN	BOMBERO	2		15
		1		JORGE ORDÓÑEZ	VULCANÓLOGO OVT	2		40
		1		GERMÁN CISNEROS	MASTÓLOGO HOSPITAL EUGENIO ESPEJO	2		16
		1		HILCE NOROÑA	PRESIDENTA FUNDACIÓN COMPARTAMOS CON LOS NIÑOS DEL ECUADOR	2		12
		1		CARINA VANCE	MINISTRA DE SALUD	2		8
			1			2		
			1			2		
			1			2		
			1			2		
			1			2		
		1		GLORIA VIDAL	MINISTRA DE EDUCACIÓN	2		16
		1		JOAQUIN SABINA Y JUAN MANUEL SERRAT	CANTANTES	1		340
			1			4	DESCONOCIDO	
		1		SHAKIRA	CANTANTE	4	DESCONOCIDO	
		1		PEDRO INFANTE	CANTANTE	4	DESCONOCIDO	
		1		ANNE HATHAWAY	ACTRIZ	4	DESCONOCIDO	
		1		WOODY ALLEN	DIRECTOR DE CINE	4	DESCONOCIDO	
		1		PEPE AVILÉS	PROPIETARIO DEL "POBRE DIABLO"	2		26
		1		GERARS RICHTER	ARTISTA CONTEMPORÁNEO ALEMÁN	2		20
		1		JAIME GALARZA ZAVALA	VICEPRESIDENTE CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA	2		8
			1			2		
			1			2		
		1		NAEKAT TIWIP	ARTISTA	2		8

Número de veces que interviene	Noticia clásica o estándar	Noticia exclusiva	Noticia especial	Noticia con entrevista	Noticia de foco múltiple	Breve	Tema del día	Noticia cronológica	Noticia en cifras	Noticia natural	Noticia artificial	Noticia falsa	Sondeo	Noticia de caducidad puntual	Noticia con duración prolongada
4									1						
1			1												
1															
1			1												
1							1								
1						1									
1						1									
2		1													
3	1														
						1									
						1									
						1									
						1									
20				1											
1	1														
1									1						
1		1													
1						1									
1						1									
1						1									
1						1									
1						1									
1			1												
						1									
						1									
1			1												
1			1												
1			1												
1				1											
									1						
1			1												
1			1												
						1									
						1									

						1								
						1								
1						1								
						1								
1										1				
1										1				
1			1											
1			1											
1			1											
						1								
						1								
						1								
						1								
1						1				1				
5				1										
													1	
						1								
						1								
						1								
1			1											
2			1											
1						1								
						1								
						1								
1						1								
1			1											
2			1											
1						1								
						1								
						1								
1						1								

Noticia con intervalos temporales	Noticia eclipse	Narración clara	Hay una narración tendenciosa que remarca o amplía aspectos concretos de forma innecesaria	Hay una narración tendenciosa que omite datos o versiones de forma evidente	Se destacan los aspectos positivos/negativos del hecho	Se destacan los fragmentos positivos/negativos de la declaración	Se seleccionan los elementos con criterios informativos objetivos	El espacio asignado para la comprensión es	¿Hay diferencia de tratamiento con respecto a otros personajes o temas?
		1			1	1	2	1	1
		1			1	1	2	1	1
		1			1	1	2	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	2	1	1	1
		1			1	2	1	1	2
		1			1	2	1	1	2
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	2	1	2	2
		1			1	2	1	2	2
		1			1	2	1	2	2
		1			1	2	1	2	2
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	2	1
		1			1	1	1	2	1
		1			1	1	1	2	1
		1			1	1	1	2	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1

		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	1
		1	1			2	2	1	1
		1	1			2	2	1	1
		1	1			2	2	1	1
		1	1			2	2	1	1
		1	1			2	2	1	1
		1	1			2	2	1	1
		1	1			2	2	1	1
		1	1			2	2	1	1
		1	1		1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
	1	1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2

		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	2	1
		1			1	1	1	2	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	2	1
		1			1	1	1	2	1
		1			1	1	1	2	1
		1			1	1	1	2	1
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2

¿La información está firmada?	Enfoque	Enfoque narrativo adecuado	Enfoque narrativo tendencioso	Vinculación con elementos, circunstancias o situaciones	¿Hay diferencia de enfoque con respecto a otros personajes o temas?	¿Existe separación entre información y opinión?	¿Dónde se detecta?	¿Existe propaganda?	¿Existe publicidad subliminal?	¿Dónde se detecta?
2	2	1	2	2	1	2		2	2	
2	3	1	2	2	1	1	LA POLICÍA DEBERÍA INICIAR UNA CAMPAÑA PARA PREVENIR LOS ACTOS DELICTIVOS	2	2	
2	2	1	2	2	1	2		2	2	
1	1	1	2	2	1	2		2	2	
1	3	1	2	2	1	2		2	2	
2	3	1	2	2	1	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
1	4	1	2	1	1	2		2	2	
1	3	1	2	2	1	1	EN LOS PUNTOS DE VISTA DEL GOBIERNO Y LA FISCALÍA	2	2	
2	1	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
1	3	1	2	1	1	2		2	2	
2	3	1	2	1	1	2		2	2	
1	1	1	2	1	1	1	SE INFORMA SOBRE LAS REFORMAS QUE HARÁ EL BIESS ANTE LO CUAL OPINAN LOS CIUDADANOS	2	2	
2	3	1	2	1	1	1	EL EX VICEMINISTRO COMERIO EXTERIOR ECUADOR OPINA QUE A CORTO PLAZO AFECTARÁ AL PAÍS	2	2	
2	3	1	2	1	1	2		2	2	
2	1	1	2	1	1	2		2	2	
2	1	1	2	1	1	2		2	2	
2	3	1	2	1	1	2		2	2	
2	3	1	2	1	1	2		2	2	
1	1	1	2	1	1	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
1	1	1	2	1	1	1	LA DIRECTORA DEL FMI OPINA QUE LA AMPLIACIÓN DE LA BANDA CAMBIARIA ES UN PASO IMPORTANTE	2	2	

								NEIL ROSE OPINA QUE CUALQUIER BUENA NOTICIA ECONÓMICA ES ALGO NEGATIVO PARA EL ORO			
1	2	1	2	2	1	1	1		2	2	
								ARNAUD DEBOEUF OPINA QUE EL ENFOQUE ES UN POCO MÁS COMPLEJO			SE INCENTIVA A COMPRAR LOS AUTOS RENAULT SENCILLOS POR SER MÁS BARATOS
1	1	1	2	1	1	1	1		2	1	
2	1	1	2	1	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2	2		2	2	
1	1	1	2	2	1	2	2		2	2	
								CORREA SE AUTOMARGINÓ DE LA CUMBRE, EN SOLIDARIDAD CON CUBA, QUE NO FUE INVITADA A PARTICIPAR			
2	2	1	2	2	1	1	1		2	2	
2	2	1	2	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2	2		2	2	
								SEGÚN MUCHOS ESPAÑOLES, EL REY CAZADOR DA UN MAL EJEMPLO CON SU CARA Y CUESTIONABLE AFICIÓN			
2	2	1	2	2	1	1	1		2	2	
1	4	1	1	2	1	1	1	ARTÍCULO SOLO DE OPINIÓN	2	2	
1	4	1	1	2	1	1	1	ARTÍCULO SOLO DE OPINIÓN	2	2	
1	4	1	1	2	1	1	1	ARTÍCULO SOLO DE OPINIÓN	2	2	
1	4	1	1	2	1	1	1	ARTÍCULO SOLO DE OPINIÓN	2	2	
1	4	1	1	2	1	1	1	ARTÍCULO SOLO DE OPINIÓN	2	2	
1	4	1	1	2	1	1	1	ARTÍCULO SOLO DE OPINIÓN	2	2	
2	1	1	2	1	2	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2	2		2	2	

2	4	1	2	2	2	2	2	2	2
2	4	1	2	2	2	2	2	2	2
2	4	1	2	2	2	2	2	2	2
2	4	1	1	2	2	2	2	2	2
2	4	1	1	2	2	2	2	2	2
2	4	1	1	2	2	2	2	2	2
1	4	1	2	2	1	1	1	2	2
1	2	1	2	2	2	2	1	2	2
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	2	1	2	1	2	2	2	2	2
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	3	1	2	2	2	2	2	2	2
2	3	1	2	1	1	2	2	2	2
2	3	1	2	1	1	2	2	2	2
2	3	1	2	1	1	2	2	2	2
2	3	1	2	1	1	2	2	2	2

2	3	1	2	1	1	2		2	2
2	3	1	2	1	1	2		2	2
2	3	1	2	1	1	2		2	2
1	3	1	2	1	2	1	RAMIRO ALACIREGUI, OPINA QUE EL JAZZ SUENA CON MAYOR FRECUENCIA EN LA CAPITAL	2	2
1	3	1	2	1	2	2		2	2
2	3	1	2	1	2	2		2	2
2	3	1	2	1	2	2		2	2
2	3	1	2	1	2	2		2	2
2	3	1	2	1	2	2		2	2

¿Existen mensajes subliminales?	¿Existe carencia de alguna versión?	¿Existe manipulación?	¿Dónde se detecta?	¿Existe morbo?	Dónde se detecta?	¿Es una noticia que transmite valores?	Libertad	Justicia	Respeto	Tolerancia
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		1		1		
2	1	2		2		1		1		
2	1	2		2		1		1		
2	2	2		2		1				
2		2		2		1				
2	1	2		2		1		1		
2	1	2		2		1	1			
2	1	2		2		1		1		
2	1	2		2		1				
2	1	2		2		1				
2	1	2		2		1	1			
2	1	2		2		1			1	
2	1	2		2		1				
2	1	2		2		1				
2	1	2		2		1				
2	1	2		2		1				
2	1	2		2		1				
2	1	2		2		1				
2	1	2		2		1				
2	1	2		2		1				
2	1	2		2		1				
2	1	2		2		1				
2	2	2		2		1				

1												
							1					
1											1	
						1					1	
						1						
											1	
											1	
											1	

ANEXO “B”

RESPALDO PLATAFORMA VIRTUAL DE LA PUBLICACIÓN MARTES 24 DE ABRIL DE 2012

Nombre del Medio	Fecha	No. edición	Cobertura	Tema	Titulo	No. pagina	Portada	Sección	Procedencia
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	OPINIÓN	¿EXISTE UN PROYECTO NACIONAL?	10	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	OPINIÓN	MINISTRO DEL BANANO	10	1	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	OPINIÓN	EMBARGO	10	2	5	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	OPINIÓN	ARGENTINA VS. ESPAÑA	10	2	5	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	OPINIÓN	EL REVOLUCIONARIO	11	2	5	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	OPINIÓN	SOCIALISTAS FRANCESES	11	2	5	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	INFORMACIÓN GENERAL	PESE A LA PROHIBICIÓN, EL PASAJE AUMENTÓ EN LA SIERRA CENTRO	12	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	INFORMACIÓN GENERAL	LAS AUTORIDADES ANALIZAN EL FUTURO DEL H. UNIVERSITARIO	12	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	INFORMACIÓN GENERAL	CHÁVEZ SE PRESENTA ANTE LOS RUMORES	12	2	9	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	INFORMACIÓN GENERAL	NUEVOS GUIAS PARA LA CÁRCEL	12	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	INFORMACIÓN GENERAL	UNA PUBLICACIÓN SOBRE JACINTO JIJÓN Y CAAMAÑO	12	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	INFORMACIÓN GENERAL	COMANDO ABRE FUEGO CONTRA CASA DE ALCALDE	12	2	9	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	INFORMACIÓN GENERAL	LA ONU CALCULA EL DAÑO QUE OCASIONA EL CRIMEN	12	2	9	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	INFORMACIÓN GENERAL	300000 INTERNAUTAS PODRÍAN SER AFECTADOS	12	2	9	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	TRÁNSITO QUITO	30 HORAS CLASE PARA RECUPERAR PUNTOS	13	1	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	TRÁNSITO QUITO	LOS PUNTOS PERDIDOS FUERON INDULTADOS HACE UN AÑO	13	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	TRÁNSITO QUITO	INCONFORMIDAD EN LOS CONDUCTORES	13	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	TRÁNSITO QUITO	LA ANT APROBÓ EL PROCEDIMIENTO	13	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	TRÁNSITO QUITO	5465, EN EL ÚLTIMO AÑO EN EL PAÍS	13	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	TRÁNSITO QUITO	LOS FACTORES DE RIESGO EN LAS VÍAS	13	2	9	4
EL COMERCIO	24/04/2012	39025	1	TRÁNSITO EN	FALLAS EN PRIMER DÍA DE LA PRUEBA DE	14	2	9	2

(QUITO)				ECUADOR	ALCOHOLEMIA, EN TERMINALES				
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	POLÍTICA	ANDRÉS PÁEZ DESAFÍA AL CJT	2	2	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	TRÁNSITO EN ECUADOR	EL ALCOHOL, TERCERA CAUSA DE ACCIDENTES	14	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	TRÁNSITO EN ECUADOR	LOS ALCOHOLÍMETROS AÚN NO LLEGAN A LA TERMINAL	14	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	TRÁNSITO EN ECUADOR	PRUEBAS A CONDUCTORES NO SE APLICAN EN AMBATO	14	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	POLÍTICA	BANQUEROS Y SU TEMOR POR LA LEY	2	2	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	TRÁNSITO EN ECUADOR	EL CONTROL DE ALCOHOLEMIA EN CHOFERES NO SE INICIÓ	14	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	TRÁNSITO EN ECUADOR	EN LA CAPITAL AZUAYA NO HAY FECHA PARA LOS CONTROLES	14	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	POLÍTICA	LA EVALUACIÓN A LOS COLEGIOS VIENE	2	2	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	QUITO	UNA MISA EN EL LENGUAJE DE SEÑAS	15	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	POLÍTICA	HÉROE DEL CENEP APOYA EL PROCESO	2	2	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	QUITO	SE INSTALARON VARIAS MÁQUINAS DE EJERCICIO	15	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	QUITO	MOLESTIAS POR DESNIVELES EN ACERAS	15	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ECUADOR	EL VERDADERO SUEÑO DE UNO DE LOS MINEROS SEPULTADOS ERA LA MÚSICA	16	1	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	POLÍTICA	SOBREVIVIENTES DE MATANZA EN EL SALVADOR CUENTAN SU DRAMA	3	2	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ECUADOR	20 VOLQUETEROS NO LLEVARON MATERIAL HACIA EL AEROPUERTO	16	2	2	
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ECUADOR	LA BÚSQUEDA DE TRES PESCADORES TERMINÓ	16	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	POLÍTICA	NO HE SIDO AMIGO DE RAFAEL CORREA	3	1	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ECUADOR	LA LLUVIA GOLPEÓ AL CANTÓN SANTA ANA	16	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ECUADOR	134 CASOS SE REGISTRAN EN ESMERALDAS	16	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ECUADOR	LOS ALCALDES FIRMARON UN ACUERDO	16	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	POLÍTICA	EL BALANCE SOBRE LIBRE EXPRESIÓN AÚN PREOCUPA	3	2	3	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ECUADOR	LOS AGRICULTORES COSECHARON EL MAÍZ	16	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	POLÍTICA	LA CONAIE ESTARÁ EN LA MARCHA DEL 1 DE MAYO	3	2	3	2

EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ECUADOR	LA VÍA BAÑOS PENIPE SE CERRÓ POR LOS LAHARES	16	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	4 DELITOS AFECTAN A LA FRONTERA SUR	4	1	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	SOCIEDAD	AL UNIVERSITARIO E LE HACE FALTA LEER	17	1	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	CARVAJAL ANALIZARÁ CASOS DE HÉROES	4	2	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	SOCIEDAD	MÁS PLAZO PARA LOS CRÉDITOS	17	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	SOCIEDAD	OPS INMUNIZARÁ A 44 MILLONES DE PERSONAS	17	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	ROBO EN EL HOSPITAL LEÓN BECERRA	4	2	6	4
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	SOCIEDAD	LA JARDINERÍA POTENCIA AL NIÑO	17	2	2	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	SOCIEDAD	TALLER DE MANUELA ESPEJO EN ESPAÑA	17	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	REFORMAS AL CÓDIGO INTEGRAL PENAL	4	2	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	SOCIEDAD	CAPACITACIÓN SOBRE SOCIO BOSQUE	17	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	EL PORTAL DEL CJ TIENE 76 NUEVAS IDEAS	4	2	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	SOCIEDAD	CONSULTA EXTERNA SERÁ SEPARADA DE HOSPITAL	17	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	SOCIEDAD	PROMOCIÓN DE LOS DEPORTES INCLUSIVOS	17	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	FF.AA. SE EQUIPAN PARA COMBATIR LA VIOLENCIA	5	1	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	POLÍTICA	140 DESIGNACIONES MINISTERIALES DURANTE CINCO AÑOS DE GOBIERNO	2	1	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	SOCIEDAD	CURSOS DE SERIGRAFÍA PARA PRINCIPIANTES	17	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	SOCIEDAD	ATENCIÓN EN SALUD PARA DANIFICADOS	17	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	POLÍTICA	LAS TESIS OFICIALISTAS TIENEN APOYO DEL PROCURADOR	2	1	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	EL CRIMEN ENTRE LAS PRINCIPALES 20 ECONOMÍAS DEL MUNDO	5	2	6	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	NEGOCIOS	GEÓLOGOS Y ECONOMISTAS SON LOS PROFESIONALES QUE MÁS TRIBUTAN	6	1	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	CULTURA	MIS LIBROS PINTAN LA REALIDAD ATRAVESADA POR LA VIOLENCIA	18	2	7	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	CULTURA	LA LITERATURA DE LA VIOLENCIA	18	2	7	2
EL COMERCIO	24/04/2012	39025	1	CULTURA	IBARRA ABRIÓ LOS OJOS JUNTO A IDEANDO	18	2	7	2

