



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

MODALIDAD ABIERTA

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**“La aplicación de la ética en los medios de comunicación:
ECUAVISA, Radio Fuego 106.5 y revista VISTAZO.
Trabajo de investigación realizado en la ciudad de Guayaquil”**

**Tesis Previa a la obtención del
Título de Licenciada en
Comunicación Social**

AUTORA:

Nancy Karyna Arteaga García

DIRECTORA DE TESIS:

Verónica González Rentería

CENTRO UNIVERSITARIO GUAYAQUIL

2007-2008

CERTIFICACIÓN

Lic. Verónica González R.
DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación, realizado por la Sra. Dra. Nancy Karyna Arteaga García, sobre el tema: “La aplicación de la ética en los medios de comunicación: ECUAVISA, Radio Fuego 106.5 y revista VISTAZO. Trabajo de investigación realizado en la ciudad de Guayaquil”. Ha sido dirigido y revisado prolijamente y, cumple con todos los requisitos establecidos por la Universidad Técnica Particular de Loja, por lo que se autoriza su presentación.

Loja, 16 de Diciembre de 2007

Lic. Verónica González R.

AUTORÍA

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

Guayaquil, diciembre 2007.

f: Karyna de Abad.
Nancy Karyna Arteaga García
C. C.: 0907095731

CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Nancy Karyna Arteaga García 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”.

Dra. Karyna Arteaga de Abad

AUTOR

DEDICATORIA

A Dios, a mi patria: el Ecuador, a mi familia, a la Universidad Técnica Particular de Loja y mi estimado compañero Héctor Garzón “Rosendo”.

La Autora

AGRADECIMIENTO

Primero le agradezco a Dios, y, expreso mi más sincero agradecimiento a todas aquellas personas que hacen la Universidad Técnica Particular de Loja. No ha sido necesario para mí, ir a otro país, para aprender periodismo en una excelente universidad. ¡Gracias por enseñarme a valorar lo nuestro!

A los medios de comunicación por su colaboración en este trabajo de investigación. De manera especial a: Lcda. Gisella Raymond de Freire (Editores Nacionales, revista VISTAZO); Ing. Carlos Jijón (ECUAVISA) y Sr. Magno Cervantes Montiel (Radio Fuego). Estas personas y su grupo de periodistas fueron en todo momento entusiastas cooperadores con la investigación. No pusieron un límite a las entrevistas y dieron lo mejor y más sincero de sí. ¡Gracias por enseñarme el valor de la sencillez, el conocimiento y la generosidad!

A mi hija Lidia María, futura periodista ecuatoriana, por toda su colaboración. A mi esposo Victorino y a mis otros tres hijos: Victorino Antonio, Paula y Karynita. Gracias por que día a día me entregan su cariño y me han dado todo su apoyo. Ellos me enseñan el valor único e insustituible del verdadero amor.

A mis padres, Marco Antonio y Nancy, periodistas profesionales. Quienes, como yo, no dejan de soñar con un mundo en donde exista la equidad y la justicia social. Pero ellos no sólo me han enseñado a soñar. A ellos les debo el haber aprendido a ser responsable y, a pesar de las dificultades, trabajar con honestidad, con valentía y con positivismo. Así, en lo pequeño de nuestras actividades, vamos forjando ese mundo diferente. Vamos haciendo que nuestros sueños se conviertan, poco a poco, en realidad.

De igual manera mi reconocimiento, afecto y gratitud a Diana Rivera y a mi directora de tesis, Verónica González.

Karyna Arteaga de Abad.

ÍNDICE

	N. Pág.
Certificación	
Cesión de derechos	
Autoría	
Dedicatoria	
Agradecimiento	
Resumen	1
Introducción	2-4
CAPITULO I	
MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR	5-22
1.1 Antecedentes históricos del periodismo mundial: aspectos puntuales	
1.2 Breve reseña histórica del periodismo en el Ecuador (Una historia alejada de la ética)	
1.3 Breve reseña de los medios seleccionados	
1.3.1 Revista VISTAZO	
1.3.2 Radio Fuego	
1.3.3 ECUAVISA	
1.4 Análisis del trabajo que realizan	
1.5 Crítica sobre la aplicabilidad de la ética	
1.6 El papel del comunicador en los medios, como es y cómo debería ser	
CAPITULO II	
DESARROLLO DEL TRABAJO INVESTIGATIVO	23-56
2.1 Análisis de datos y diseño de tablas estadísticas: Presentación de resultados Tabulación de encuestas	
2.2 Análisis de datos: basado en las entrevistas a directores y periodistas de los medios investigados	