(QUITO)									
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	CULTURA	LOS LIBROS QUE NO PUEDEN SALIR DE NUESTRAS VIDAS	18	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	CULTURA	QUITO VIVE LA DANZA BUTOH	18	2	7	
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ESPECTÁCULOS	QUITO, SIN ESPACIOS PARA MEGASHOWS	24	2	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ESPECTÁCULOS	JADEN SMITH TENDRÁ UN NUEVO PROTAGÓNICO	24	2	7	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	NEGOCIOS	JUNTA BANCARIA FIJA PROHIBICIÓN A ADMINISTRADORES DE BANCOS	6	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ESPECTÁCULOS	TAYLOR SWIFT HARÁ DE UNA ESTRELLA MUSICAL	24	2	7	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	NEGOCIOS	ACCIONES DE WAL-MART CAEN	6	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ESPECTÁCULOS	"IRON MAN 3" RECLUTA ACTORES PARA SU REPARTO	24	2	7	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ESPECTÁCULOS	"RUT" CONTARÁ CON LA ACTUACIÓN DE RAY LIOTTA	24	2	7	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	NEGOCIOS	LA CNT PROPORCIONA SUS NUEVOS SMARTPHONES	6	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ESPECTÁCULOS	ME CONECTÉ CON MI NIÑO INTERIOR	25	2	7	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	NEGOCIOS	LA SENPLADES DARÁ A CONOCER REGLAMENTO	6	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	NEGOCIOS	EMPRESARIOS DEL PAÍS RECIBEN CAPACITACIÓN	6	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	NEGOCIOS	IESS SUSPENDERÁ 4 DÍAS SERVICIO INFORMÁTICO	6	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	NEGOCIOS	LA U. SAN FRANCISCO AUSPICIA UN CONGRESO	6	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ESPECTÁCULOS	JUAN F. VELASCO LANZA SU NUEVA PRODUCCIÓN	25	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	NEGOCIOS	PLATAFORMAS CON CILINDROS DE GAS SALEN PARA CUBRIR LA ESCASEZ	7	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ESPECTÁCULOS	TEAM PRODUCCIONES CONFIRMA EL SHOW DE ROCK AND ROLL ALL STARS	26	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ESPECTÁCULOS	"DEADFALL" SE ESTRENÓ A ESCALA MUNDIAL	26	2	7	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ESPECTÁCULOS	CANNES SELECCIONÓ CUATRO FILMES LATINOAMERICANOS	26	2	7	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	NEGOCIOS	MÁS PRESIÓN SOBRE ARGENTINA POR LA EXPROPIACIÓN A REPSOL	7	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ESPECTÁCULOS	"NEW GIRL" SE BASÓ EN LA VIDA DE LA GUIONISTA	27	2	7	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ESPECTÁCULOS	AZNAVOUR DESMINTIÓ LOS RUMORES SOBRE SU SALUD	27	2	7	1

EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	NEGOCIOS	EL CONTROL A LAS ASEGURADORAS SE DEBATE EN FORO	7	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	ESPECTÁCULOS	ACTORES CUBANOS SE FUGAN EN MIAMI	27	2	7	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	MUNDO	A LA CAZA DE LOS VOTOS DE LE PEN	8	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	MUNDO	BOLSAS EUROPEAS A LA BAJA; ESPAÑA EN RECESIÓN	8	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	MUNDO	MÁS SANCIONES PARA EL GOBIERNO DE SIRIA	8	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	MUNDO	CHÁVEZ DESCALIFICA AL EX MAGISTRADO APONTE	8	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	MUNDO	EL AVIÓN CAIDO EN IRÁN PREOCUPA A EE.UU.	8	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	MUNDO	GOBIERNO DESMIENTE BASES VENEZOLANAS	8	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	MUNDO	LA EMIGRACIÓN A LOS EE.UU., SE FRENÓ	8	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	MUNDO	LAS AUTORIDADES DE CARTAGENA CRITICAN EL MORALISMO DE EE.UU.	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	MUNDO	MASIVO APOYO A PIEDAD CÓRDOVA	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	MUNDO	EE.UU. SANCIONARÁ A QUIENES ABUSEN DE DD.HH.	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	MUNDO	LA BODEGUITA DEL MEDIO CUMPLE 70 AÑOS	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	24/04/2012	39025	1	OPINIÓN	31 000 COLEGIOS A EXAMEN	10	1	5	2

País que ocurren los hechos	Espacio CM2	Organismos o entidades públicas	Detalle	Organismos o entidades privadas	Detalle	ONG's	Detalle
	210						
	210						
CUBA	200						
ARGENTINA	200						
ALEMANIA	210						
FRANCIA	210						
	360	1	AGENCIA NACIONAL DE TRÁNSITO				
	255	1	MINISTERIO DE SALUD				
CUBA	68	1	PRESIDENCIA REPÚBLICA DE VENEZUELA				
	90	1	MINISTERIO DE JUSTICIA				
	52	1	CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA				
MEXICO	28	1	MUNICIPIO DE NUEVO LEÓN				
VIENA	34	1	ONU				
EE.UU.	24	1	POLICÍA FEDERAL EE.UU.				
	700	1	AGENCIA NACIONAL DE TRÁNSITO				
	266	1	POLICÍA DE TRÁNSITO				
	190						
	33	1	AGENCIA NACIONAL DE TRÁNSITO				
	24	1	AGENCIA NACIONAL DE TRÁNSITO				
	33	1	BID				
	640	1	ANT				
	30			1	ANDRÉS PÁEZ		
	320	1	ANT				
	99	1	ANT				
	90	1	ANT				
	18			1	ASOCIACIÓN DE BANCOS PRIVADOS		
	90	1	ANT				
	99	1	ANT				
	15			1	PATRICIA MIRANDA		
	550			1			
	18			1	EDISON ALQUINGA		
	48			1			
	32			1			
	650			1	JANETH CACUANGO		

	640					
	315			1	JOSÉ FIGUEROA	
	189	1	ARMADA DEL ECUADOR			
	360	1	CONTRALORÍA			
	44	1	MINISTERIO DE SALUD			
	24	1	MINISTERIO DE SALUD			
	44	1	AME			
ESPAÑA	252					
	40	1	MINISTERIO DE AGRICULTURA			
	189					
	24	1	INSTITUTO GEOFÍSICO			
	850	1	FISCALÍA DE EL ORO			
	800	1	CEAACES			
	325	1	MINISTERIO DE DEFENSA			
	75	1	IECE			
	195	1	OPS			
	28	1	HOSPITAL LEÓN BECERRA			
INGLATERRA	110			1	NATIONAL FOUNDATION FOR EDUCATION RESEARCH	
	40	1	MISIÓN MANUELA ESPEJO			
	48	1	MINISTERIO DE JUSTICIA			
	24	1	SOCIO BOSQUE DEL MAE			
	32	1	CONSEJO DE LA JUDICATURA			
	40	1	MINISTERIO DE SALUD			
	40	1	MIES			
	690	1	PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA			
	850	1	PRESIDENCIA			
	16	1				
	16	1	MINISTERIO DE SALUD			
	350	1	PROCURADURÍA			
EE.UU.	175					
	800	1	SRI			
COLOMBIA	600			1	REGINALDO FERREIRA DA SILVA	
COLOMBIA	100			1	ANTONIO ORTUÑO	
	140	1	CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA NÚCLEO IBARRA			
	216			1		
	153			1	CASA DE LA DANZA	

	725	1	MUNICIPIO DE QUITO			
EE.UU.	16			1		
	165	1	JUNTA BANCARIA			
EE.UU.	16			1		
	100			1	BOLSAS DE VALORES NEW YORK Y MÉXICO	
EE.UU.	16			1		
EE.UU.	16			1		
	44	1	CNT			
MEXICO	575			1	ALFONSO HERRERA	
	40	1	SENPLADES			
	24			1	PROECUADOR	
	44	1	IESS			
	16			1	UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO	
	300			1	JUAN FERNANDO VELASCO	
	600			1	ARCH	
	456			1	BELÉN ACOSTA	
EE.UU.	45			1		
FRANCIA	45			1		
ESPAÑA	270			1	REPSOL	
EE.UU.	540			1	ELIZABETH MERIWHETHER	
EE.UU.	220			1	CHARLES AZNAVOUR	
	216			1	ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE SUPERVISORES DE SEGUROS ORGANIZADORES DEL FESTIVAL DE TRIBECA	
EE.UU.	243			1		
FRANCIA	900					
INGLATERRA	300	1	BOLSA DE VALORES MADRID			
SIRIA	40	1	ONU			
VENEZUELA	28	1	PRESIDENCIA REPÚBLICA DE VENEZUELA			
IRÁN	44	1	PRESIDENCIA EE.UU.			
BOLIVIA	40	1	PRESIDENCIA BOLÍVIA			
MEXICO	24					
COLOMBIA	460	1	ALCALDÍA CARTAGENA			
COLOMBIA	153					
EE.UU.	99	1	PRESIDENCIA EE.UU.			
CUBA	95					
	240					

						SOCIEDAD INTERAMERICANA DE PRENSA
		1	CONAIE			
						ONU

										AFP	
				1	CONSEJO PATRIÓTICO NACIONAL						
											EDITORIAL DIARIO EL COMERCIO

Periodismo de investigación	Detalle	Rutinas productivas	Detalle	Rutinas productivas, pero con una parte	Detalle	Agencias	Detalle	Origen desconocido	Detalle	¿Se utilizan fuentes?	¿Cuántas fuentes se utilizan?	¿Cuántas fuentes sin
-----------------------------	---------	---------------------	---------	---	---------	----------	---------	--------------------	---------	-----------------------	-------------------------------	----------------------

				de periodismo de investigación								identificar?
		1								2		
		1								2		
		1								2		
		1								2		
		1								2		
		1								2		
		1								2		
		1								1	8	
		1								1	3	
						1				1	1	
										2		
		1								2		
						1				2		
						1				1	1	
						1				1	1	
				1						1	3	
				1						1	1	
				1						1	2	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	7	
		1								1	1	
		1								1	3	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								2		1
				1						1	1	
		1								1	2	
		1								1	3	

		1							1	2	
				1					1	1	
		1							1	1	
		1							1	1	
		1							1	1	
				1					1	1	
		1							1	1	
		1							1	1	
		1							1	1	
				1					1	2	
				1					1	7	1
		1							1	2	
		1							1	1	
				1					1	2	
		1							1	1	
						1			1	1	
		1							1	1	
		1							1	2	
		1							1	1	
		1							1	1	
		1							2		1
		1							1		1
		1							1	2	
		1							1	1	
		1							1	1	
		1							2		1
		1							2		1
				1					1	7	
						1			2		1
		1							1	1	

						1				2		1
		1								1	2	
						1				2		1
						1				2		1
		1								1	1	
						1				2		1
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								2		1
		1								1	4	1
		1								1	1	
		1								2		1
		1								2		1
		1								1	5	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	2	
		1								1	1	
		1								1	3	
		1								1	4	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								2		1
					1					1	4	
		1								2		1
								1		1	1	
								1		2		1
		1								2		

¿Prevalece la fuente en el titular?	Fuentes directas	Fuentes indirecta	Fuentes profesionales	Fuentes subjetivas	Fuentes objetivas	Fuentes gubernamentales	Fuentes Institucionales	Fuentes públicas	Fuentes privadas	Fuentes legítimas	Fuentes ilegítimas	Fuentes actuales
2					1							
2					1							
2					1							
2					1							
2					1							
2					1							
2	1											
2	1											
1	1											
2		1										
2		1										
2		1										
2	1											
2	1											
2	1											
2	1											
2	1											
2							1					
2							1					
2	1											
1	1											
2	1											
2							1					
2							1					
1	1											
2							1					
2							1					
2			1									
2	1											
2	1											
2	1											
2		1										
2	1											
2	1											
2	1											

2	1												
2	1												
2		1											
2		1											
2		1											
2								1					
2		1											
2	1												
2		1											
2	1												
2	1												
1	1												
2	1												
1	1												
2	1												
2								1					
2	1												
1									1				
2										1			
2											1		
2												1	
2	1												
2								1					
2										1			
1									1				
2	1												
2	1												
2	1												
2	1												
2													
2													
2													
2	1												
2													
2													
2	1												
2													
2													
1	1												1

Fuentes de archivo	Fuentes de partidos políticos	Fuentes de sindicatos	Agencias	Medio donde las fuentes actuaron, vía elegida por la fuente	Otro medio	No. fuentes a favor	No. fuentes en contra	Espacios A favor	Espacios en contra	Objetiva - Nombres y apellidos	Impersonal (ciudadano)	Genérica (manifestaciones)
				5								1
				5								1
				5								1
				5								1
				5								1
				5								1
				2						1		
				2						1		
				2						1		
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				2								
				2								
				2						1		
				2						1		
				2						1		
				2						1		
				5								
				5								
				2						1		
				2						1		
				2						1		
				2						1		
				2						1		
				2						1		
				2						1		
				2						1		
				2						1		
				1						1		
				2						1		
				1						1		
				5							1	
				2						1		
				4						1		

				2						1		
				2						1		
				3						1		
				5								
				5								
				5								
				2								
				5								
				2						1		
				5								
				3						1		
				2		6	1	150	9	1		
				4						1		
				2						1		
				2						1		
				2							1	
				5							1	
				5								1
				2						1		
				2								1
				2							1	
				5						1		
				5								1
				2								
				2								
				5								1
				5						1		
				2		2	3	60	45			
				2								
				2						1		
				3						1		
				2						1		
				1						1		
				5							1	
				5							1	
				2						1		
				5								1

				2							1	
				5								1
				2								
				5								1
				5								1
				2								
				3					1			
				2								
				2								
				2								
				2								
				5					1			
				2		1	1	62	73			
				2						1		
			1	5							1	
			1	5							1	
				2		1	1	35	75	1		
				2						1		
				2						1		
				2						1		
				2							1	
				2		1	1	15	30	1		
				2							1	
				4								
				1						1		
				4						1		
				4		1	2	5	5	1		
				5								1
				2		4	1	90	15	1		
				2						1		
				2						1		
				5								1
				5								1

Off the record absoluto	Off the record parcial	Estilo directo	Estilo indirecto	Nombre Intervención	Cargo	Modo de Intervención	Otro modo	Espacio de intervención
			1			4		
			1			4		
			1			4		
			1			4		
			1			4		
			1			4		
		1		MAURICIO PEÑA	DIRECTOR EJECUTIVO ANT	1		15
		1		CARLOS CEDEÑO	RECTOR UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	1		15
		1		HUGO CHÁVEZ	PRESIDENTE VENEZUELA	1		44
			1			4		
			1			4		
			1			4		
1		1		YURI FEDOTOV	DIRECTOR OFICINA ONU PARA LAS DROGAS Y EL CRIMEN	1		28
1			1			4		
		1		MAURICIO PEÑA	DIRECTOR EJECUTIVO ANT	2		27
		1		LUIS PALACIOS	JEFE DE INGENIERÍA DE TRÁNSITO DE LA POLICÍA	2		18
		1		JOSÉ SANTAMARÍA	PRESIDENTE CÁMARA DE TRANSPORTES DE PICHINCHA	2		65
		1		MAURICIO PEÑA	DIRECTOR EJECUTIVO ANT	2		18
1			1	ANT		2		21
1			1	BID		2		15
		1		WILSON BORJA	POLICÍA	2		30
		1		ANDRÉS PÁEZ	ASAMBLEISTA (ID)	2		6
		1		GUILLERMO ABAD	JUSTICIA VIAL	2		27
1			1	ANT		4		
1		1		ANT	JEFE DE TRÁNSITO TUNGURAHUA	2		12
		1		CÉSAR ROBALINO	PRESIDENTE ASOCIACIÓN BANCOS PRIVADOS	2		12
1			1	ANT		4		
				MARÍA FERNANDA TENORIO	FUNCIONARIA ANT	2		12
		1		PATRICIA MIRANDA	EDUCADORA	2		9
		1		ELIZABETH VÉLEZ		2		20
		1		ÉDISON ALQUINGA	HÉROE DE GUERRA DEL CENEP	2		12
		1		CARLOS LÓPEZ		2		12
			1			4		

		1		JANETH CACUANGO		2		8
		1		MARÍA ROSARIO LÓPEZ		2		20
		1		JOSÉ FIGUEROA	SOCIO VOLQUETEROS	2		28
		1		JOSÉ MARCOS	CAPITÁN PUERTO MARÍTIMO MANTA	2		24
		1		CARLOS PÓLIT	CONTRALOR GENERAL	1		200
	1		1	MINISTERIO DE SALUD		2		
	1		1	MINISTERIO DE SALUD		2		
	1		1	AME		2		
1			1			2		
	1		1	MINISTERIO DE AGRICULTURA		2		
		1		HUMBERTO CHOLANGO	PRESIDENTE CONAIE	2		16
	1		1	INSTITUTO GEOFÍSICO		2		
		1		CARLOS VERA CHÁVEZ	FISCAL ANTINARCÓTICOS DE EL ORO	1		12
		1		GUILLAUME LONG	TITULAR CEAACES	2		18
		1		FERNANDO AGUIRRE	ASAMBLEISTA	1		32
		1		MARCELO CEVALLOS	PRESIDENTE SUBROGANTE DEL CES	2		22
		1		MIRTA ROSES	DIRECTORA DE LA OPS	2		18
			1			2		16
			1			4		
			1			4		
	1			GALO CHIRIBOGA	FISCAL DEL ESTADO	3		
			1			4		
			1			3		
			1			4		
			1			2		12
				RAFAEL CORREA	PRESIDENTE ECUADOR	2		16
	1	1		PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA	GABINETE MINISTERIAL	3		10
			1			2		9
			1			4		
1		1		DIEGO GARCÍA	PROCURADOR	2		10
				YURY FEDOTOV	DIRECTOR OFICINA ONU PARA LAS DROGAS Y EL CRIMEN (UNODC)	2		36
		1		CARLOS MARX CARRASCO	DIRECTOR SRI	2		20
		1		REGINALDO FERREIRA DA SILVA	ESCRITOR	1		185
		1		ANTONIO ORTUÑO	ESCRITOR	2		20
		1		MIGUEL ÁNGEL VERDUGO	RESPONSABLE MONTAJE	2		12
			1			4		
			1			4		