2.2.1 ECUAVISA

2.2.2 VISTAZO

2.2.3 Radio Fuego

CAPITULO III

ANÁLISIS DE LOS SUPUESTOS **57-62**

3.1 Antecedentes: Conocimientos previos de la ética periodística

3.2 Análisis de los supuestos

3.2.1 Los medios de comunicación colaborarán de forma positiva a la investigación

3.2.1.1 Prensa escrita: revista VISTAZO

3.2.1.2 Televisión: ECUAVISA

3.2.1.3 Radio Fuego 106.5 FM

3.2.2 Un porcentaje significativo de medios de comunicación trabajan de alguna manera en base a los lineamientos de la ética

CAPITULO IV

ANÁLISIS DE CONCEPTOS Y CÓDIGO ÉTICO DEL PERIODISTA ECUATORIANO **63-74**

4.1 Resultados de la investigación

4.1.1 ECUAVISA

4.1.2 Revista VISTAZO

4.1.3 Radio FUEGO

4.2 Comparación y análisis con algunos literales del código ético, que rige para periodistas y medios de comunicación social

4.2.1 Crítica sobre la aplicabilidad de la ética

4.3 Ejemplo de los medios estudiados que vaya en contra de los lineamientos de la ética. Analice tomando en cuenta lo que dice el código ético (artículos vinculados con el periodista y la ética)

**CAPITULO V.
Conclusiones y recomendaciones**

BIBLIOGRAFÍA 75

ANEXOS

Resumen

“La aplicación de la ética en los medios de comunicación” es el tema de esta investigación. La misma que ha sido realizada en la ciudad de Guayaquil. Se ha basado en el estudio y seguimiento de los medios: revista VISTAZO, radio Fuego 106.5 y ECUAVISA. Además de las entrevistas realizadas a directores y periodistas de los medios mencionados, se han realizado encuestas al público en general. De un universo de aproximadamente 100 encuestas, se escogieron 60 para la elaboración de cuadros estadísticos y análisis de los resultados.

El estudio del tema está distribuido en cinco capítulos, a los que antecede una introducción.

El capítulo I sobre los Medios de Comunicación Social en el Ecuador, presenta y analiza los antecedentes históricos. Tanto del periodismo mundial como del periodismo en el Ecuador. Además se encuentra en este capítulo una breve reseña del inicio y desarrollo de los medios escogidos para la investigación: revista VISTAZO, radio FUEGO 106.5 y ECUAVISA. También está el análisis del trabajo que estos medios realizan. Un estudio sobre la aplicabilidad de la ética y un enfoque acerca el trabajo del comunicador, cómo es y cómo debería ser.

El capítulo II corresponde al desarrollo de la investigación en sí. Se encuentran los datos y cuadros estadísticos y su correspondiente análisis. Tanto del resultado de las encuestas como de las entrevistas realizadas a los directores y periodistas de cada medio seleccionado.

El capítulo III concierne al análisis de los tres supuestos con los que se inicia la investigación. Incluye el nivel de conocimiento sobre ética periodística de los directores y periodistas que participaron en las entrevistas. Un porcentaje significativo de medios de comunicación, basa su trabajo en los lineamientos de la ética.

El capítulo IV profundiza en los conceptos y el código de ética del periodista. Con los resultados de la investigación en cada medio: prensa escrita, radio y televisión. Además de una crítica sobre la aplicabilidad de la ética. Se encuentra en este capítulo la cita de ejemplos encontrados en los medios estudiados en la investigación, que vayan en contra de los lineamientos de la ética.

Capítulo V sobre las conclusiones y recomendaciones.

AL final se presenta la bibliografía consultada que incluye una variada documentación perteneciente al archivo personal de la autora de la tesis. Colectado en casi 23 años de actividad periodística. Los anexos incluyen las grabaciones de las entrevistas realizadas, documentos y video de la asociación sin fines de lucro: COMUNICACIÓN POSITIVA.

Para concluir: la información que los medios de comunicación entregan al público, debe ser trascendente, tener sentido y razón de ser. Puede cambiar la vida de una o, de varias personas o de toda una población. Incide en la historia y en la sociedad. Es capaz de mover las estructuras políticas y económicas. Pero, prioritariamente, debe buscar del bien común. Por tanto, el oficio del periodismo debe ser visto con un objetivo social y tiene que ejercitarse bajo una obligación ética.

Objetivos

Objetivo General

Analizar la aplicabilidad de la ética, en los medios masivos de comunicación del país.

Objetivos Específicos

- ✚ Demostrar que la aplicación de la ética en los medios masivos de comunicación, es, aún insuficiente.

- ✚ Identificar si los medios de esta investigación: revista VISTAZO, radio FUEGO 106.5, y ECUAVISA, trabajan bajo los lineamientos de la ética.

- ✚ Participar en el proceso de investigación universitario como medio de conocimiento de la cultura del profesional de la comunicación.

Introducción

“La aplicación de la ética en los medios de comunicación en el Ecuador” es el tema propuesto por la Universidad Técnica Particular de Loja, en el programa de investigación para egresados de la facultad de Comunicación. Tema que es tan actual como importante. Y, que coincidió con una de las mayores preocupaciones e interrogantes que me he planteado últimamente sobre la labor periodística que se realiza en el país.

La UTPL presentó en su guía didáctica como objetivo general: *Analizar la aplicación de la ética en los medios de comunicación masivos del país*. Pero, para llegar al cumplimiento del mismo ha proporcionado una gran oportunidad para que, quienes estamos realizando el trabajo investigativo, conozcamos lo más cerca posible, como se maneja esta “ética periodística” en los grandes medios.

Ninguna investigación es fácil de realizar, porque a veces las puertas no se abren. En otras ocasiones sí... entonces nos entusiasmos buscando la manera de alcanzar una fórmula mágica aplicable a todos y a tantos medios. Visualizando la posibilidad de que todos se manejen con ética, al momento de presentar la información. Que más allá de ser una industria informativa, sean un ente de cooperación para el desarrollo social; generadores de cultura y motivadores del pensamiento ciudadano. Que propongan el discernimiento para llegar a una opinión auténtica y oportuna acerca de los hechos que han sido noticia...

Para lograr el objetivo general, asignó, la UTPL, tres medios representativos de prensa escrita, radio y televisión. Planteando supuestos teóricos que deberían cumplirse con cada uno.

Esto de los supuestos se los analizará después en el capítulo III

En primera instancia, la investigación que me propusieron fue: a VISTAZO; radio Onda Positiva y ECUAVISA. El primer supuesto no se cumplió con la radio Onda Positiva. Por dos razones:

- 1.- La radio es casi en su totalidad, musical – tropical;
- 2.- El director del medio no aceptó dar la entrevista. Argumentó que no tenían tiempo para la misma, ni él, ni los pocos periodistas que laboran en la radio.

En vista de esto y previa aviso a la Directora de la Tesis, cambié el medio radial. La estación de radio que participó en el proceso investigativo fue radio Fuego, 106.5 FM. Cuyo noticiero es bastante sintonizado, al menos en la ciudad de Guayaquil.

La nómina de medios que participaron en la investigación asignada, quedo entonces:

Prensa escrita: Revista Vistazo

Radio: Radio Fuego, 106.5 FM

Canal de Televisión: ECUAVISA

Cumplido el primer supuesto, paso al segundo. El cual plantea que: los comunicadores ecuatorianos conocen los principios de ética y deontología y muestran una alta predisposición a aplicarlos (a futuro) La palabra “futuro” no la usaría, ya que ellos desean y aseguran estar aplicándolos en el presente.

Este segundo supuesto también se logró cumplir.

El tercer supuesto, que indica: *Un porcentaje significativo de medios de comunicación trabajan de alguna manera en base a los lineamientos de la ética*, no puedo afirmar que se cumpla (por parte de los medios). Con la investigación a tres medios no puedo generalizar a “un porcentaje significativo”. Argumento, que el hecho de que quienes laboran en dichos medios (asignados para la investigación), conozcan los principios de ética y digan que los aplican en el ejercicio de su profesión, no significa que sea siempre así. Es de esperar que su buena voluntad, su experiencia, su demostración del conocimiento teórico en la bien intencionada colaboración con esta investigación, reflejen lo que son en la realidad, al ejercer el periodismo.

Los medios de comunicación y también, con todo derecho, los periodistas independientes, tienen el reto o más bien la facultad de ser figuras representativas del poder ciudadano. Deberían usar su potencial de llegada para realizar una crítica clara y bien intencionada sobre los vicios y los abusos de las entidades privadas, de los gobiernos y de las autoridades. Dar a la gente, elementos claros y verdaderos que alimenten su opinión sobre los hechos, en base a la información que los medios entregan. Una información verás sobre temas sociales trascendentes.