		1		FRANCY VÁSQUEZ	ENCARGADA ÁREA ESPECTÁCULOS PÚBLICOS MUNICIPIO DE QUITO	2		20							
			1			4									
			1			2									
			1			4									
1			1			4	DESCONOCIDO								
			1												
			1			4									
1			1			2									
		1		ALFONSO HERRERA	ACTOR	1		150							
1			1			2									
1			1			2									
1			1			2									
1			1			2									
		1		JUAN FERNANDO VELASCO	MÚSICO	4									
1		1		FRANCISCO POLO	DIRECTOR ARCH	2		10							
		1		BELÉN ACOSTA	MIEMBRO TERAM PRODUCCIONES	2		50							
			1			4									
			1			4									
		1		KRISTIAN RIX	PORTAVOZ REPSOL	3		20							
		1		ELIZABETH MERIWHETHER	PRODUCTORA EJECUTIVA	2		50							
		1		CHARLES AZNAVOUR	CANTANTE	2		30							
		1		YOSHIHIRO KAWAI	SECRETARIO IAIS	3		30							
			1	ORGANIZADORES DEL FESTIVAL DE TRIBECA	ORGANIZADORES DEL FESTIVAL DE TRIBECA	2		150							
		1		FRANCOIS HOLLANDE	SOCIALISTA FRANCES	1		35							
			1												
1			1												
		1		HUGO CHÁVEZ	PRESIDENTE VENEZUELA	2		16							
		1		LEON PANETTA	SECRFETARIO DEFENSA EE.UU.	2		16							
		1		EVO MORALES	PRESIDENTE BOLÍVIA	2		160							
			1												
		1		ELIAS TERÁN	ALCALDE CARTAGENA	2		20							
			1	PIEDAD CÓRDOBA	EX SENADORA COLOMBIANA	4									
		1		BARACK OBAMA	PRESIDENTE EE.UU.	2		12							
			1			4									
Número de veces que interviene	Noticia clásica o estándar	Noticia exclusiva	Noticia especial	Noticia con entrevista	Noticia de foco múltiple	Breve	Tema del día	Noticia cronológica	Noticia en cifras	Noticia natural	Noticia artificial	Noticia falsa	Sondeo	Noticia de caducidad puntual	Noticia con duración prolongada

							1											
							1											
							1											
							1											
							1											
							1											
							1											
1			1															
1			1															
1								1										
								1										
								1										
								1										
1								1										
								1										
								1										
								1										
								1										
								1										
								1										
								1										
								1										
								1										
								1										
								1										
								1										
								1										
								1										
1			1															
2																		
1																		
1			1															
1			1															

						1											
						1											
						1											
						1											
10				1													
						1											
						1											
						1											
						1											1
1			1														
1			1														
						1											
						1											
1					1												
2																	1
2																	1
1																	1
1																	
1											1						
											1						
						1											
1						1											
1						1											
1						1											
1			1														
			1														
1						1											
						1											
							1										
								1									

Noticia con intervalos temporales	Noticia eclipse	Narración clara	Hay una narración tendenciosa que remarca o amplía aspectos concretos de forma innecesaria	Hay una narración tendenciosa que omite datos o versiones de forma evidente	Se destacan los aspectos positivos/negativos del hecho	Se destacan los fragmentos positivos/negativos de la declaración	Se seleccionan los elementos con criterios informativos objetivos	El espacio asignado para la comprensión es	¿Hay diferencia de tratamiento con respecto a otros personajes o temas?
		1		1		1	1	1	1
		1		1		1	1	1	1
		1		1		1	1	1	1
		1		1		1	1	1	1
		1		1		1	1	1	1
		1		1		1	1	1	1
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2

		1			1	1	1	1	2
1		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	2	2

		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	1
		1		1		1	1	2	1

¿La información	Enfoque	Enfoque narrativo	Enfoque narrativo	Vinculación con	¿Hay diferencia de enfoque con	¿Existe separación	¿Dónde se detecta?	¿Existe propaganda?	¿Existe publicidad	¿Dónde se detecta?
-----------------	---------	-------------------	-------------------	-----------------	--------------------------------	--------------------	--------------------	---------------------	--------------------	--------------------

está firmada?		adecuado	tendencioso	elementos, circunstancias o situaciones	respecto a otros personajes o temas?	entre información y opinión?			subliminal?	
1	4	1	2	2	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2	
1	4	1	2	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2	
1	4	1	2	2	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2	
1	4	1	2	2	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2	
1	4	1	2	2	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2	
1	4	1	2	2	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	1	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	1	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
1	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
1	2	1	2	2	2	2		2	2	
1	2	1	2	2	1	2		2	2	

1	2	1	2	2	2	2		2	2	
1	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
1	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
1	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	1	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	1	2		2	2	
2	2	1	2	2	1	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	1	PUNTOS DE VISTA	2	2	
1	1	1	2	1	2	2		2	2	
1	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	

2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
1	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	1	CON ESTE ÚLTIMO MECANISMO EL OBJETIVO ES LLEGAR A NIVELES DE SOLVENCIA 1	2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
1	3	1	2	2	1	2		2	2	
1	3	1	2	2	1	2		2	2	
2	3	1	2	2	1	2		2	2	
2	3	1	2	2	1	2		2	2	
2	3	1	2	2	1	2		2	2	
2	3	1	2	2	1	2		2	2	
2	3	1	2	1	1	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
1	4	1	2	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2	

¿Existen mensajes subliminales?	¿Existe carencia de alguna versión?	¿Existe manipulación?	¿Dónde se detecta?	¿Existe morbo?	Dónde se detecta?	¿Es una noticia que transmite valores?	Libertad	Justicia	Respeto	Tolerancia
---------------------------------	-------------------------------------	-----------------------	--------------------	----------------	-------------------	--	----------	----------	---------	------------

2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	1	2		2		1			1	
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				

2	1	2		2		1				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		1				
2	1	2		2		1	1			
2	2	2		2		1				
2	1	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	1	2		2		1		1		
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1		1		
2	2	2		2		1				1
2	2	2		2		1				
2	1	2		2		2				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1		1		
2	2	2		2		2				

2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		1		1		
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		1		1		
2	2	2		2		1			1	
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1		1		
2	2	2		2		1			1	
2	1	2		2		2				

	1											
			1									
	1											
	1											
	1											
	1											
				1								
	1											
	1											
			1									
				1								
						1						

ANEXO "C"

RESPALDO PLATAFORMA VIRTUAL DE LA PUBLICACIÓN MIÉRCOLES 02 DE MAYO DE 2012

Nombre del Medio	Fecha	No. edición	Cobertura	Tema	Título	No. pagina	Portada	Sección	Procedencia
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	EMPRESAS	EL HILTON COLÓN INICIÓ FESTEJOS POR EL DÍA DE LA MADRE CON ALMUERZO Y SPA	27	2	11	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	EMPRESAS	DINERS CLUB DEL ECUADOR, RECONOCIDA POR SU RESPONSABILIDAD SOCIAL	27	2	11	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	EMPRESAS	FANTA	27	2	11	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	EMPRESAS	LECHE SABORIZADA	27	2	11	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	EMPRESAS	NESTLÉ	27	2	11	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	MUNDO	VOTACIÓN CLAVE EN ARGENTINA	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	MUNDO	LA BÚSQUEDA DEL PERIODISTA FRANCÉS CONTINÚA	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	MUNDO	OBAMA REALIZA VISITA SORPRESA AL PAÍS	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	MUNDO	ESTALLA EXPLOSIVO FRENTE A SEDE DE UE	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	MUNDO	FALLECE EL EX LIDER TOMÁS BORGE	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	MUNDO	ATAQUE SUICIDA DEJA SEIS MUERTOS	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	MUNDO	EMPLEADOS MOLESTOS CON EL GOBIERNO	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	OPINIÓN	RESPECTO A LOS CICLISTAS	10	1	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	OPINIÓN	LAS FORTUNAS DE LA TERCERIZACIÓN	10	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	OPINIÓN	LA INÚTIL VOTACIÓN	10	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	OPINIÓN	MILITARIZAR LA SEGURIDAD	10	1	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	OPINIÓN	SUPERFICIALIDAD	10	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	OPINIÓN	BALANCE UNIVERSITARIO	11	2	5	2
EL COMERCIO	02/05/2012	39033	1	OPINIÓN	FUTURO DEL ESTADO LATINOAMERICANO	11	2	5	2

(QUITO)									
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	INFORMACIÓN GENERAL	EN CUATRO AÑOS SE CONSTRUYÓ LA CENTRAL OCAÑA, DE 26 MEGAVATIOS	12	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	INFORMACIÓN GENERAL	CUPOS DE GASOLINAS GENERAN ALTIBAJOS	12	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	INFORMACIÓN GENERAL	JESSICA SIMPSON DIO A LUZ A SU PRIMERA HIJA	12	2	9	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	INFORMACIÓN GENERAL	AYER, UN DERRUMBE DEJÓ UN MUERTO EN EL SUR	12	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	INFORMACIÓN GENERAL	UN ENCUENTRO POR LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN	12	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	INFORMACIÓN GENERAL	MÉXICO Y EE.UU. EN UNA OPERACIÓN CONJUNTA	12	2	9	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	INFORMACIÓN GENERAL	EL PROYECTO DE LEY DE HIPOTECAS IRÁ CON CAMBIOS	12	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	QUITO	ELLOS VIVIERON EL RIESGO DE LOS VUELOS	13	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	QUITO	COMPROMISO MUNICIPAL POR LA SEGURIDAD DE LOS CICLISTAS	13	1	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	QUITO	NUEVAS NORMAS PARA LAS CONSTRUCCIONES	13	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	QUITO	UNA PARADA DE BUS GENERA PELIGRO	13	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	QUITO	UN BACHE EN UNA VIA RECIÉN REPARADA	13	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	QUITO	OBRAS EN LA VÍA CAUSAN TRANCÓN EN EL NORTE	13	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	QUITO	CONDUCTORES INVADEN LAS VÍAS EXCLUSIVAS	13	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	QUITO	PEATONES CRUZAN POR ZONA PROHIBIDA	13	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	QUITO	RESTRICCIÓN EN LOS CARRILES EXCLUSIVOS	14	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	QUITO	EL CONTROL DEL TRÁNSITO PASARÁ AL MUNICIPIO	14	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	QUITO	MOTOS ESTACIONADAS DIFICULTAN EL PASO	14	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	QUITO	LA BASURA SE ACUMULA EN LA CALZADA DE LA VÍA	14	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	QUITO	UN BACHE EN MEDIO DE UNA VIA	14	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	QUITO	MANTENIMIENTO EN LOS PARTERRES	14	2	9	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ECUADOR	HIJA DE ACCIDENTADA EN PAPALLACTA ANSÍA QUE SU MADRE DESPIERTE	15	1	2	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ECUADOR	LA AMAZONAS PIDE UNA REUNIÓN	15	2	2	4

EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ECUADOR	LA TUBERÍA DAÑADA AUMENTA EL RIESGO DE DESLIZAMIENTOS	15	2	2	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ALTO RELIEVE	EL 1 DE MAYO SE VOLVIÓ EN DOS FRENTE	2	1	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ECUADOR	NO SE ELIMINARÁ EL DISTRITO ADUANERO	15	2	2	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ALTO RELIEVE	EN IBARRA NO TODOS DESCANSARON AYER	2	2	8	3
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ALTO RELIEVE	POCOS INDÍGENAS EN LA MARCHA	2	2	8	3
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ECUADOR	UN TALLER PARA MEJORAR LOS CULTIVOS DE CAFÉ	15	2	2	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ALTO RELIEVE	EN IBARRA NO TODOS DESCANSARON AYER	2	2	8	3
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ALTO RELIEVE	UNA MARCHA SIN MAYOR ASISTENCIA	2	2	8	3
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ALTO RELIEVE	OBREROS SALIERON CON UNIFORMES	2	2	8	3
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ECUADOR	UN ENCUENTRO SOBRE LA PRODUCCIÓN DE OVINOS	15	2	2	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ALTO RELIEVE	DOS MARCHAS CON UNA MISMA RUTA	2	2	8	3
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ALTO RELIEVE	LA GOBERNACIÓN TUVO RESGUARDO	2	2	8	3
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ALTO RELIEVE	EN EL PAÍS HAY DOS MOVIMIENTOS SINDICALES	3	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ALTO RELIEVE	LOS DESPIDOS ENGROSARON LAS MARCHAS	4	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ALTO RELIEVE	11 PERSONAS FUERON DESPEDIDAS DE LA GOBERNACIÓN Y COMISARÍA DE ESMERALDAS	4	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ALTO RELIEVE	LOS ECUATORIANOS PROTESTARON CONTRA LOS RECORTES EN ESPAÑA	5	1	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ALTO RELIEVE	UN 1 DE MAYO SIN OBREROS	5	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ALTO RELIEVE	MULTITUDINARIO DESFILE PARA APOYAR AL SISTEMA	5	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ALTO RELIEVE	MILES MARCHAN EN EL PAÍS CON MOTIVO DEL 1 DE MAYO	5	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ECUADOR	BECAS DE USD 1000 PARA LOS ABANDERADOS	15	2	2	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ALTO RELIEVE	PUTIN Y MEDVEDEV LIDERARON MARCHA EN MOSCÚ	5	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ECUADOR	EL PERSONAL DE LA TERMINAL A EVALUACIÓN	15	2	2	4
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	UNA SENTENCIA ENTRE EL DOLOR POR DOS ASESINATOS	6	1	6	2
EL COMERCIO	02/05/2012	39033	1	SOCIEDAD	NABÓN RECUPERÓ 2 567 HECTÁREAS	16	1	9	2

(QUITO)									
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	HÉROES DEL CENEP A SEGUIRÁN EN LA PLAZA GRANDE	6	2	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	SOCIEDAD	EN BRASIL SE CAPTURAN 38 MILLONES DE ANIMALES	16	2	9	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	LA COMUNIDAD DEBE UNIRSE PARA AFRONTAR LA INSEGURIDAD	6	2	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	NEGOCIOS	LA CONFECCIÓN TIENE TRABAJO ASEGURADO	7	1	4	3
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	WALL STREET	BOLIVIA ASESTA UN NUEVO GOLPE A ESPAÑA EN LATINOAMÉRICA	8	1	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	SOCIEDAD	UNA VEEDURÍA EN LOS HOSPITALES PÚBLICOS	16	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	WALL STREET	ARGENTINA TIENE UN PROBLEMA DE PESO	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	SOCIEDAD	4 CIRUGÍAS A PACIENTES CON SÍNDROME KLIPPEL	16	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	WALL STREET	FACEBOOK	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	SOCIEDAD	NUEVOS EQUIPOS EN EL HOSPITAL ABEL GILBERT	16	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	WALL STREET	AVON	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	WALL STREET	BP	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	SOCIEDAD	INSCRIPCIONES PARA EL MAGISTERIO FISCAL	16	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	WALL STREET	GM Y FORD	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	SOCIEDAD	UN CONGRESO DE SALUD AMBIENTAL EN CHILE	16	2	9	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	WALL STREET	J.P. MORGAN	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	SOCIEDAD	UNAS 380 PERSONAS FUERON ALFABETIZADAS	16	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	WALL STREET	LA AUSTERIDAD FISCAL	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	SOCIEDAD	ECUADOR NECESITA 6 169 MÉDICOS ESPECIALISTAS PARA LOS HOSPITALES	17	1	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	WALL STREET	EL PRESIDENTE DE VENEZUELA	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	SOCIEDAD	NIVELACIÓN CAPACITA PARA NUEVO EXAMEN	17	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	3	1	WALL STREET	GRUPO FINANCIERO INBURSA	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	CULTURA	EL 2011 ESTÁ REFLEJADO EN 82 IMÁGENES FOTOGRÁFICAS	18	2	7	2

EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	CULTURA	ARTISTAS EXHIBEN SUS CREACIONES MÁS ALAJAS	18	2	7	
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	CULTURA	DÍA INTERNACIONAL DEL JAZZ	18	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	CULTURA	MIXTURES REÚNE OCHO ARTISTAS EN LA ESQUINA	18	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	CULTURA	RECOVECOS DEL ALMA DE SONIA ROSALES	18	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	CULTURA	FIESTA DE LA POESÍA EN LA CIUDAD DE QUITO	18	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	CULTURA	PRESENTACIÓN DE LA OBRA TIEMPO CLOWN	18	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ESPECTÁCULOS	LOS SUPERHÉROES YA NO COMBATEN LA DELINCUENCIA	24	2	11	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ESPECTÁCULOS	DISEÑOS NACIONALES EN COLOMBIA	24	2	11	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ESPECTÁCULOS	BROWN NO SE SIENTE CULPABLE POR MUERTE DE HOUSTON	24	2	11	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ESPECTÁCULOS	J. LO ANUNCIA UNA NUEVA GIRA POR EL CONTINENTE	24	2	11	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ESPECTÁCULOS	TAZA DE TÉ USADA POR LADY GAGA BORDEA LOS USD 50 000	24	2	11	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ESPECTÁCULOS	COTILLARD QUIERE LLEVAR AL CINE UN CASO DE CONDENA	24	2	11	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	WALL STREET	DESSAU	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ESPECTÁCULOS	UN AÑO DESDE QUE CATALINA SE PROBÓ SU VESTIDO DE PRINCESA	25	2	11	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	WALL STREET	PERÚ	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	WALL STREET	ECUADOR	8	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	WALL STREET	EE.UU. SIGUE SU OFENSIVA CONTRA EL EMPLEO ILEGAL	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ESPECTÁCULOS	VUITTON QUIERE ABRIR UN TALLER DE PERFUMES	25	2	11	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	MUNDO	EVO MORALES NACIONALIZÓ EMPRESA ELÉCTRICA CON CAPITALES ESPAÑOLES	9	1	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ESPECTÁCULOS	UN SHOW DE MADERAS CON VOZ DE MUJER	26	2	11	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	ESPECTÁCULOS	CANTO MIL VECES MEJOR QUE ANTES	26	2	11	1
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	EMPRESAS	DIRECTV TRANSMITIÓ EL CLÁSICO ESPAÑOL EN 3D	27	2	11	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	EMPRESAS	DE PRATI BRINDÓ ASESORÍA DE MODA EN SAN LUIS SHOPPING	27	2	11	2
EL COMERCIO	02/05/2012	39033	1	EMPRESAS	RENAULT ENTREGÓ UN AUTO A LA MISS ECUADOR 2012	27	2	11	2

(QUITO)									
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	EMPRESAS	EN GUAYAQUIL, PHARMACY'S REALIZÓ ACTIVIDADES POR EL REGRESO A CLASES	27	2	11	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	EMPRESAS	EJECUTIVOS GLOBALES VISITARON UNILEVER	27	2	11	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	EMPRESAS	SAN MARINO PRESERVA EL MEDIO AMBIENTE	27	2	11	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	EMPRESAS	ECOCREDIT IMPULSA LOS NEGOCIOS AMBIENTALES	27	2	11	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	EMPRESAS	EDESA REALIZÓ JORNADA DE SALUD OCUPACIONAL	27	2	11	2
EL COMERCIO (QUITO)	02/05/2012	39033	1	EMPRESAS	CLARO IMPULSÓ MANOS AL VOLANTE	27	2	11	2

País que ocurren los hechos	Espacio CM2	Organismos o entidades públicas	Detalle	Organismos o entidades privadas	Detalle	ONG's	Detalle
	99			1	HOTEL HILTÓN COLÓN		
	99			1	DINERS CLUB ECUADOR		
	30			1	FANTA		
	28			1	TONI		
	22			1	NESTLÉ		
ARGENTINA	110	1	CÁMARA BAJA DE ARGENTINA				
COLOMBIA	250	1	EJÉRCITO COLOMBIANO				
AFGANISTAN	44						
ARGENTINA	24	1	GOBIERNO ARGENTINO				
NICARAGUA	44						
SOMALIA	40						
EL SALVADOR	24						
	210			1	EDITORIAL EL COMERCIO		
	210			1	LEÓN ROLDÓS AGUILERA		
	270			1	PATRICIO QUEVEDO TERÁN		
	200			1	SEBASTIÁN MANTILLA BACA		
	200			1	MANUEL TERÁN		
	210			1	CARLOS LARREÁTEGUI		
	210			1	BENJAMÍN FERNANDEZ		
	460			1	CENTRAL OCAÑA		
	110			1	ASOCIACIÓN DE DESPACHADORES DE COMBUSTIBLE		
EE.UU.	120			1	JESSICA SIMPSON		

	24					
	48					
MEXICO	20	1	MINISTERIO DE DEFENSA MEXICANO			
	230	1	ASAMBLEA NACIONAL			
	700			1	FULTON SALAS	
	255	1	MUNICIPIO DE QUITO			
	160	1	EMPRESA PÚBLICA DE MOVILIDAD Y OBRAS PÚBLICAS			
	44					
	24					
	44					
	40					
	24					
	650	1	POLICÍA NACIONAL			
	225	1	MUNICIPIO DE QUITO			
	40					
	24					
	44					
	24					
	630			1	MARIETA PIEDRA	
	95					
	425	1	MUNICIPIO DE CUENCA			
	550			1	JAQUELINE NEIRA	
	44	1	SERVICIO NACIONAL ADUANERO DE ECUADOR			
	126			1	CARLOS LÓPEZ	
	90			1	MARÍA CAIZA	
	28			1		
	126			1	CARLOS LÓPEZ	
	45			1	REDACCIÓN EL COMERCIO CUENCA	
	27					
	44	1	MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA			
	42					
	30	1	REDACCIÓN EL COMERCIO LOJA			
	750					
	390			1	CONFEDERACIÓN DE ORGANIZACIONES DE TRABAJADORES	

	360			1	GOBERNACIÓN DE ESMARALDAS		
ESPAÑA	490						
ARGENTINA	150						
CUBA	45						
GRECIA	45						
	22	1	IECE				
RUSIA	45	1	PRESIDENCIA DE RUSIA				
	44			1			
	925	1	SENADO EE.UU.				
	875	1	MINISTERIO DE AMBIENTE				
	250						
BRASIL	225					1	ONG RENCITAS
	112	1	JUNTA PARROQUIAL TOBAR DONOSO				
	660						
BOLIVIA	460	1	PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE BOLÍVIA				
	40			1	UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR		
ARGENTINA	440	1	PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE ARGENTINA				
	20	1	HOSPITAL CARLOS ANDRADE MARÍN				
EE.UU.	16			1	FACEBOOK		
	44			1	HOSPITAL ABEL GILBERT		
BRASIL	16			1	AVON		
INGLATERRA	16			1	BP		
	16	1					
EE.UU.	20			1	GM Y FORD		
CHILE	20			1			
EE.UU.	12			1	J.P. MORGAN		
	36	1					
EUROPA	14	1					
	460	1	MINISTERIO DE EDUCACIÓN				
VENEZUELA	12	1	PRESIDENCIA DE VENEZUELA				
	216	1	SENESCYT				
MEXICO	12			1	GRUPO FINANCIERO INBURSA		
	798			1	CENTRO CULTURAL METROPOLITANO		
	243			1	CENTRO DE ARTE CONTEMPORÁNEO		
	117						

	16						
	16						
	16						
	16						
	780			1	GUSTAVO RUILOA		
COLOMBIA	160			1	CARLA SALAMEA		
EE.UU.	99			1	NBC		
EE.UU.	99			1	HOLLYWOOD REPORTER		
JAPÓN	90			1	YAHOO AUCTIONS JAPON		
MEXICO	90			1	DIARIO REFORMA		
CANADÁ	12			1	DESSAU		
INGLATERRA	460			1	PALACIO DE ST. JAMES		
PERÚ	16	1	AGENCIA DE ESTADÍSTICAS INEI				
	14	1	GOBIERNO ECUADOR				
EE.UU.	90	1	DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD NACIONAL DE EE.UU.				
FRANCIA	162			1	FIRMA LOUIS VUITTON		
BOLIVIA	790	1	PRESIDENCIA DE BOLIVIA				
	480			1	MARGARITA LASO		
PERÚ	216			1	JULIO IGLESIAS		
	210			1	DIRECTV		
	99			1	DE PRATI		
	99			1	RENAULT		
	99			1	PHARMACY'S		
	22			1	UNILEVER ANDINA ECUADOR		
	22			1	SAN MARINO SHOPPING		
	24			1	BANCO PROCREDIT		
	24			1	EDESA		
	26			1	CLARO		

1	COOPERATIVA DE TRANSPORTES AMAZONAS					
				1	REDACCIÓN EL COMERCIO MANTA	
				1	REDACCIÓN EL COMERCIO SANTO DOMINGO	
		1	CONFEDERACIÓN DE TRABAJADORES DEL SECTOR PÚBLICO			
				1	ASOCIACIÓN RUMIÑAHUI	
				1	CONFEDERACIÓN GENERAL DEL TRABAJO	

Periodismo de investigación	Detalle	Rutinas productivas	Detalle	Rutinas productivas, pero con una parte de periodismo de investigación	Detalle	Agencias	Detalle	Origen desconocido	Detalle	¿Se utilizan fuentes?	¿Cuántas fuentes se utilizan?	¿Cuántas fuentes sin identificar?
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
						1				1	2	1
						1				1	5	2
						1				2		1
						1				2		1
						1				2		1
						1				2		1
						1				2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
				1						1	5	
				1						1	1	
						1				1	1	
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								1	2	
				1						1	2	
		1								1	2	
		1								1	1	
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1

		1								1	5	
		1								1		
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
				1						1	1	
				1						1	1	
		1								1	1	
				1						1	2	
		1								1	1	
				1						1	3	
		1								1	1	
								1		2		1
				1						1	3	
		1								2		1
		1								2		1
		1								1	1	
		1								2		1
		1								2		
				1						1	2	
										1	6	
				1						1	3	
						1				1	3	
						1				2		1
		1								1	1	
						1				1	2	
								1		2		1
				1						1	5	
				1						1	6	
				1						1	1	
						1				1	3	
				1						1	1	
				1						1	6	
						1				1	6	2

		1								2		1
						1				1	3	1
		1								2		1
						1				1	1	
		1								2		1
						1				1	1	
						1				1	1	
		1								2		1
						1				1	2	
						1				2		1
						1				1	3	
		1								2		1
						1				2		1
				1						1	4	
						1				1	2	
		1								1	2	
						1				1	1	
		1								1	2	
		1								1	1	
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
										1	7	
		1								1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				2		1
						1				2		1
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	4	1
						1				2		1
						1				1	3	2

		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	

¿Prevalece la fuente en el titular?	Fuentes directas	Fuentes indirecta	Fuentes profesionales	Fuentes subjetivas	Fuentes objetivas	Fuentes gubernamentales	Fuentes Institucionales	Fuentes públicas	Fuentes privadas	Fuentes legítimas	Fuentes ilegítimas	Fuentes actuales
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
						1				1	2	1
						1				1	5	2
						1				2		1
						1				2		1
						1				2		1
						1				2		1
						1				2		1
						1				2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
					1					1	5	
					1					1	1	
						1				1	1	
		1								2		1

		1								2		1
		1								2		1
		1								1	2	
				1						1	2	
		1								1	2	
		1								1	1	
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								1	5	
		1								1		
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
				1						2		1
				1						1	1	
		1								1	1	
				1						1	1	
		1								1	2	
				1						1	1	
		1								1	3	
										1	1	
				1				1		2		1
				1						1	3	
		1								2		1
		1								2		1
		1								1	1	
		1								2		1
				1						1	2	
		1								1	6	
				1						1	3	
						1				1	3	
						1				1	1	
						1				2		

						1				2		1
		1								1	1	
						1				1	2	
								1		2		1
				1						1	5	
				1						1	6	
				1						1	1	
						1				1	3	
				1						1	1	
				1						1	6	
						1				1	6	2
		1								2		1
						1				1	3	1
		1								2		1
						1				1	1	
						1				2		1
						1				1	1	
						1				1	1	
		1								2		1
						1				1	2	
						1				2		1
						1				1	3	
		1								2		1
						1				2		1
				1						1	4	
						1				1	2	
		1								1	2	
						1				1	1	
		1								1	2	
		1								1	1	
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
										2		1
				1						1	7	
		1								1	1	

						1				1	1	
						1				1	1	
						1				2		1
						1				2		1
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	4	1
						1				2		1
						1				1	3	2
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	

Fuentes de archivo	Fuentes de partidos políticos	Fuentes de sindicatos	Agencias	Medio donde las fuentes actuaron, vía elegida por la fuente	Otro medio	No. fuentes a favor	No. fuentes en contra	Espacios A favor	Espacios en contra	Objetiva - Nombres y apellidos	Impersonal (ciudadano)	Genérica (manifestaciones)
1									1			
1									1			
1									1			
1									1			
1									1			
2					1							
2						1						
1												
2												
1												
2												
2			1									
2			1									
2			1									
2			1									
2			1									
2			1									
2			1									
2			1									
2	1											
1	1											
2												
2												
2												
2						1						
2									1			
2	1											
No		1										
		1										
2		1										
2		1										
2		1										
2		1										
2			1									

2	1												
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2	1												
2	1												
No	1												
2	1												
2	1												
2		1											
2	1												
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1						1					
2		1											
2		1											
2	1												
2	1												
2	1												
2	1												
2	1												
2	1												
2	1												
2	1												
2	1												
2	1												
2		1											
1		1											
2		1											
2								1					
1	1												
2		1											
2	1												
2	1												
2	1												
2	1												
2	1												
2	1												
2	1												
2		1											

2	1												
2		1											
1													
2		1											
1													
1													
2		1											
1													
2		1											
2													
2		1											
1													
2	1												
1													
2	1												
1													
2													
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2	1												
2	1												
1	1												
1	1												
1		1											
1		1											
2													
1	1												
2													
2													
2	1												
1		1											
1							1						
2	1												

Off the record absoluto	Off the record parcial	Estilo directo	Estilo indirecto	Nombre Intervención	Cargo	Modo de Intervención	Otro modo	Espacio de intervención
1			1			2		
1			1			2		
1			1			2		
1			1			2		
1			1			2		
		1		AUGUSTO ROSSI	JEFE DE BANCADA OFICIALISTA	2		25
		1		JAVIER REY	GENERAL EJERCITO COLOMBIANO	2		20
			1	BARACK OBAMA	PRESIDENTE EE.UU.	4		
			1			4		
			1	TOMÁS BORGE	COMANDANTE FUNDADOR FRENTE SANDINISTA	4		
			1			4		
			1	MAURICIO FUNES	PRESIDENTE EL SALVADOR	4		
			1			4		210
			1			4		210
			1			4		270
			1			4		200
			1			4		200
			1			4		210
			1			4		210
		1		JOFFRE MONTENEGRO	JEFE CENTRAL OCAÑA	2		90
		1		LEONARDO ALVARADO	PRESIDENTE ASOCIACIÓN DE DESPACHADORES DE COMBUSTIBLE	2		60
		1		JESSICA SIMPSON	ACTRÍZ ESTADOUNIDENSE	2		20
1			1					
1			1	UNIÓN NACIONAL DE PERIODISTAS		4		
	1		1	MINISTERIO DE DEFENSA MEXICANO		4		
	1	1		MARÍA ALEJANDRA VICUÑA	ASAMBLEISTA	2		30
		1		FULTÓN SALAS	EX PILOTO COMERCIAL	1		80
		1		AUGUSTO BARRERA	ALCALDE DE QUITO	2		40
1			1	EMPRESA PÚBLICA DE MOVILIDAD Y OBRAS PÚBLICAS		2		60
			1					
			1			4		
			1			4		
			1			4		

			1			4		
		1		BALBINA TAPIA	POLICÍA	1		12
		1		AUGUSTO BARRERA	ALCALDE DE QUITO	2		24
			1			4		
			1			4		
			1			4		
			1			4		
		1		MARIETA PIEDRA		1		45
		1		HÓLGER MAROTO	PRESIDENTE COOPERATIVA AMAZONAS	2		20
		1		MAGNER RIVERA	GEÓLOGO MUNICIPIO DE CUENCA	2		16
		1		JAQUELINE NEIRA	COMERCIANTE	1	1	20
		1		JOSÉ RODRIGUEZ	SUBDIRECTOR SERVICIO NACIONAL ADUANERO DE ECUADOR	2		12
		1		VIVIANA BONILLA	GOBERNADORA DEL GUAYAS	2		60
		1		MARÍA CAIZA	COMERCIANTE	4		
1			1			4		
		1		CARLOS LÓPEZ	PELUQUERO	1		25
			1	REDACCIÓN EL COMERCIO CUENCA		4		
			1	REDACCIÓN EL COMERCIO MANTA		4		
	1		1	MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA		2		
			1	REDACCIÓN EL COMERCIO SANTO DOMINGO		4		
			1	REDACCIÓN EL COMERCIO LOJA		4		
		1		MARCELO SOLÓRZANO	PRESIDENTE CONFEDERACIÓN DE TRABAJADORES DEL SECTOR PÚBLICO	1		30
		1		JUAN VARELES	MIEMBRO CONFEDERACIÓN DE ORGANIZACIONES DE TRABAJADORES FUNCIONARIO GOBERNACIÓN DE ESMERALDAS	2		25
		1		CARLOS PERLAZA		2		10
		1		VLADIMIR PASQUEL	PRESIDENTE ASOCIACIÓN RUMIÑAHUI	2		20
		1		MARIO RECALDE	DIPUTADO NACIONAL	2		15
			1					
			1					
	1		1	IECE		2		
		1		VLADIMIR PUTIN	PRESIDENTE DE RUSIA	2		10
1			1			4		
		1		SCOTT BROWN	SENADOR REPUBLICANO	2		30
		1		ESTEBAN TORRACHI	DIRECTOR DEL MINISTERIO DE AMBIENTE EN AZUAY	1		20