Todo hecho que tiene el valor para ser contado, es, sin duda, una buena historia que debe entregarse al público. Historia que el periodista debe conocer con precisión y con lujo de detalles para poderla transmitir con claridad, sencillez y brevedad... Toda historia contada por un periodista debe llevar la marca de la ética y desprender el buen aroma de aquel que la elaboró. Cualquiera que la lea, escuche o vea, dirá: esto se entiende bien, está tan claro y preciso, y...estoy o no de acuerdo porque tengo de donde elegir para formar mi propia opinión.

Muchos afirman que al periodismo ecuatoriano le hace falta *reflexión interna*. *Autocrítica*. Pienso que le hacen falta periodistas bien preparados. Pero sobre todo, periodistas que entiendan que esta profesión es algo más que “lograr salir en la pantalla de televisión” o ser la “portada de una revista”. Al periodismo ecuatoriano le hace falta que la labor periodística sea ejercida por periodistas. En este punto debe comenzar la aplicación de la ética. ¿Qué tal si los que operan en las salas de cirugía son ingenieros, abogados, empíricos, y no médicos? ¿No se armaría un escándalo público? ¿No serían demandados tales impostores de la medicina? Lo mismo es en el periodismo. Pero, se da culto a cualquier dios de papel...y, lo más lamentable, sin pruebas...que lo acrediten. Dígase: certificados de preparación académica.

Al periodismo ecuatoriano, le faltan periodistas que sientan la pasión del periodismo por las venas. Pasión por encontrar la verdad. Por investigarla hasta las últimas consecuencias. Por decirla con claridad y la mayor objetividad posible. Por generar conciencia social...por olvidar el raiting, la publicidad y el dinero. El buen periodista encuentra gratificación, en el trabajo bien hecho y terminado a tiempo...así se muera de hambre o así no tenga un techo a donde pasar la noche. Honestamente, así entiendo el periodismo.

El periodista en todo momento y en todo lugar solo ve al mundo con los ojos de quien desea escribir, filmar y contar... una gran historia. Vivida, sentida. Como bien lo expresó tiempo atrás, el premio Nóbel, Ernest Hemingway: “...*el buen periodismo es el*

que escribe con profundidad, facilidad e información concreta...que cuando redacte corresponda a la verdad...todo cuanto escriba un periodista, todo, debe ser original, verdadero y estar acreditado. Hay prestigiosos ensayistas y famosos periodistas que son auténticos farsantes. Nunca han estado donde se producen los hechos, y se permiten el lujo de escribir crónicas como si las hubieran vivido...Ser un buen periodista es implicarse y, al tiempo relatar lo que personal y directamente se conoce, comprobando las arbitrariedades y los sucesos intolerables que ocurren en cualquier parte del mundo.”

Tales virtudes hacen mucha falta en la práctica periodística del país. Aunque no es un distintivo general. En las entrevistas realizadas pude darme cuenta de que hay profesionales bien preparados, excelentes entendidos de la ética y que sí respondían con el entusiasmo propio de quien conoce y gusta de su oficio. Ciertos entrevistados no mostraron un conocimiento claro sobre la ética periodística y con ello han descubierto, además de su propia carencia formativa y normativa, la del medio en el que trabajan. Si encontré en los entrevistados, una disposición de querer hacer bien las cosas y el pensamiento de que hasta el momento se están desempeñando de manera adecuada, particularmente y a través del medio al que representan.

Este trabajo inicia en el capítulo 1 haciendo un breve recorrido por la historia del periodismo a nivel mundial y en el país. Con el propósito de conocer la relación histórica que ha existido siempre entre los medios de comunicación de masas y el poder, llámese político o económico. Tal relación en la que han insistido los periodistas participantes en las entrevistas. Quienes mencionaron varias veces *que la ética periodística se practicará en el país, cuando se desligue a los medios del poder político y económico*. Esta relación ha existido desde los inicios del periodismo mundial y ecuatoriano. Recordar y analizar la historia nos permite entender el presente y ayuda a sentar las bases generadoras del cambio en el desempeño del quehacer periodístico ecuatoriano.

Buena oportunidad, la que ha brindado esta investigación. Espero que, más allá del rating, emulando el nombre de un programa de televisión, los resultados y las opiniones que aquí se entregan, sean útiles y sirvan como una contribución a los nobles objetivos de la UTPL. Entre ellos, formar profesionales íntegros, que sirvan a la sociedad, en base y en búsqueda constante de la verdad.