		1		JUAN LLASHA	PRESIDENTE ASOCIACIÓN DE EX COMBATIENTES DEL CENEP	2		16
		1		RAUFF LIMA	PORTAVOZ ONG RENTAS	2		10
		1		ETIBERIO CUAJIVOY	PRESIDENTE JUNTA PARROQUIAL TOBAR DONOSO	2		60
		1		FERNANDO LANDÁZURI	COORDINADOR TÉCNICO	2		20
	1	1		EVO MORALES	PRESIDENTE DE BOLIVIA	2		20
1			1			4		
	1	1		CRISTINA FERNANDEZ	PRESIDENTA DE ARGENTINA	2		10
1			1			4		
1			1			4		
1			1			4		
1			1			4		
1			1			4		
1			1			4		
1			1			4		
1			1			4		
1			1			4		
1			1			4		
			1			4		
		1		ANA MABEL PINTO	DIRECTORA DE NORMATIZACIÓN DE TALENTO HUMANO DEL MINISTERIO DE SALUD	2		24
	1	1		HUGO CHÁVEZ	PRESIDENTE DE VENEZUELA	2		10
		1		ELIZABETH LARREA	SUBSECRETARIA DE FORMACIÓN TÉCNICA	2		20
1			1			4		
		1		ALICIA LOAYZA	DIRECTORA DEL CENTRO CULTURAL METROPOLITANO	2		24
		1		FIDEL EL JURI	REPRESENTANTE DEL COLECTIVO ALAJA	2		12
			1					
			1					
			1					
			1					
		1		GUSTAVO RUILOA	FUNDADOR COMIC CLUB GUAYAQUIL	1		30
		1		CARLA SALAMEA	DISEÑADORA	2		12
		1		BOBBY BROWN	CANTANTE	3		16
		1		JENNIFER LOPEZ	CANTANTE	3		20
			1	LADY GAGA	CANTANTE	4		

			1	MARION COTILLARD	ACTRÍZ	4		
1			1			4		
		1		PALACIO DE ST. JAMES	PORTAVOZ	2		12
	1		1			4		
	1		1			4		
	1	1		GUILLIAN CHRISTENSEN	SUBSECRETARIO DE PRENSA DEL ICE	2		20
1			1	FIRMA LOUIS VUITTON		4		
		1		EVO MORALES	PRESIDENTE DE BOLIVIA	2		160
		1		MARGARITA LASO	CANTANTE	2		60
		1		JULIO IGLESIAS	CANTANTE	1		153
1			1			2		
1			1			2		
1			1			2		
1			1			2		
1			1			2		
1			1			2		
1			1			2		
1			1			2		
1			1			2		

Número de veces que interviene	Noticia clásica o estándar	Noticia exclusiva	Noticia especial	Noticia con entrevista	Noticia de foco múltiple	Breve	Tema del día	Noticia cronológica	Noticia en cifras	Noticia natural	Noticia artificial	Noticia falsa	Sondeo	Noticia de caducidad puntual	Noticia con duración prolongada
						1									
						1									
						1									
						1									
1			1												
1			1												
						1									
						1									
						1									
						1									
1														1	
1														1	

1														1	
1														1	
1														1	
1														1	
1														1	
4			1												
2			1												
4									1						
								1							
								1							
								1							
2			1												
2										1					
2			1												
3															1
								1							
								1							
								1							
								1							
1									1						
2															1
								1							
								1							
								1							
2													1		
1													1		
1													1		
1		1													
1							1								
2			1												
								1							
								1							
1									1						
									1						
									1						

						1								
							1							
							1							
1				1										
1			1											
2		1												
1							1							
1							1							
							1							
							1							
1							1							
							1							
1							1							
2			1											
1										1				
1														1
1										1				
1														1
1										1				
1			1											
							1							
1										1				
							1							
							1							
							1							
							1							
							1							
							1							
							1							
							1							
							1							
1										1				
1							1							
1										1				
							1							

1															1	
1															1	
							1									
							1									
							1									
							1									
2						1										
1						1										
1							1									
1							1									
							1									
							1									
							1									
1															1	
							1									
							1									
1										1						
															1	
8			1													
4				1												
10				1												
							1									
							1									
							1									
							1									
							1									
							1									
							1									
							1									

Noticia con intervalos	Noticia eclipse	Narración clara	Hay una narración tendenciosa que	Hay una narración tendenciosa que	Se destacan los aspectos	Se destacan los fragmentos	Se seleccionan	El espacio asignado para la	¿Hay diferencia de tratamiento con
------------------------	-----------------	-----------------	-----------------------------------	-----------------------------------	--------------------------	----------------------------	----------------	-----------------------------	------------------------------------

		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	2	2	2	2
		1			1	2	2	2	2
		1			1	2	2	2	2
		1			1	2	2	2	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		Si			1	Si	Si	SUFIC	No
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	2

	1		1	1	1	2	2
	1		1	1	1	1	2
	1		1	1	1	2	2
	1		1	1	1	2	2
	1		1	1	1	2	2
	1		1	1	1	2	2
	1		1	1	1	2	2
	1		1	1	1	2	2
	1		1	1	1	2	2
	1		1	1	1	2	2
	1		1	1	1	2	2
	1		1	1	1	2	2
	1		1	1	1	2	2
	1		1	1	1	1	2
	1		1	1	1	2	2
	1		1	1	1	1	2
	1		1	1	1	2	2
	1		1	1	2	2	2
	1		1	1	2	2	2
	1		1	1	2	2	2
	1		1	1	2	2	2
	1		1	1	1	1	2
	1		1	1	1	1	2
	1		1	1	1	1	2
	1		1	1	1	1	2
	1		1	1	1	1	2
	1		1	1	1	1	2
	1		1	1	1	1	2
	1		1	1	1	2	2
	1		1	1	1	1	2
	1		1	1	1	2	2
	1		1	1	1	2	2
	1		1	1	1	1	2
	1		1	1	1	1	2
	1		1	1	1	1	2
	1		1	1	1	1	2
	1		1	1	1	1	2
	1		1	1	1	1	1

		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1		1		2	2	2	2
		1		1		2	2	2	2
		1		1		2	2	2	2
		1		1		2	2	2	2
		1		1		2	2	2	2
		1		1		2	2	2	2
		1		1		2	2	2	2
		1		1		2	2	2	2
		1		1		2	2	2	2
		1		1		2	2	2	2
		1		1		2	2	2	2
		1		1		2	2	2	2
		1		1		2	2	2	2

¿La información está firmada?	Enfoque	Enfoque narrativo adecuado	Enfoque narrativo tendencioso	Vinculación con elementos, circunstancias o situaciones	¿Hay diferencia de enfoque con respecto a otros personajes o temas?	¿Existe separación entre información y opinión?	¿Dónde se detecta?	¿Existe propaganda?	¿Existe publicidad subliminal?	¿Dónde se detecta?
2	3	1	1	1	2	2		1	2	
2	3	1	1	1	2	2		1	2	
2	3	1	1	1	2	2		1	2	
2	3	1	1	1	2	2		1	2	
2	3	1	1	1	2	2		1	2	
2	3	1	2	2	1	2		2	2	
2	3	1	2	2	1	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
1	4	1	1	1	1	1		2	2	
1	4	1	1	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2	
1	4	1	1	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2	
1	4	1	1	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2	
1	4	1	1	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2	
1	4	1	2	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2	
1	4	1	1	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	

2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
1	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	1	2	2		2	2	
No	Expos	Si	No	Favor	No	No		No	No	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
No	Expos	Si	No	Negat	No	No		No	No	
1	3	1	2	1	1	2		2	2	
2	3	2	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	2	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	1	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	2	2	1	2	2		2	2	
2	4	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
1	3	1	2	2	1	2		2	2	
2	2	1	2	2	1	2		2	2	
2	2	1	2	2	1	2		2	2	

1	2	1	2	2	1	2		2	2	
1	2	1	2	2	1	2		2	2	
2	1	1	2	1	1	2		2	2	
2	2	1	2	2	1	2		2	2	
2	3	2	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	1	2		2	2	
2	3	2	2	1	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	1	2		2	2	
							EL PRESIDENTE CUYA POPULARIDAD HA CAIDO EN LAS ENCUESTAS, PARECE HABERSE SENTIDO ANIMADO POR LA DECISIÓN DE CRISTINA FERNANDEZ			
1	3	1	2	2	2	1		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
							LA DIFERENCIA ENTRE EL CONTADO CON LIQUIDACIÓN Y LOS PRECIOS SPOT ES PRODUCTO DE LAS POLÍTICAS ECONÓMICAS DE FERNANDEZ DE KIRCHNER			
1	3	1	2	2	2	1		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	

2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
1	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	1	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	1	1	2	2		1	2	
2	3	1	1	1	2	2		1	2	
2	3	1	1	1	2	2		1	2	
2	3	1	1	1	2	2		1	2	
2	3	1	1	1	2	2		1	2	
2	3	1	1	1	2	2		1	2	
2	3	1	1	1	2	2		1	2	
2	3	1	1	1	2	2		1	2	
2	3	1	1	1	2	2		1	2	
2	3	1	1	1	2	2		1	2	

¿Existen mensajes subliminales?	¿Existe carencia de alguna versión?	¿Existe manipulación?	¿Dónde se detecta?	¿Existe morbo?	Dónde se detecta?	¿Es una noticia que transmite valores?	Libertad	Justicia	Respeto	Tolerancia
1	1	2		2		2				

1	1	2		2		2				
1	1	2		2		2				
1	1	2		2		2				
1	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		1	1			
2	1	2		2		1				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	2	1		2		2				
1	1	2		2		2				
1	1	2		2		2				
1	1	2		2		2				
1	1	2		2		2				
1	1	2		2		2				
1	1	2		2		2				
1	1	2		2		2				
2	1	2		2		1				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		1				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		1	1			
2	1	2		2		1		1		
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				

2	2	2		2		2			
2	2	2		2		2			
2	2	2		2		2			
2	2	2		2		2			
2	2	2		2		2			
2	2	2		2		2			
2	2	2		2		1			
2	2	2		2		2			
2	1	2		2		2			
2	2	2		2		1			
2	1	2		2		1			
2	1	2		2		2			
2	2	2		2		2			
2	2	2		2		1			
2	1	2		2		2			
2	1	2		2		2			
2	1	2		2		1			
2	1	2		2		1		1	
2	1	2		2		2			
2	1	2		2		1			
2	1	2		2		2			
2	1	2		2		1			
2	1	2		2		1			
2	1	2		2		1			
2	2	2		2		1			
2	2	1		2		1		1	
2	2	2		2		1		1	
2	1	2		2		1		1	
2	2	2		2		2			
2	1	2		2		1		1	
2	1	2		2		1			
2	2	2		2		1			
2	1	2		2		2			
2	2	2		2		1		1	
2	1	2		2		2			
2	2	2		2		1			
2	1	2		2		1			

2	2	2		2		1						
2	1	2		2		1						
2	1	2		2		2						
2	2	2		2		1						
2	1	2		2		2						
2	2	2		2		1						
2	1	2		2		2						
2	2	2		2		1						
2	1	2		2		2						
2	2	2		2		1						
2	1	2		2		2				1		
2	2	2		2		1						
2	1	2		2		1						
2	2	2		2		1						
2	2	2		2		2						
2	2	2		2		2						
2	2	2		2		2						
2	2	2		2		2						
2	2	2		2		2						
2	2	2		2		2						
2	2	2		2		2						
2	2	2		2		2						
2	2	2		2		2						
2	2	2		2		2						
2	2	2		2		2						
2	2	2		2		2						
2	1	2		2		1						
2	2	2		2		1						
2	1	2		2		1						
2	1	2		2		1						
2	1	2		2		2						
2	2	2		2		1						
2	1	2		2		2						
2	2	2		2		1						
2	2	2		2		2						
2	2	2		2		1						
2	2	2		2		2						
2	2	2		2		1						
2	2	2		2		2						
2	2	2		2		1						
Responsabilidad	Amor	Bondad	Honradez	Confianza	Solidaridad	Verdad	Valentía	Paz	Amistad	Fraternidad	Honor	Otro

Nombre del Medio	Fecha	No. edición	Cobertura	Tema	Titulo	No. pagina	Portada	Sección	Procedencia
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	EL IMPACTO DE LOS SACAPINTAS SUBE EN QUITO	2	1	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	LOS SUPUESTOS GUERRILLEROS, LLEVADOS A CÁRCELES DE QUITO	2	2	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	DOS HOMBRES BALEADOS EN EL NORTE DE GUAYAQUIL	2	2	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	TRIPLE CRIMEN DE TAXISTAS SE INVESTIGA	2	2	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	390 GRAMOS DE DROGA HALLADOS EN QUITO	2	2	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	LA ATENCIÓN EN LAS COMISARÍAS ES IRREGULAR	3	2	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	POLÍTICA	INSULZA, DISTANTE ANTE CRÍTICAS A LA CIDH	4	2	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	POLÍTICA	NO CREO EN UNA UNIDAD DE LUCHA CONTRA CORREA	4	1	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	POLÍTICA	ANTHONY MILLS, DEL PRESS INSTITUTE, VISITA EL PAÍS	4	2	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	POLÍTICA	CON 9 DÍAS DE RETRASO, SE DEPOSITARON LOS SUELDOS	4	2	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	POLÍTICA	OMAR SIMON: DENUNCIA DE ZEVALLOS, SIN FUNDAMENTO	4	2	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	POLÍTICA	LOS BONILLA TIENEN UN FAMILIAR EN EL GOBIERNO	4	2	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	POLÍTICA	LA DECLARACIÓN DE GUTEMBERG VERA SE APLAZA	5	2	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	POLÍTICA	10 POLÍTICOS ANALIZARÁN LOS TEMAS DE INTERÉS NACIONAL	5	2	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	NEGOCIOS	9 BANCOS OBLIGADOS A DAR CRÉDITOS	6	1	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	NEGOCIOS	CONCESIONARIAS, EXPECTANTES	6	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	QUITO	LA VIDA DESPUÉS DE UN ATROPELLAMIENTO (HISTORIAS)	13	2	2	4
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	NEGOCIOS	MÁS SERVICIOS SIN COSTO EN LA BANCA	6	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	NEGOCIOS	DEBATE SOBRE LA LEY DE BURÓS DE CRÉDITO	6	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	NEGOCIOS	LOS ECUATORIANOS EN EL EXTERIOR SE REGISTRAN	6	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	QUITO	LA VIDA DESPUÉS DE UN ATROPELLAMIENTO (CUATRO DÍAS DETENIDA)	13	2	2	4

EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	NEGOCIOS	LA RECAUDACIÓN SUBIÓ EN LA REGIÓN NORTE	6	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	QUITO	LA VIDA DESPUÉS DE UN ATROPELLAMIENTO (DOS VECES ATROPELLADO)	13	2	2	4
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	NEGOCIOS	MOVISTAR LANZÓ AYER UNA APLICACIÓN GRATIS	6	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	QUITO	FALTA DE CONTROL DURANTE EL CICLOPASEO	13	2	2	4
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	NEGOCIOS	CLARO PRESENTÓ MÁS SERVICIOS PARA CLIENTES	6	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	NEGOCIOS	9 000 EMPLEADOS HAN SALIDO DEL SECTOR PÚBLICO DESDE EL AÑO PASADO	7	1	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	NEGOCIOS	CONSEJO PIDE OTRA TERNA A CORREA	7	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	NEGOCIOS	ESPAÑA TOMA EL CONTROL DE BANKIA	7	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	QUITO	UN CICLISTA EN CONTRAVÍA	13	2	2	4
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	QUITO	EL CONCEJO SESIONA BAJO LA MIRA DE CARONDELET	14	2	2	4
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	NEGOCIOS	LA BANDA ANCHA, UNA PRIORIDAD EN LA REGIÓN	7	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	QUITO	PELIGRO POR LA CAÍDA DE UN MURO EN LA COLMENA	15	2	2	4
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	WALL STREET	CON LA OFERTA POR KPN, SLIM SE ENFRENTA A TELEFÓNICA EN SU CANCHA	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	QUITO	LA BASE DEL PUENTE ESTÁ DESTROZADA	15	2	2	4
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	QUITO	LOS SEMÁFOROS NO ORGANIZAN EL FLUJO	15	2	2	4
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	WALL STREET	OTRO DOLOR DE CABEZA PARA LOS BANCOS ESPAÑOLES	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	QUITO	LA SEÑAL DE TRÁNSITO ESTÁ EN MAL ESTADO	15	2	2	4
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ECUADOR	EN LA VÍA IBARRA-SAN LORENZO SE CIRCULA EN ALTA VELOCIDAD	16	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	WALL STREET	PATTI HART	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ECUADOR	UNA POLÉMICA POR OTRA CONCESIÓN MINERA EN AZUAY	16	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	WALL STREET	DIRECTV	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	WALL STREET	EBAY	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ECUADOR	CASOS DE SARAMPIÓN ALARMAN EN MORONA	16	2	9	2
EL COMERCIO	10/05/2012	39041	1	WALL STREET	EE.UU	8	2	4	1

(QUITO)									
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ECUADOR	TÉCNICOS SE CAPACITAN EN ELABORACIÓN DE PROYECTOS	16	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	WALL STREET	ARABIA SAUDITA	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	WALL STREET	DELL	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ECUADOR	EMPRESA DE MERCADOS FUE CREADA EN HUAQUILLAS	16	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ECUADOR	UNA OBRA PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD	16	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	WALL STREET	BTG PACTUAL	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ECUADOR	MISIÓN DE TAIWÁN DA ASESORÍA EN AGRICULTURA	16	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ECUADOR	EL DOLOR PERSISTE EN EL SECTOR DEL INCENDIO	17	1	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	WALL STREET	ARGENTINA	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	WALL STREET	LA PRODUCCION	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	WALL STREET	HYUNDAI	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	WALL STREET	RED ELECTRICA	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	WALL STREET	LA PRODUCCION	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	WALL STREET	SUBE LA GANANCIA DE DISNEY PESE AL DESLIZ DE JOHN CARTER	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	MUNDO	5 ESCENARIOS ELECTORALES, CON UN CHÁVEZ DISMINUIDO	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	MUNDO	SEIS HERIDOS DEJARON FUERTES ENFRENTAMIENTOS	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	MUNDO	EL ESTADO TOMA EL CONTROL DE LA FINANCIERA BANKIA	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ECUADOR	EL LOCAL SOLO TENÍA PERMISO PARA VENDER PINTURA	17	1	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	MUNDO	CAPRILES ALIENTA A LOS VENEZOLANOS EN COLOMBIA	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ECUADOR	LA LLUVIA DESTRUYÓ CUATRO VIVIENDAS	17	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	MUNDO	DESFILE MILITAR POR FIN DE SEGUNDA GUERRA MUNDIAL	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	OPINIÓN	LA LEY DE HIPOTECAS	10	1	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	SOCIEDAD	EL COLOR Y LA CÁSCARA REVELAN LA FESCURA	18	2	2	2

EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	OPINIÓN	DE PREMIOS Y CONDECORACIONES	10	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	SOCIEDAD	100 BRIGADISTAS ESTÁN A LA CASA DE LOS ESTUDIANTES SIN UNIVERSIDAD	18	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	OPINIÓN	REPRESALIAS II	10	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	SOCIEDAD	LA U. SAN FRANCISCO PIDE UNA REFLEXIÓN A LAS MUJERES	18	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	OPINIÓN	¿PÓQUER O AJEDREZ?	10	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	SOCIEDAD	UN LIBRO ANALIZA EL PRINCIPIO DEL BUEN VIVIR	18	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	SOCIEDAD	UN CURSO DE ECONOMÍA VERDE SE DICTARÁ EN QUITO	18	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	SOCIEDAD	JOVEN DE CANADÁ DESCUBRE OTRA FUENTE DE JUVENTUD	18	2	2	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	SOCIEDAD	LORENA RETOMÓ SU RUTINA TRAS CAER CUATRO PISOS	19	1	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	SOCIEDAD	A EVALUACIÓN IRAN LOS ALUMNOS DE MEDICINA	19	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	CULTURA	LOS GRANDES DE LA MÚSICA CLÁSICA VEN EN QUITO UN DESTINO	20	1	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	CULTURA	EL CLOWN REÚNE A BAUMANN Y A MOSQUERA	20	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	CULTURA	LA OBRA DE MONEO SE LLEVÓ EL PRÍNCIPE DE ASTURIAS EN ARTE	20	2	7	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	CULTURA	LA VIDA SECRETA DE LOS EDIFICIOS DE QUITO	20	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	CULTURA	UNA OBRA QUE TRATA LA EDUCACIÓN COMO TEMA	20	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	CULTURA	EL JAZZ DE GLENN MILLER ESTARÁ EN EL PROMETEO	20	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	OPINIÓN	ESCALOFRÍO	10	1	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	OPINIÓN	# POLÍTICOS	11	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	CULTURA	ROMOLEROUX Y VARELA MUESTRAN SUS OBRAS	20	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	OPINIÓN	LA DEFENSA INTERNA Y LAS FF.AA.	11	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	CULTURA	LA NUEVA OBRA POÉTICA DE ALEJANDRO SÁNCHEZ	20	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	OPINIÓN	CRÓNICA DE OTRA MUERTE ANUNCIADA	11	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	OPINIÓN	UTILIZACIÓN DE ESPACIOS	11	2	5	2
EL COMERCIO	10/05/2012	39041	1	OPINIÓN	RESPECTO A DERECHOS HUMANOS	11	2	5	2

(QUITO)									
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	OPINIÓN	¡ CAMBIANDO EL MUNDO DEMOCRÁTICAMENTE !	11	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	CULTURA	EL YAKU Y EL MIC INVITAN A CONOCER OTROS MUSEOS	20	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	OPINIÓN	DATOS DE LAS TRAGEDIAS	11	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ESPECTÁCULOS	AMOR Y ODIO PARA PEQUEÑOS GIGANTES	26	2	7	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	OPINIÓN	EMBAJADOR ESPAÑOL	11	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	INFORMACIÓN GENERAL	EX FUNCIONARIOS DE LA AGENCIA DE TRÁNSITO SON INVESTIGADOS	12	2	9	3
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ESPECTÁCULOS	JUAN FERNANDO VELASCO Y SU PROPUESTA 360	26	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	INFORMACIÓN GENERAL	EN MORONA SE PIDE LA SALIDA DEL GOBERNADOR	12	2	9	3
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ESPECTÁCULOS	UNA FERIA LLENA DE COLORES Y SABORES EN EE.UU.	26	2	7	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ESPECTÁCULOS	NUEVA YORK VIVIÓ LA EXPERIENCIA FÍLMICA DE MURKOFF	26	2	7	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	INFORMACIÓN GENERAL	OBAMA APOYA POR VEZ PRIMERA LAS BODAS GAY	12	2	9	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ESPECTÁCULOS	DRAKE HIZO VIBRAR A SU PÚBLICO CALIFORNIANO	26	2	7	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	INFORMACIÓN GENERAL	LA MUERTE DIGNA EN LA LEY ARGENTINA	12	2	9	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ESPECTÁCULOS	PUL MCCARTNEY ENCANTÓ A SUS FANS DE MÉXICO	26	2	7	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ESPECTÁCULOS	DUSTIN HOFFMAN AYUDA A UN JOVEN VÍCTIMA DE INFARTO	27	2	7	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	INFORMACIÓN GENERAL	UNOS NIÑOS GRABAN UN VIDEO SEXUAL CON CELULAR	12	2	9	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ESPECTÁCULOS	REBECA HALL ESTARÁ EN EL FILME IRON MAN 3	27	2	7	1
EL COMERCIO (QUITO)	10/05/2012	39041	1	ESPECTÁCULOS	VINCE VAUGHN SERÁ EL PADRE DE 533 NIÑOS	27	2	7	1

País que ocurren los hechos	Espacio CM2	Organismos o entidades públicas	Detalle	Organismos o entidades privadas	Detalle	ONG's	Detalle
	930	1	POLICÍA NACIONAL				
	224	1	MINISTERIO DEL INTERIOR				
	144	1	FISCALÍA GUAYAQUIL				
	30	1	MINISTERIO DEL INTERIOR				
	28	1	POLICÍA NACIONAL				
	690	1	MINISTERIO DEL INTERIOR				
	660	1	GOBIERNO ECUADOR				
	540			1	GUILLERMO LASSO		
	20						
	20	1	ASAMBLEA NACIONAL				
	20			1	OMAR SIMON		
	20						
	450			1	FISCALÍA GUAYAS		
	210			1	CAMARA DE COMERCIO QUITO		
	735	1	ASAMBLEA NACIONAL				
	90			1	ASOCIACIÓN ECUATORIANA AUTOMOTRÍZ		
	270			1	DANIEL MEDRANO		
	200	1	JUNTA BANCARIA				
	44	1	ASAMBLEA NACIONAL				
	28	1	ASAMBLEA NACIONAL				
	270			1	MÓNICA COBA		
	40	1	SRI				
	270			1	FRANCISCO CARPIO		
	24			1	MOVISTAR		
	180			1	MARÍA BELEN CUESTA		
	28			1	CLARO		
	390	1	MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES				
	108	1	CONSEJO DE PARTICIPACIÓN Y CONTROL SOCIAL				
ESPAÑA	108	1	MINISTERIO DE ECONOMÍA ESPAÑA				
	81			1	EL COMERCIO		
	630	1	MUNICIPIO DE QUITO				
	300			1	UNIÓN INTERNACIONAL DE TELECOMUNICACIONES		
	336			1	MORADORES BARRIO LA COLMENA		

MEXICO	500			1	GRUPO SLIM		
	16			1			
	20			1			
ESPAÑA	400			1	BANCO DE ESPAÑA		
	20			1			
	840			1	MTOP		
EE.UU.	24			1	DIRECCIÓN DE YAHOO		
	216	1	MINISTERIO DEL AMBIENTE				
EE.UU.	20			1	DIRECTV EE.UU.		
EE.UU.	10			1	EBAY		
	153	1	DIRECCIÓN DE SALUD DE MORON SANTIAGO				
EE.UU.	18	1	GOBIERNO EE.UU.				
	18	1	PREFECTURA DE SANTO DOMINGO				
ARABIA SAUDITA	18	1	GOBIERNO ARABIA SAUDITA				
EE.UU.	12			1	DELL		
	18	1	MUNICIPIO DE GUAQUILLAS				
	18			1	ASOCIACIÓN DE DISCAPACITADOS DE LA CONCORDIA		
BRASIL	12			1	BTG PACTUAL		
	18					1	MISIÓN TÉCNICA AGRÍCOLA DE TAIWAN
	485			1	SOBREVIVIENTES INCENDIO		
ARGENTINA	10	1	GOBIERNO ARGENTINO				
COLOMBIA	10			1	FEDECAFÉ		
BRASIL	10			1	HYUNDAI		
BOLIVIA	8			1	RED ELÉCTRICA		
BRASIL	12	1	ANP BRASIL				
EE.UU.	90			1	WALT DISNEY CO.		
VENEZUELA	990						
BOLIVIA	18						
ESPAÑA	18						
	90	1	CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL				
COLOMBIA	18						
	92	1	CUERPO DE BOMBEROS DE QUININDÉ				
RUSIA	18						
	210			1	DIARIO EL COMERCIO		

	754			1	IRENE PÉREZ		
	210			1	DIARIO EL COMERCIO		
	330	1	CONSEJO DE EDUCACIÓN SUPERIOR				
	120			1	DIARIO EL COMERCIO		
	18			1	UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO		
	200			1	DIARIO EL COMERCIO		
	18						
	18			1	UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR		
CANADÁ	18			1	AFP		
	580			1	LORENA MIRANDA		
	200	1	CONSEJO DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR				
	600			1	CASA DE LA MÚSICA		
	255			1	TEATRO PATIO DE COMEDIAS		
ESPAÑA	261			1	FUNDACIÓN PRÍNCIPE DE ASTURIAS		
	16			1	CENTRO CULTURAL METROPOLITANO		
	14			1	TEATRO PUENTES INVISIBLES		
	32			1	ORQUESTA DE JAZZ DEL ECUADOR		
	200			1	DIARIO EL COMERCIO		
	182			1	DIARIO EL COMERCIO		
	32			1	CENTRO CULTURAL METROPOLITANO		
	182			1	DIARIO EL COMERCIO		
	16			1	CENTRO CULTURAL PUCE		
	60			1	DIARIO EL COMERCIO		
	69			1	DIARIO EL COMERCIO		
	67			1	DIARIO EL COMERCIO		
	63			1	DIARIO EL COMERCIO		
	12			1	MUSEOS DE AGUA Y DE CIENCIAS		
	67			1	DIARIO EL COMERCIO		
MEXICO	740			1	TELEAMAZONAS		
	63			1	DIARIO EL COMERCIO		
	320	1	FISCALÍA SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS				
	200			1	CARLOS JUÁREZ		
	117	1	SUBSECRETARÍA DE TIERRAS				
EE.UU.	99						
EE.UU.	99						

Corporaciones Sociales	Detalle	Partidos políticos	Detalle	Sindicatos	Detalle	Otros
						DESCONOCIDO
						DESCONOCIDO
						EL NACIONAL DE CARACAS
						ANSA
						ANSA
						AFP
1	MOVIMIENTO					

	CIUDADANO CONTRATO SOCIAL POR LA EDUCACIÓN					
						AFP
						AFP
						AFP
						DPA
						REUTERS

Periodismo de investigación	Detalle	Rutinas productivas	Detalle	Rutinas productivas, pero con una parte de periodismo de investigación	Detalle	Agencias	Detalle	Origen desconocido	Detalle	¿Se utilizan fuentes?	¿Cuántas fuentes se utilizan?	¿Cuántas fuentes sin identificar?
				1						1	4	
		1								1	2	
		1								1	2	
				1						1	1	
				1						1	1	
				1						1	4	
				1						1	2	
				1						1	1	
		1								2		1
		1								2		1
		1								1	1	
		1								2		1
				1						1	4	
		1								1	2	
		1								1	5	
		1								1	1	
				1						1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
				1						1	1	
		1								1	1	
				1						1	1	
1		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
				1						1	11	
		1								1	3	
		1								1	4	
						1				1	5	

		1								2		1
		1								2		1
						1				1	5	
		1								2		1
				1						1	4	
						1				1	1	
		1								1	4	
						1				1	1	
						1				1	1	
		1								1	1	
						1				1	1	
		1								1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
						1				1	1	
		1								1	1	
				1						1	4	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	4	
						1				2		1
						1				2		1
				1						1	1	
						1				2		1
				1						1	1	
						1				2		1
		1								1	1	
		1								1	3	
		1								1	1	
		1								1	2	
		1								1	1	

		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								2		1
				1						1	1	
		1								1	1	
		1								1	4	
		1								2		2
		1								2		2
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								2		1
		1								1	1	
		1								2		1
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								1	1	
		1								2		1
		1								1	1	
1										1	6	
		1								1	1	
		1								1	5	
1										1	1	
		1								1	2	
						1				2		1
						1				2		1
						1				1	1	
						1				2		1
						1				1	1	
						1				2		1
						1				2		1
						1				1	1	

¿Prevalece la fuente en el titular?	Fuentes directas	Fuentes indirecta	Fuentes profesionales	Fuentes subjetivas	Fuentes objetivas	Fuentes gubernamentales	Fuentes Institucionales	Fuentes públicas	Fuentes privadas	Fuentes legítimas	Fuentes ilegítimas	Fuentes actuales
2	1											
2	1											
2	1											
2	1											
2		1										
2	1											
2	1											
2	1											
2		1										
2		1										
1	1											
2		1										
1	1											
2	1											
2	1											
2	1											
2		1										
2		1										
2		1										
2	1											
2		1										
2	1											
1	1											
2	1											
1		1										
2	1											
2	1					1						
2	1											
2								1				
2									1			
2	1											
1	1											
2		1										
2		1										

2	1											
2		1										
2	1											
1									1			
2	1											
1									1			
1									1			
2	1											
1						1						
2		1										
1						1						
1									1			
2		1										
2		1										
1									1			
2		1										
2	1											
1						1						
2									1			
1									1			
1									1			
2							1					
1									1			
2									1			
2		1										
2		1										
2			1									
2		1										
2			1									
2		1										
2									1			
2									1			
2									1			
2							1					
2									1			
2									1			
2									1			

archivo	políticos			elegida por la fuente		favor	en contra			apellidos		
				2		1	1	80	40	1		
				2						1		
				2		1	1	8	12	1		
				2						1		
				2								
				2		1	1	24	40		1	
				2						1		
				3						1		
				5						1		
				5								
				2						1		
				5						1		
				1		1	4	24	90	1		
				1						1		
				2		2	3	40	45	1		
				2						1		
				3						1		
				5								
				5								
				5								
				3						1		
				5								
				3						1		
				5								
				3						1		
				2						1		
				2								
				3								1
				2		3	6	90	150	1		
				2						1		
				2						1		
				2						1		
				5								1
				5								1

				2						1		
				5								1
				2						1		
				2								1
				2						1		
				2								1
				2								1
				2						1		
				2								1
				5								1
				2								1
				2								1
				5								1
				5								1
				2								1
				5								1
				2						1		
				2								1
				2								1
				2								1
				2								1
				2								1
				2								1
				3						1		
				5								1
				5								1
				2						1		
				5						1		
				2								1
				5								1
				2								1
				3						1		
				2								1
				2						1		
				2								1
				2								1
				2								1

				2								1
				2								1
		1		5								1
				3					1			
				2					1			
				2					1			
				5					1			
				5					1			
				5					1			
				5					1			
				5						1		
				2							1	
				2								1
				5					1			
				2								1
				5					1			
				2								1
				2								1
				2								1
				2								1
				5						1		
				2								1
				2					1			
				2								1
				2					1			
				2					1			
				2					1			
			1	5						1		
			1	5						1		
				2					1			
			1	5						1		
				2								
			1	5						1		
			1	5						1		
				5								
			1	5						1		
Off the record	Off the record	Estilo directo	Estilo indirecto	Nombre Intervención			Cargo			Modo de Intervención	Otro modo	Espacio de intervención

absoluto	parcial						
		1		JUAN CARLOS RUEDA	JEFE DE LA POLICÍA QUITO	1	20
		1		JOSÉ SERRANO	MINISTRO DEL INTERIOR	1	20
		1		JEAN CARLOS ALMEIDA	FISCAL DEL GUAYAS	1	20
		1		JOSÉ SERRANO	MINISTRO DEL INTERIOR	1	8
	1		1	POLICÍA NACIONAL	UNIDAD ANTINARCÓTICOS	4	
		1		JOSÉ SERRANO	MINISTRO DEL INTERIOR	1	8
		1		MIGUEL INSULZA	SECRETARIO GENERAL OEA	4	
		1		GUILLERMO LASSO	BANQUERO	1	200
		1		ANTHONY MILLS	SUBDIECTOR DEL INTERNACIONAL PRESS INSTITUTE	4	
	1		1		CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN LEGISLATIVA	4	
		1		OMAR SIMON	EX PRESIDENTE DEL CNE	2	12
			1	PAÚL BONILLA		4	
		1		ANTONIO GAGLIARDO	FISCAL DEL GUAYAS	2	20
		1		BLASCO PEÑAHERRERA S.	PRESIDENTE CÁMARA DE COMERCIO QUITO	2	32
		1		FERNANDO CORDERO	PRESIDENTE ASAMBLEA NACIONAL	2	16
		1		JAIME CUCALÓN	MIEMBRO ASOCIACIÓN ECUATORIANA AUTOMOTRÍZ	2	12
		1		DANIEL MEDRANO	CICLISTA	1	90
	1		1	JUNTA BANCARIA		4	
	1		1	ASAMBLEA NACIONAL		4	
	1		1	ASAMBLEA NACIONAL		4	
		1		MÓNICA COBA	EX CICLISTA	1	90
	1		1	SRI		4	
		1		FRANCISCO CARPIO	CICLISTA	1	90
1			1	MOVISTAR		4	
		1		MARÍA BELEN CUESTA	DIRECTORA CICLÓPOLIS	1	12
1			1	CLARO		4	
		1		FRANCISCO VACAS	MINISTRO DE RELACIONES LABORALES	1	171
		1		DAVID ROSALES	CONSEJERO	2	9
	1		1	MINISTERIO DE ECONOMÍA ESPAÑA		2	28
			1	EDUARDO TERÁN		4	10
		1		MUNICIPIO DE QUITO	CONCEJALES	2	240
		1		AUGUSTO ESPÍN	VICEMINISTRO DE TELECOMUNICACIONES	2	22
		1		MORADORES BARRIO LA COLMENA		2	90
		1		GRUPO SLIM		2	12