CAPÍTULO I

MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL ECUADOR

- 1.1. Antecedentes históricos del periodismo mundial: aspectos puntuales.
- 1.2. Breve reseña histórica del periodismo en el Ecuador (una historia alejada de la ética).
- 1.3. Breve reseña de los medios seleccionados:
 - 1.3.1. Revista Vistazo
 - 1.3.2. Radio Fuego
 - 1.3.3. ECUAVISA
- 1.4. Análisis del trabajo que realizan.
- 1.5. Crítica sobre la aplicabilidad de la ética.
- 1.6. El papel del comunicador en los medios, como es y cómo debería ser.

1.1. Antecedentes históricos del periodismo mundial: aspectos puntuales.

Los medios de comunicación social aparecen como resultado de la Revolución Industrial, que tuvo su origen en Inglaterra, a principios del siglo XIX. En esta época se dan impresionantes avances y descubrimientos, que son la base de todo el desarrollo tecnológico actual.

Se inicia la mecanización de la agricultura, así, el hombre fue reemplazado en su trabajo agrícola, por máquinas. El campesino migró a la ciudad en busca de nuevas oportunidades de subsistencia. Se formaron grandes cordones de hacinamiento y miseria. ... acompañados de un elevado índice de analfabetismo... En este contexto histórico empieza también a surgir la industria de la información, con su producto: los primeros periódicos. Aquellos periódicos eran adquiridos por pocas personas, las que sabían leer. Surge así la idea de la alfabetización masiva, que genera bienestar y a la vez prepara a la población como la gran consumidora de este nuevo producto de la industria informativa: la noticia.

En Inglaterra nace en 1814, el periódico precursor de la prensa de masas: The Times. Desde el inicio, publicaciones periódicas estaban impregnadas de un tinte ideológico persuasivo. Se publicaba aquello que interesaba que sea leído por las masas y aprobado por quienes manejaban esta industria u ostentaban el poder económico y político de las naciones.

Existieron otras publicaciones como periódicos clandestinos, que eran leídos sobre todo en clubes escondidos de la sociedad, para evitar la represión policial.

De alguna manera, la historia de la comunicación masiva o de los medios de comunicación está ligada a la concentración del poder y al deseo de manipulación ideológica a través de la persuasión. Por esta relación histórica nos damos cuenta porqué funcionan así, los medios actuales. Y por qué esta relación histórica y actual constituye la mayor preocupación de quienes dirigen y trabajan en los medios.

Los medios siempre han colaborado eficazmente con el poder político. Justamente este es uno de los inconvenientes que mas se mencionan, cuando se analiza la posibilidad de generar una información objetiva y verás, que transmita al público la realidad tal cual es, sin manipularla a favor de intereses particulares.

Al decir de quienes fueron entrevistados para el análisis del tema propuesto por la UTPL, para que exista una prensa libre, objetiva y seria, es primordial que se desliguen los medios de comunicación de otro tipo de industrias o actividades. Principalmente, la banca y la política. Recordemos que la cercanía con las tentaciones de poder es muy peligrosa...para el periodista y para el periodismo. Se aplica aquí la frase: “Hay que ser y parecer”. Un medio que es independiente de todo tipo de manipulación, refleja esto en sus informativos y en su programación. Una recomendación importante y que puede ofrecer resultados positivos es que los usuarios conozcan a quien pertenece cada medio de comunicación, para saber a quien respalda la información que dicho medio entrega.

Otro de los puntos importantes para comprender el papel que los medios de comunicación han ido desempeñando en la sociedad y la aplicación de la ética en sus actividades, es la existencia de la prensa sensacionalista, llamada “prensa amarilla”. La misma tiene su inicio en los primeros diarios norteamericanos, (New York Sun, New York Herald), cuyas páginas estaban recargadas de noticias de sexo, violencia, delitos y vulgaridades. El nombre de “prensa amarilla” tiene su origen, ni más ni menos, que en una caricatura: el “Yellow Kid” o “chico amarillo”. Que apareció por primera vez en el diario World de la ciudad de Nueva York, y cuyo propietario era el famoso Joseph Pulitzer, padre del periodismo mundial. A pesar de su aporte a las técnicas periodísticas, Pulitzer fue quien llevó el sensacionalismo a su máxima expresión. En las páginas de sus periódicos, se daban a conocer historias completas de fraudes, accidentes, homicidios, etc. También, sus noticias, tenían un claro posicionamiento político.