			1	DIARIO EL COMERCIO		4		
			1	DIARIO EL COMERCIO		4		
			1	BANCO DE ESPAÑA		2		15
			1	DIARIO EL COMERCIO		4		
			1	EDUARDO ORTEGA	DIRECTOR MTOP ESMERALDAS	2		16
			1	DIRECCIÓN DE YAHOO		2		
			1	ESTEBAN TORRACHI	DIRECTOR MA EN AZUAY	2		200
			1	DIRECTV EE.UU.		2		
			1	EBAY		2		
			1	SUSANA AGUILAR	DIRECTORA DE SALUD MORONA SANTIAGO	2		90
			1	GOBIERNO EE.UU.		2		
1			1	PREFECTURA DE SANTO DOMINGO		4		
			1	GOBIERNO ARABIA SAUDITA		2		
			1	DELL		2		
1			1	MUNICIPIO DE GUAQUILLAS		4		
1			1	ASOCIACIÓN DE DISCAPACITADOS DE LA CONCORDIA		4		
			1	BTG PACTUAL		4		
1			1	MISIÓN TÉCNICA AGRÍCOLA DE TAIWAN		4		
		1		MARTÍN ELLIS	PROPIETARIO ELLISEG	2		200
			1	GOBIERNO ARGENTINO		2		
			1	FEDECAFÉ		4		
			1	HYUNDAI		2		
			1	RED ELÉCTRICA		4		
			1	ANP BRASIL		4		
			1	WALT DISNEY CO.		4		
		1		GERARDO FERNÁNDEZ	CONSTITUCIONALISTA	1		90
1			1			4		
			1			4		
		1		LEOPOLDO TERÁN	SEGUNDO JEFE CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL	2		12
		1		HENRIQUE CAPRILES	CANDIDATO A LA PRESIDENCIA DE VENEZUELA	4		12
			1	CUERPO DE BOMBEROS DE QUININDÉ		4		
			1	AFP		4		
			1	EDITORIAL EL COMERCIO		4		210
		1		IRENE PÉREZ	PROPIETARIA BHAKTI	1		30
			1	RODRIGO FIERRO	COLUMNISTA EL COMERCIO	4		210

		1		MARCELO CEVALLOS	PRESIDENTE SUBROGANTE CONSEJO DE EDUCACIÓN SUPERIOR	2		36
			1	MIGUEL MACIAS	COLUMNISTA EL COMERCIO	4		120
			1	UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO		4		
			1	ALFREDO NEGRETE	COLUMNISTA EL COMERCIO	4		200
			1	MOVIMIENTO CIUDADANO CONTRATO SOCIAL POR LA EDUCACIÓN		4		
			1	UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR		4		
			1	AFP		4		
		1		LORENA MIRANDA	ESTUDIANTE	1		180
		1		HÓLGER CAPA	CONSEJERO CEAACES	2		40
		1		GUSTAVO LOVATO	DIRECTOR MUSICAL	2		20
		1		CHRISTOPH BAUMANN	ACTOR	4		
		1		RAFAEL MONEO	ARQUITECTO ESPAÑOL	4		
		1		SUSAN WEBSTER	HISTORIADORA DEL ARTE	4		
		1		ARÍSTIDES VARGAS	DIRECTORA DE TEATRO	4		
			1			4		
			1	MILAGROS AGUIRRE	COLUMNISTA EL COMERCIO	4		200
			1	ANA MARÍA CORREA	COLUMNISTA INVITADO EL COMERCIO	4		182
		1		ANTONIO ROMOLEROUX	PINTOR	4		
			1	JOSÉ GALLARDO	COLUMNISTA INVITADO EL COMERCIO	4		182
		1		ALEJANDRO SÁNCHEZ	POETA	4		
			1	JAVIER MOLINA	COLUMNISTA EL COMERCIO	4		60
			1	FABIOLA CARRERA	COLUMNISTA EL COMERCIO	4		69
			1	MARY VÁSQUEZ	COLUMNISTA EL COMERCIO	4		67
			1	ORLANDO M. PEÑAHERRERA	COLUMNISTA EL COMERCIO	4		63
			1			4		
			1	RAMIRO RON	COLUMNISTA EL COMERCIO	4		67
		1		FRANTZ JARAMILLO	ANTROPÓLOGO VISUAL	2		12
			1	FERNANDO TORRES	EMBAJADOR DE ESPAÑA	4		63
		1		FREDDY OCAMPO	EX GOBERNADOR SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	2		
		1		CARLOS JUÁREZ	DISEÑADOS TARIMAS	2		200
		1		LUIS RIZO	PRESIDENTE ASOCIACIÓN PUMA	2		18
			1			4		
			1			4		
		1		BARACK OBAMA	PRESIDENTE EE.UU.	2		120
			1			4		
1		1		SENADO ARGENTINA		2		

			1			4		
			1			4		
1			1	PROCURADURÍA DEL ESTADO DE CAMPECHE			2	
			1			4		
			1			4		
1	1			VLADIMIR PUTIN		PRESIDENTE DE RUSIA		2
			1			4		
			1			4		

Número de veces que interviene	Noticia clásica o estándar	Noticia exclusiva	Noticia especial	Noticia con entrevista	Noticia de foco múltiple	Breve	Tema del día	Noticia cronológica	Noticia en cifras	Noticia natural	Noticia artificial	Noticia falsa	Sondeo	Noticia de caducidad puntual	Noticia con duración prolongada
1									1						
2			1												
1			1												
1						1									
						1									
1								1							
					1										
16				1											
						1									
						1									
1						1									1
						1									
1			1											1	
1															
1		1													
									1						
						1									
1		1													
1		1													
						1									

1		1													
					1										
11				1											
1														1	
2														1	
1									1						
9			1												
1			1												
4											1				
1										1					
									1						
									1						
1										1					
										1					
1											1				
											1				
											1				
1			1												
											1				
1			1												
											1				
											1				
											1				
											1				
											1				
											1				
											1				
											1				
											1				
1					1										
											1				
											1				
											1				
											1				
											1				
											1				
											1				
5									1			1			
									1						

			de forma innecesaria	evidente			informativos objetivos		
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	2	1
		1			1	1	1	2	1
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	1
		1		1		2	1	2	2
		1		1		2	1	2	2
		1		1		2	1	2	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	2	2
		1			1	1	1	1	1
		1			1	1	1	2	2
		1		1		2	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	2	1
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	1	1	1	2
		1			1	2	1	2	2
		1			1	2	1	2	2

2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	1	1	¿PARA QUÉ VIENE INSULZA?	1	2	
1	4	1	2	1	1	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	1	PUNTO DE VISTA	2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
1	4	1	2	2	1	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
1	4	1	2	2	1	2		2	2	
2	3	1	2	1	1	2		2	2	
1	4	1	2	2	1	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	1	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
							PUNTOS DE VISTA PERSONALES DEL MINISTRO DE RELACIONES LABORALES			
2	3	1	2	2	2	1		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	1	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
1	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	

1	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
1	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	1	ESTADO DE EXCEPCIÓN	2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
1	4	1	2	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
1	4	1	2	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2	
2	1	1	2	1	2	2		2	2	
1	4	1	2	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
1	4	1	2	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2	

2	3	1	2	1	2	2		2	2		
2	3	1	2	1	2	2		2	2		
2	3	1	2	1	2	2		2	2		
1	3	1	2	1	2	2		2	2		
2	3	1	2	1	2	2		2	2		
2	3	1	2	1	2	2		2	2		
2	3	1	2	1	2	2		2	2		
2	3	1	2	1	2	2		2	2		
2	3	1	2	1	2	2		2	2		
2	3	1	2	1	2	2		2	2		
2	3	1	2	1	2	2		2	2		
2	3	1	2	1	2	2		2	2		
1	4	1	2	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2		
1	4	1	2	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2		
2	3	1	2	1	2	2		2	2		
1	4	1	2	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2		
2	3	1	2	1	2	2		2	2		
1	4	1	2	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2		
1	4	1	2	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2		
1	4	1	2	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2		
1	4	1	2	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2		
2	3	1	2	1	2	2		2	2		
1	4	1	2	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2		
							A PESAR DE SER EL PROGRAMA ESTELAR DEL DOMINGO, LA ESTACIÓN NO HA RESPONDIDO ANTE EL PEDIDO PARA HABLAR DE LA ESTRUCTURA DEL PROGRAMA				
2	4	1	1	2	1	1		2	2		
1	4	1	2	1	1	1	ARTÍCULO DE OPINIÓN	2	2		
2	3	1	2	2	2	2		2	2		
2	3	1	2	1	2	2		2	2		
2	3	1	2	2	2	2		2	2		
2	3	1	2	1	2	2		2	2		
2	3	1	2	1	2	2		2	2		
2	3	1	2	2	2	2		2	2		
¿Existen mensajes subliminales?	¿Existe carencia de alguna versión?	¿Existe manipulación?	¿Dónde se detecta?	¿Existe morbo?	Dónde se detecta?		¿Es una noticia que transmite valores?	Libertad	Justicia	Respeto	Tolerancia
2	2	2		2			2				
2	2	2		2			2				

2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	1	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	1	2		2		1				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		1				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		1		1		
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	2	2		2		1		1		
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		1				
2	1	2		2		2				
2	2	2		2		1				1
2	2	2		2		1				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				

2	2	2		2				1				
2	2	2		2				1				
2	2	2		2				1				
2	2	2		2				1				
2	2	2		2				1				
2	2	2		2				2				
2	2	2		2				2				
2	2	2		2				2				
2	1	2		2				2				
2	1	2		2				2				
2	2	2		2				2				
2	1	2		2				2				
2	2	2		2				2				
2	1	2		2				2				
2	1	2		2				1			1	
2	1	2		2				1			1	
2	1	2		2				1			1	
2	2	2		2				2				
2	1	2		2				2				
							EL PASADO DE TREVI, DONDE SE LA VIO ENVUELTA EN PROBLEMAS DE TRATA DE PERSONAS					
2	1	2		1				2				
2	1	2		2				2				
2	2	2		2				2				
2	2	2		2				2				
2	2	2		2				2				
2	2	2		2				2				
2	2	2		2				1				
2	2	2		2				1				
2	2	2		2				2				
2	2	2		2				1				
2	2	2		2				2				
2	2	2		2				1				
2	2	2		2				1				
2	2	2		2				1				
Responsabilidad	Amor	Bondad	Honradez	Confianza	Solidaridad	Verdad	Valentía	Paz	Amistad	Fraternidad	Honor	Otro

Nombre del Medio	Fecha	No. edición	Cobertura	Tema	Titulo	No. pagina	Portada	Sección	Procedencia
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	EN ALTO RELIEVE	COLOMBIA RATIFICÓ QUE SUS RADARES NO DETECTARON A LA AVIONETA CESSNA	2	1	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	EN ALTO RELIEVE	GALO LARA INSISTE EN SUS DENUNCIAS	2	2	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	EN ALTO RELIEVE	DE LA CRUZ APOYA LA LEY DE TIERRAS	2	2	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	EN ALTO RELIEVE	DERECHA, CHUCKY SEVEN Y CORREA	2	2	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	EN ALTO RELIEVE	APOYO A CÉSAR UMAJINGA	2	2	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	EN ALTO RELIEVE	LA CIFRA 350000	2	2	6	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	SEGURIDAD Y JUSTICIA	EL ESTADO NO TIENE CAPACIDAD FRENTE A LAS DROGAS	3	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	POLÍTICA	VEEDORES, CON PROHIBICIÓN PARA SALIR DEL PAÍS	5	1	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	POLÍTICA	CANCILLERÍA PIDIÓ NO DAR EL ASILO	5	2	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	POLÍTICA	OPOSITORES DE VILLACRESES LO DESPIDIERON CON FOTOS	5	2	3	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	NEGOCIOS	DIÁLOGO CON UE DEPENDE DE LA DECISIÓN POLÍTICA	6	1	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	NEGOCIOS	EMPIEZA EL PAGO A LOS EX EMPLEADOS DE ÍCARO	6	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	NEGOCIOS	FACEBOOK ENSAYA FÓRMULAS PARA DIVERSIFICAR SUS FUENTES DE INGRESOS	7	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	NEGOCIOS	EL NO TAN EXCLUSIVO CLUB DE US\$ 1.000 MILLONES	7	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	NEGOCIOS	WAL-MART	7	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	NEGOCIOS	GM	7	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	NEGOCIOS	HUMAN GENOME SCIENCES	7	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	NEGOCIOS	TOSHIBA	7	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	NEGOCIOS	GAP	7	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	NEGOCIOS	ESPAÑA	7	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	NEGOCIOS	MÉXICO	7	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	NEGOCIOS	LA ECONOMÍA DE VENEZUELA	7	2	4	1

EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	NEGOCIOS	UNICASA	7	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	NEGOCIOS	VALE	7	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	NEGOCIOS	LAS VENTAS	7	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	NEGOCIOS	HEWLETT-PACKARD ANUNCIA HASTA 30.000 DESPIDOS	7	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	WALL STREET	HIROAKI NAKANISHI ABANDONÓ LOS NEGOCIOS AL CONSUMIDOR EN BUSCA DE MÁRGENES MÁS ALTOS	8	2	4	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	MUNDO	LA POBLACIÓN HISPANA AUMENTA SU INFLUENCIA EN LOS EE.UU.	9	1	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	MUNDO	EL DETERIORO DE LA SEGURIDAD SE DEBATE EN COLOMBIA	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	MUNDO	CAOS EN EL TRANSPORTE POR PARO EN EL METRO	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	MUNDO	HOLLANDE Y MINISTROS CON MENOS SALARIO	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	MUNDO	NO SE PUEDE CONTROLAR MOTÍN EN UNA CÁRCEL	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	MUNDO	PRESIDENTE LOBO PIDE AYUDA A EE.UU.	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	MUNDO	JEFE DE AL QAEDA PIDE QUE HAYA UNA REBELIÓN	9	2	1	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	OPINIÓN	AEROPUERTOS	10	1	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	OPINIÓN	FRAUDE ACADÉMICO	10	1	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	OPINIÓN	PRE CAMPAÑA A LA VISTA	10	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	OPINIÓN	LOS ABANDONADOS	10	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	OPINIÓN	¿CUESTIÓN DE UNA FRASE!	10	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	OPINIÓN	VIVA LA IZQUIERDA	11	2	5	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	OPINIÓN	MONTÚFAR Y EL NUEVO AEROPUERTO	11	2	5	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	INFORMACIÓN GENERAL	EL TEMOR DE QUE GRECIA DEJE EL EURO OCASIONA RETIROS MASIVOS	12	1	9	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	INFORMACIÓN GENERAL	LA CUMBRE DEL G8 SE HALLA RELEGADA	12	2	9	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	INFORMACIÓN GENERAL	INTENSO TIROTEO EN UNA CÁRCEL VENEZOLANA	12	2	9	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	INFORMACIÓN GENERAL	IDENTIDAD DE GÉNERO PIDEN MANIFESTANTES	12	2	9	1
EL COMERCIO	18/05/2012	39049	1	INFORMACIÓN	OPOSITORA PIDE A EE.UU. PRECISAR DENUNCIAS	12	2	9	1

(QUITO)				GENERAL					
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	INFORMACIÓN GENERAL	RECHAZAN ASILO POLÍTICO PARA EX JUEZ ARGENTINO	12	2	9	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	INFORMACIÓN GENERAL	BESOS CONTRA LA HOMOFOBIA	12	2	9	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	QUITO	CONOZCA LOS 6 SITIOS MÁS VISITADOS	13	1	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	QUITO	RECORRA LOS MUSEOS GRATUITAMENTE, HOY	13	2	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	QUITO	LAS PROPUESTAS CULTURALES DE LA CIUDAD	13	2	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	QUITO	LOS BUSES TURÍSTICOS RECORREN LOS MUSEOS	13	2	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	QUITO	RECORRIDOS DINÁMICOS EN EL CENTRO CULTURAL	13	2	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	QUITO	LAS ARTES SE INTEGRAN EN LOS MUSEOS DE QUITO	13	2	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	QUITO	ARTES PARA ENTRETENER A LOS NIÑOS DE LA CIUDAD	13	2	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	QUITO	SEMÁFOROS SIN SINCRONIZACIÓN AFECTAN AL NUEVO CORREDOR	14	2	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	QUITO	UNA MANIOBRA PELIGROSA	14	2	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	QUITO	NUEVA CAMPAÑA POR EL RECICLAJE	14	2	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	ECUADOR	DOS PIONEROS IMPRIMEN SU HUELLA	16	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	ECUADOR	LA LETALIDAD POR EL DENGUE AUMENTA EN AMÉRICA	16	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	ECUADOR	AMBATO / LA EXPO ESCOLAR CONCLUYE ESTE DÍA	16	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	ECUADOR	SUCUMBIDOS / UN PLAN DE AYUDA AÉREA PARA PUTUMAYO	16	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	ECUADOR	ZAMORA CHINCHIPE / LA POBLACIÓN PIDE EL ASFALTADO DE UNA VÍA	16	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	ECUADOR	LAGO AGRIO / 36 BARRIOS RECICLAN MEJOR SU BASURA	16	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	ECUADOR	AMAZONÍA / UNA ALIANZA PARA DAR ENERGÍA A 5 CANTONES	16	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	ECUADOR	ECUADOR, EN DESVENTAJA CON ARROCEROS VECINOS	17	2	4	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	SOCIEDAD	SI NO SABES SINÓNIMOS, TE QUEDAS SIN U	18	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	SOCIEDAD	LAS MUJERES Y LA INTERNET TIENEN UNA CITA	18	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	SOCIEDAD	VIGILIA POR LAS VÍCTIMAS MORTALES DE VIH/SIDA	18	2	2	2

EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	SOCIEDAD	LA CAMINATA CONTIGO HASTA EL FINAL SERÁ EL 20	18	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	SOCIEDAD	GOOGLE MEJORA SU MOTOR DE BÚSQUEDA	18	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	SOCIEDAD	EL AMERICANO FUE SEDE DEL MODELO DE LA ONU	18	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	SOCIEDAD	NUEVOS MOSQUITOS COMBATIRÁN EL DENGUE	18	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	SOCIEDAD	BROTE DE PAPERAS EN CHIMBORAZO	19	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CULTURA	AMISTADES ILÍCITAS: EL DEDO EN LA LLAGA DE LA HOMOFOBIA	20	1	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CULTURA	REALIDAD SOCIAL, EN EL PRIMER DÍA EDOC	20	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CULTURA	UNA NOCHE DE FIESTA AL ESTILO TITIRITERO	20	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CULTURA	UNA CELEBRACIÓN POR EL DÍA DE LOS MUSEOS	20	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CULTURA	FESTIVAL DE DANZAS BOLIVIANAS EN EL ÁGORA	20	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CINE	ÓPERA EN FORMATO DIGITAL Y EN 3D	24	2	11	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CINE	UN RELATO DE LA HISTORIA LLANERA	24	2	11	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CINE	LA SUERTE ENREDA AL AMOR	24	2	11	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CINE	UNA FIGURA FEMENINA CAZANDO FUGITIVOS	24	2	11	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CINE	EL PASEO UN ROAD MOVIE DE COLOMBIA	24	2	11	1
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CHÉVERE	EL VINO ESPAÑOL CONQUISTA AL ECUATORIANO	26	2	2	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CHÉVERE	RECITAL / HOY EN EL TEATRO VARIEDADES	26	2	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CHÉVERE	MÚSICA / HOY, A PARTIR DE LAS 19:00, EN EL CAFÉ ARTE TUMBACO	26	2	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CHÉVERE	CONCIERTO / MAÑANA EN EL TEATRO VARIEDADES	26	2	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CHÉVERE	FESTIVAL / ESTE FIN DE SEMANA EN LA SALA DEMETRIO AGUILERA MALTA	26	2	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CHÉVERE	TEATRO / HOY Y MAÑANA, A PARTIR DE LAS 20:30, Y DOMINGO, A PARTIR DE LAS 18:30, EN EL PATIO DE COMEDIAS	26	2	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CHÉVERE	HIP HOP / EL DOMINGO EN EL ÁGORA DE LA CASA DE LA CULTURA	26	2	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CHÉVERE	ARTE / HOY Y MAÑANA, A LAS 20:30, Y DOMINGOS, A LAS 18:30, EN EL TEATRO MALA YERBA	26	2	7	4

EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CHÉVERE	MÚSICA / MAÑANA EN EL ÁGORA DE LA CASA DE LA CULTURA, A LAS 19:00	26	2	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CHÉVERE	MÚSICA / MAÑANA EN EL ÁGORA DE LA CASA DE LA CULTURA, A LAS 19:00	26	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CHÉVERE	ACTUACIÓN / HOY Y MAÑANA, A LAS 21:00, Y DOMINGO, A LAS 20:00, EN EL TEATRO DEL ÁNGEL	26	2	7	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	CHÉVERE	CONCIERTO / MAÑANA, A PARTIR DE LAS 18:00, EN EL AUDITORIO DEL MAAC	26	2	7	4
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	ESPECTÁCULOS	DONNA SUMMER MARCÓ LA ERA DISCO	27	1	11	2
EL COMERCIO (QUITO)	18/05/2012	39049	1	ESPECTÁCULOS	"ÓXIDO Y HUESO" RECIBIÓ UNA GRAN OVACIÓN EN CANNES	28	2	11	2

País que ocurren los hechos	Espacio CM2	Organismos o entidades públicas	Detalle	Organismos o entidades privadas	Detalle	ONG's	Detalle
	1200	1	POLICÍA NACIONAL				
	36						
	24						
	18						
	12						
	16	1	MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO				
	600			1	JORGE CHABAT		
	520	1	FISCALÍA PICHINCHA				
	110	1	CANCELLERÍA ECUADOR				
	360	1	MUNICIPIO GUAYAQUIL				
	630	1	CANCELLERÍA ECUADOR				
	288	1	MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES				
EE.UU.	480			1	FACEBOOK		
EE.UU.	440			1	SILICON VALLEY		
EE.UU.	30			1	WAL-MART		
EE.UU.	10			1	GM		
EE.UU.	15			1	HUMAN GENOME SCIENCES		
JAPÓN	20			1	TOSHIBA		
EE.UU.	20			1	GAP		
ESPAÑA	18	1	GOBIERNO ESPAÑA				
MÉXICO	10	1	GOBIERNO MÉXICO				
VENEZUELA	15	1	GOBIERNO VENEZUELA				

BRASIL	12			1	UNICASA		
CANADÁ	15			1	VALE		
BRASIL	18	1	IBGE				
EE.UU.	99			1	HEWLETT-PACKARD		
JAPÓN	450			1	HITACHI LTD.		
EE.UU.	775			1	REVISTA TIME		
COLOMBIA	175					1	CORPORACIÓN NUEVO ARCO IRIS
ARGENTINA	44						
FRANCIA	24	1	GOBIERNO FRANCIA				
VENEZUELA	40	1	AUTORIDADES VENEZOLANAS				
HONDURAS	16	1	PRESIDENCIA HONDURAS				
ARABIA SAUDITA	16						
	210			1	EDITORIAL		
	210			1	ENRIQUE AYALA MORA		
	210			1	GONZALO RÚZ		
	210			1	PABLO ORTÍZ		
	210			1	MARÍA CÁRDENAS		
	200			1	JUAN ESTEBAN GUARDERAS		
	200			1	MARCELO ORTÍZ		
	GRECIA	1	PRESIDENCIA GRECIA				
EE.UU.	126	1	PRESIDENCIA EE.UU.				
VENEZUELA	24			1	AFP		
GUATEMALA	16			1	EFE		
VENEZUELA	24			1	EFE		
CHILE	16			1	EFE		
	99			1	FUNDACIÓN EQUIDAD		
	1125	1	SISTEMA METROPOLITANO DE MUSEOS Y CENTROS CULTURALES				
	44	1	SISTEMA METROPOLITANO DE MUSEOS Y CENTROS CULTURALES				
	26	1	SISTEMA METROPOLITANO DE MUSEOS Y CENTROS CULTURALES				
	44	1	SISTEMA METROPOLITANO DE MUSEOS Y CENTROS CULTURALES				
	20	1	SISTEMA METROPOLITANO DE MUSEOS Y CENTROS CULTURALES				
	20	1	SISTEMA METROPOLITANO DE MUSEOS Y CENTROS CULTURALES				
	20	1	SISTEMA METROPOLITANO DE				

			MUSEOS Y CENTROS CULTURALES			
	532	1	SECRETARÍA DE MOVILIDAD			
	171			1	EL COMERCIO	
	171	1	EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE ASEO			
	975			1	HACIENDA LA VICTORIA	
	175	1	ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE LA SALUD			
	48			1	CÁMARA DE COMERCIO DE TUNGURAHUA	
	24	1	MUNICIPIO DE PUTUMAYO			
	46					
	22					
	40					
	322	1	MINISTERIO DE AGRICULTURA			
	825	1	SENESCYT			
	250			1	USUARIOS DIGITALES	
	40					
	24					
	16			1	GOOGLE	
	48			1	COLEGIO AMERICANO	
	48					
	152	1	DIRECCIÓN DE SALUD DE CHIMBORAZO			
	800			1		
	300			1		
	12			1		
	16	1	MINISTERIO DE CULTURA			
	16	1	MINISTERIO DE CULTURA DE BOLIVIA			
GRAN BRETAÑA	92					
VENEZUELA	92					
EE.UU.	627					
EE.UU.	92					
COLOMBIA	92					
	1140			1	DAMIÁN MONTARELO	
	25			1	VALERIA PROAÑO	
	25			1		
	20			1	ROLL OVER	

		1								1	1	
				1						1	1	
		1								1	3	
		1								1	2	1
		1								1	2	
				1						1	5	
		1								1	1	1
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
						1				1	1	
		1								1	1	1
		1								1	1	1
		1								1	1	1
		1								1	1	1
		1								1	1	1
		1								1	1	1
		1								1	1	1
						1				1	6	

						1				2		1
						1				2		1
						1				2		1
						1				2		1
						1				2		1
										1	2	
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1
		1								2		1

¿Prevalece la fuente en el titular?	Fuentes directas	Fuentes indirecta	Fuentes profesionales	Fuentes subjetivas	Fuentes objetivas	Fuentes gubernamentales	Fuentes Institucionales	Fuentes públicas	Fuentes privadas	Fuentes legítimas	Fuentes ilegítimas	Fuentes actuales
2	1											
1	1											
1	1											
2		1										
2		1										
2	1											
2			1									

2							1						
1							1						
2								1					
2							1						
2							1						
1										1			
2										1			
1										1			
1										1			
1										1			
1										1			
1										1			
2							1						
2							1						
2							1						
1										1			
1										1			
2										1			
1										1			
1										1			
2								1					
2													
2													
1													
1													
2										1			
2										1			
2										1			
2										1			
2										1			
2										1			
2										1			
2										1			
2										1			
2										1			
2										1			

2													
2													
2													
2		1											
2							1						
2		1											
2	1	1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2			1										
2							1						
2		1											
2	1												
2	1												
2		1											
2		1											
1		1											
1		1											
2		1											
2								1					
2										1			
2										1			
2		1											
2		1											
2													
2													

2													
2													
2													
2			1										
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											
2		1											

Fuentes de archivo	Fuentes de partidos políticos	Fuentes de sindicatos	Agencias	Medio donde las fuentes actuaron, vía elegida por la fuente	Otro medio	No. fuentes a favor	No. fuentes en contra	Espacios A favor	Espacios en contra	Objetiva - Nombres y apellidos	Impersonal (ciudadano)	Genérica (manifestaciones)
				2						1		
				2						1		
				2						1		
				2							1	
				2							1	
				2						1		
				3						1		

			1	5								1
			1	5								1
			1	5								1
				5								1
				2						1		
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				2						1		
				2						1		
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				2						1		
				2						1		
				2						1		
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				2						1		
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
			1	1								1
			1	2								1

			1	1								1
			1	1								1
			1	1								1
				2						1		
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
			1	5								1
			1	5								1
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
				5							1	
			1	5								1
			1	5								1

Off the record absoluto	Off the record parcial	Estilo directo	Estilo indirecto	Nombre Intervención	Cargo	Modo de Intervención	Otro modo	Espacio de intervención
		1		RAMIRO MANTILLA	JEFE CUARTO DISTRITO DE LA POLICÍA	2		20
		1		GALO LARA	LEGISLADOR SOCIEDAD PATRIÓTICA	2		15
		1		PEDRO DE LA CRUZ	ASAMBLEISTA ALIANZA PAÍS	2		15
			1	CESAR MONTUFAR	ASAMBLEISTA OPOSICIÓN	4		
			1	CÉSAR UMAGINGA	PREFECTO COTOPAXI	4		
		1		MARÍA FERNANDA ESPINOZA	MINISTRA COORDINADORA DE PATRIMONIO	2		9

		1		JORGE CHABAT	INVESTIGADOR MEXICANO	1		300
		1		PATRICIO NAVARRETE	FISCAL	2		15
		1		GERARDO PORTILLO	VEEDOR FISCALÍA	2		15
			1	POLO BAQUERIZO	CONCEJAL MADERA DE GUERRERO	2		15
		1		RICARDO PATIÑO	CANCILLER	2		30
		1		FRANCISCO VACAS	MINISTRO RELACIONES LABORALES	2		60
		1		MARK ZUCKERBERG	PRESIDENTE EJECUTIVO DE FACEBOOK	2		20
1				SILICON VALLEY		4		
		1		WAL-MART		4		
		1		GM		4		
		1		HUMAN GENOME SCIENCES		4		
		1		TOSHIBA		4		
		1		GAP		4		
		1		GOBIERNO ESPAÑA		4		
		1		GOBIERNO MÉXICO		4		
		1		GOBIERNO VENEZUELA		4		
		1		UNICASA		4		
		1		VALE		4		
		1		IBGE		4		
		1		HEWLETT-PACKARD		4		
		1		HIROAKI NAKANISHI	PRESIDENTE HITACHI LTD.	2		30
1			1	REVISTA TIME		2		90
		1		ARIEL ÁVILA	INVESTIGADOR ONG	2		24
			1					
	1		1					
			1					
		1		PORFIRIO LOBO	PRESIDENTE DE HONDURAS	2		8
		1		AYMAN ZAWAHIRI	JEFE AL QAEDA	2		8
		1		EDITORIAL	COLUMNISTA EL COMERCIO	4		210
		1		ENRIQUE AYALA MORA	COLUMNISTA EL COMERCIO	4		210
		1		GONZALO RUÍZ	COLUMNISTA EL COMERCIO	4		210
		1		PABLO ORTÍZ	COLUMNISTA EL COMERCIO	4		210
		1		MARÍA CÁRDENAS	COLUMNISTA EL COMERCIO	4		210
		1		JUAN ESTEBAN GUARDERAS	COLUMNISTA EL COMERCIO	4		200
		1		MARCELO ORTÍZ	COLUMNISTA EL COMERCIO	4		200
		1		CAROLOS PAPULIAS	PRESIDENTE GRECIA	2		20
	1		1	PRESIDENCIA EE.UU.		4		

1			1	AFP		4		
			1	EFE		4		
			1	EFE		4		
			1	EFE		4		
			1	FUNDACIÓN EQUIDAD		4		
		1		ANDRÉS PALMA	DIRECTOR SISTEMA METROPOLITANO DE MUSEOS Y CENTROS CULTURALES	2		60
			1	SISTEMA METROPOLITANO DE MUSEOS Y CENTROS CULTURALES		4		
			1	SISTEMA METROPOLITANO DE MUSEOS Y CENTROS CULTURALES		4		
			1	SISTEMA METROPOLITANO DE MUSEOS Y CENTROS CULTURALES		4		
			1	SISTEMA METROPOLITANO DE MUSEOS Y CENTROS CULTURALES		4		
			1	SISTEMA METROPOLITANO DE MUSEOS Y CENTROS CULTURALES		4		
			1	SISTEMA METROPOLITANO DE MUSEOS Y CENTROS CULTURALES		4		
			1	SECRETARÍA DE MOVILIDAD		4		
			1	EL COMERCIO		4		
			1	EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE ASEO		4		
		1		MARIUXI GARCÍA	VICEPRESIDENTA HACIENDA LA VICTORIA	2		40
		1		GUSTAVO BRETTAS	DELEGADO OPS	2		15
			1	CÁMARA DE COMERCIO DE TUNGURAHUA		4		
			1	MUNICIPIO DE PUTUMAYO		4		
			1			4		
			1			4		
		1		JAVIER PONCE	MINISTRO DE AGRICULTURA	2		20
		1		RENÉ RAMIREZ	TITULAR SENESCYT	2		18
		1		ALFREDO VELAZCO		2		12
			1			4		
			1			4		
			1	GOOGLE		4		
			1	COLEGIO AMERICANO		4		
			1			4		
		1		MARGARITA GUEVARA	DIRECTORA SALUD CHIMBORAZO	2		12
			1			4		
			1			4		

			1			4		
			1	MINISTERIO DE CULTURA		4		
			1	MINISTERIO DE CULTURA DE BOLÍVIA		4		
			1			4		
			1			4		
			1			4		
			1			4		
			1			4		
	1			DAMIÁN MONTARELO	CHEF ESPAÑOL	2		30
			1	VALERIA PROAÑO	ARTISTA ECUATORIANA	4		
			1			4		
			1	ROLL OVER		4		
			1	FUNDACIÓN TITEREFUÉ		4		
			1			4		
			1			4		
			1	GRUPO DE TEATRO PUENTES INVISIBLES		4		
			1	AGRUPACIÓN MALÓN		4		
			1	AGRUPACIÓN MALÓN		4		
			1	CORPORACIÓN DE ARTE DRAMÁTICO AZUL PROFUNDO		4		
			1	MOVIMIENTO ROCK GUAYACO		4		
			1			4		
			1			4		

¿La información está firmada?	Enfoque	Enfoque narrativo adecuado	Enfoque narrativo tendencioso	Vinculación con elementos, circunstancias o situaciones	¿Hay diferencia de enfoque con respecto a otros personajes o temas?	¿Existe separación entre información y opinión?	¿Dónde se detecta?	¿Existe propaganda?	¿Existe publicidad subliminal?	¿Dónde se detecta?
2	4	1	2	2	1	2		2	2	
2	4	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	4	1	2	2	1	1	HAY QUE DEPURAR LAS INSTITUCIONES COMO POLICÍA Y FF.AA.	2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	2	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
1	3	1	2	1	2	2		2	2	
1	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	1		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
1	2	1	2	2	2	2		2	2	
1	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	1	PUNTO DE VISTA	2	2	
1	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	2	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	
2	3	1	2	1	2	2		2	2	

2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	2	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				
2	1	2		2		2				

										1		
1				1								
						1						
							1					
						1						
											1	
1				1								
							1					
							1					
											1	
1				1								
											1	
1												