El tipo de periodismo que se practicaba en aquellas salas de redacción era parcializado y poco objetivo. Pulitzer exigía exactitud, antes que objetividad. Es decir, la forma antes que el fondo de la información. Condición que se mantiene hasta la actualidad en la mayoría de los medios, aunque obviamente existen honrosas excepciones.

Llegó un momento cuando ya no importaba contar tan sólo historias sensacionales, la prensa necesitó de anunciantes para seguir creciendo como industria. Había que contar aquello que favorecía a los anunciantes. Obviamente, al escribir o programar para los anunciantes, se resta objetividad y calidad informativa. Por ello es imprescindible que los medios no se deban a los anunciantes, y que, con el bien intangible de la credibilidad puedan sustentarse. De lo contrario siempre vamos a encontrarnos con una prensa parcializada.

De alguna manera, la historia de todos los medios de comunicación masiva tiene elementos comunes. La radio y el cine se utilizaron en la II Guerra Mundial como agentes de persuasión masiva, con sus trágicas repercusiones para el mundo entero. La televisión como medio de mayor impacto, no se queda atrás. A través de esta industria televisiva, nos llegan noticias de toda índole. Abarcadas en lo que se denomina “sincretismo noticioso”. Es decir, los noticieros nos presentan bloque de noticias, en los que observamos imágenes de distintos hechos que nada tienen en común. Esto hace que

la gente vaya perdiendo la sensibilidad ante los hechos trágicos. Pero además, anula la capacidad de discernimiento y de análisis sobre las noticias. Por ejemplo: se anuncia que se va a bombardear una ciudad (como el caso de la “Guerra de Irak, cuando los EEUU bombardeó Bagdad). Los medios transmiten las imágenes y el público asiste a este espectáculo. Espectáculo, que en sí es un crimen, del cual los mismos medios son cómplices. Por que si no hicieran la cobertura y si no transmitieran ese hecho, la guerra, dejaría de ser un hecho rentable. Se atrapa la sintonía del público transmitiendo todo aquello que nos deshumaniza y nos degrada en la dignidad de seres humanos. Aunque la historia y la actualidad nos dicen lo contrario, lo cierto es que los medios de comunicación no pueden tomar partido por una causa política o por otra. Su deber es demostrar los hechos. La mayoría de las veces, hechos desagradables, lamentables o inaceptables. Aunque, no es bueno contar solo malas noticias, hay que intentar ser positivos pero sin minimizar los graves errores que ocurren en la sociedad. Describir la verdad es la misión principal de los medios de comunicación. En el ejercicio de esta tarea, el periodista tiene el deber de buscar la máxima objetividad posible, salvando las diferencias ideológicas, de religión o de culturas.

Lo que los medios de comunicación transmiten, ha tenido y tiene sus consecuencias, positivas y negativas. Influye en la manera de pensar y de actuar de la gente. En su desarrollo y comportamiento psicológico, moral y social. Y, en la estructura y funcionamiento de las sociedades.

Antes, los habitantes de distintos países y continentes recibían la información a través del telégrafo o por cables submarinos. Hoy, podemos imaginar nuestro planeta, como un globo interconectado, con cables y satélites; dando vueltas al ritmo acelerado de las comunicaciones y sumergiendo a los seres humanos en otra dimensión: el Internet. El último y quizá el más poderoso de los medios de comunicación. Al cual hay que reconocerle sus beneficios pero tratarle con prudencia, teniendo en cuenta todas sus desventajas...: miles y miles de mensajes de toda índole, con una carga pornográfica abrumadora. Lo que nos aleja más aún, de poder visualizar un horizonte comunicativo fundamentado en la praxis de la ética en las comunicaciones.

La difusión de Internet, plantea otras cuestiones referentes a la ética, como: la privacidad, la seguridad y la confidencialidad de los datos. EL derecho de la propiedad intelectual, la propagación de rumores y difamaciones que se envían disfrazados de noticias...

Sin embargo no podemos negarle a Internet su poder descentralizado, ilimitado, inmediato e interactivo.

Los medios de comunicación deben forjar sus objetivos en la búsqueda del bien común, basando su actividad informativa en la presentación de la realidad, tal como es, de manera oportuna y objetiva.

Trabajar para lograr una comunicación social ética, a través de los medios, que nos beneficie a todos es un reto constante. Pero que debe hacerse, y no solo involucra a los dueños de los medios, directores, editores o periodistas. Es una responsabilidad de toda la sociedad.

1.2. Breve reseña histórica del periodismo en el Ecuador (Una historia alejada de la ética)

Desde la época de nuestros habitantes precolombinos, quienes utilizaban los sellos para transmitir sus mensajes, existió la idea del poder y la manipulación. Los sellos que tenían una perforación en el centro de lado a lado, se usaban para formar un bastón, y simbolizaba conocimiento y poder.

Inmerso en el mundo, y, antes de ser república, el Ecuador también estuvo influenciado por dos hechos fundamentales y determinantes que ocurrieron en el siglo XV: Gutenberg inventa la imprenta en 1440 y España conquista América en 1492. A partir del “descubrimiento” de América, en la Colonia, encontramos las Relaciones Manuscritas, similares a los hechos en España, que eran leídos a viva voz, cada domingo se vendían en la puerta de las iglesias.

En 1750, llega la imprenta a la ciudad de Ambato y así comenzó la vida del periodismo en el país. Antes como ahora, nuestro país se vio sometido a la voluntad de los países más poderosos. Un siglo atrás, ya se usaba la imprenta en Lima. Este retraso en la instalación de la imprenta en la Real Audiencia de Quito, se debió principalmente al interés de imprimir en Europa los libros que los conventos necesitaban, y por que el Virrey del Perú quería controlar la producción de libros. Los religiosos Franciscanos y Mercedarios fueron precursores en la introducción de libros y en la formación de grandes y visitadas bibliotecas. Son los religiosos jesuitas, quienes demostraron particular interés por la imprenta. La Compañía de Jesús solicitó licencia para instalar en Quito una imprenta. Luego de un primer y fallido intento, se le expidió una Real Cédula a Alejandro Chávez Coronado, con la cual le concedían permiso para llevar a Quito una imprenta pública. Pero la imprenta se instaló en Ambato, en 1750, ya que el encargado de la misma, padre Maugueri es nombrado superior del colegio de la Compañía de Jesús en Ambato, quien tenía como aprendiz a Raimundo Salazar y Ramos. Salazar, después trabajó con Don Juan Pío Montúfar, Marqués de selva Alegre.

En 1779, el Doctor José Gracia de León y Pizarro incautó la imprenta de los padres Jesuitas y se la entregó a Raimundo de Salazar con la obligación de *imprimir de oficio, sin remuneración alguna, cuanto le mandará a imprimir el Presidente de la Real Audiencia*. Salazar, aceptó, seguramente porque pensó en el beneficio que a larga le traería tal oficio. Unificó su imprenta con la imprenta que había sido de los jesuitas y fue la suya, la única imprenta que hubo en Quito en un lapso de más de 25 años. Raimundo de Salazar trabajó conjuntamente con Eugenio de Santa Cruz y Espejo. Imprimiendo la obra de mayor trascendencia histórica del doctor Espejo: “Primicias de la Cultura de Quito”.

Francisco Javier Eugenio de Santa Cruz y Espejo, mestizo quiteño, hombre de talento y saber, fue el escritor y periodista “rebelde” de la Colonia. Padre del periodismo ecuatoriano, fue además, doctor en medicina y licenciado en Derecho Civil y Canónico. Con gran valor supo sobrepasar las limitaciones racistas de aquella época colonial. Sus ideas denotan la influencia de los más insignes representantes de la ilustración francesa: Rousseau, Montesquieu y Voltaire. En su periódico “Primicias de la Cultura de Quito” y bajo la protección del Marqués de Selva Alegre, Espejo, difundió ideas autonomistas y revolucionarias. Es decir, su trabajo “informativo”, también era propagandista: de ideas políticas y de transformación social. Nos damos cuenta de que a través del periódico, Espejo, trataba de persuadir a la sociedad con sus ideas nuevas y transformadoras. Por eso es perseguido por las autoridades y tuvo que salir del país.

En la Colonia, la libertad de prensa y de imprenta estaba muy limitada, inclusive para las publicaciones religiosas. Para toda publicación se necesitaba la aprobación de las autoridades españolas. En este periodo se produce la Revolución del 10 de agosto de 1809 presidida por el Marqués de Selva Alegre, que termina con la masacre del 2 de agosto de 1810.

La evolución del periodismo ecuatoriano ha estado influenciada por motivaciones e influencias extranjeras, sobre todo aquellas de independencia y libertad, es la época que llaman los historiadores “periodismo republicano”.

Con la llegada de Bolívar y Sucre a Quito se marca un nuevo inicio en la vida política del país. El importante papel, que en toda sociedad, desempeñan los órganos de difusión informativa, fue percibido también por el Mariscal Antonio José de Sucre. Quien fundó el periódico *El Monitor Quiteño*, en 1823. Este periódico es utilizado para motivar al desarrollo de las ideas de independencia.

En la vida republicana del país, destacan dos personajes que fueron noticia: Gabriel García Moreno y Juan Montalvo. A través de cartas, panfletos y el uso de la prensa escrita, Montalvo envía sus iracundos comentarios a García Moreno: *“La Patria necesita rehabilitación y usted, señor García, la necesita también. ¿Cuál es la situación política del Ecuador respecto a las naciones extranjeras? ¿No ha sido invadido, humillado, traicionado? ¿Qué defensas han hecho de su libertad amenazada? ¿Cómo ha sostenido su pundonor?”*.

De esta manera se expresa Montalvo, quien funda varios periódicos, para tener absoluta libertad al decir sus pensamientos. Aún en aquella época de dominación garciana, en donde ciertamente estaba reprimida la libertad de prensa. Juan Montalvo es el mayor representante de toda una etapa de lucha periodística ardiente en la historia política del país, en la segunda mitad del siglo XIX. Fueron sus maestros Francisco Hall y Pedro Moncayo, también ilustres periodistas.

En 1885, la Revolución Liberal, que lleva al poder a Eloy Alfaro, estuvo precedida por la ayuda prestada a través de la prensa. Diarios como EL Tiempo, El Constitucional y El Telégrafo, mantenían en sus páginas una constante lucha contra los grupos políticos conservadores del país. Algunos periodistas que sobresalieron son: Roberto Andrade, Luciano Coral, Manuel J. Calle, y, José Antonio Campos, el famoso “Jack The Ripper”.

EL Telégrafo,” Decano de la Prensa Nacional”, y que había sido clausurado; vuelve a abrirse en esta época, convirtiéndose en un símbolo del periodismo impreso. Se funda en Quito, El Comercio, en enero de 1906.

Aparece en Quito, el diario El Día, a través de sus artículos sus colaboradores dieron apoyo, primero a la Revolución Liberal y luego a la oposición encabezada por Emilio Estrada. En Guayaquil, Camilo Destruye funda La Democracia y La Época.

Avanzamos a una etapa de mandatos constitucionales en la cual, el país se ve influenciado esta vez por las corrientes socialistas que surgen en distintos puntos del planeta. La llamada lucha de clases lleva a que se formen organizaciones obreras que influyen notoriamente en los procesos políticos del país.

Se dan movilizaciones populares que exigían alzas salariales, reducción de horas de trabajo y pagos del trabajo hecho en sobre tiempo. Los partidos tradicionales, conservador y liberal incluyen en sus principios, propuestas de justicia social. La represión política es grave y muchos obreros mueren por participar en las revueltas.

Destacan los periodistas: Isaac J. Barrera, conocido como “Juan de la Cuesta”; Ricardo Jaramillo, entre otros.

En Guayaquil, Ismael Pérez Pazmiño funda en 1920, El Universo, uno de los periódicos de mayor circulación hasta la actualidad.

Se destacan además escritores de la talla de Pablo Palacios, Jorge Icaza, Enrique Gil Gilbert, Adalberto Ortiz, César Dávila Andrade, Demetrio Aguilera Malta, Joaquín Gallegos Lara, Alfredo Pareja Diezcanseco, Humberto García Ortiz, Jorge Carrera Andrade y otros que dan una visión realista de los hechos.

Cuando fue presidente Neptalí Bonifaz ocurre un hecho único en la historia del periodismo ecuatoriano: se publican de manera simultánea veinte periódicos, llamados “La Prensa Chica”, de diversas tendencias, pero en su mayoría opuestas a la calificación por parte del Congreso, de Bonifaz.

En 1960 surge un personaje político que ocuparía luego y por varias ocasiones la presidencia de la República: José María Velasco Ibarra, que además de orador apasionado era un notable periodista, quien escribía con el seudónimo de “Labriolle”. En esta etapa se conforma la Unión nacional de Periodistas (UNP) y en 1944, Benjamín Carrión funda la Casa de la Cultura Ecuatoriana. Además nacen: el Círculo de Periodistas y a la Asociación de Periodistas del Guayas.

En 1957 se funda VISTAZO por Javier Alvarado Roca. Es una revista de carácter independiente que difunde noticias de importancia nacional e internacional y temas histórico – culturales. Utiliza las técnicas modernas del periodismo como la infografía. A decir de sus representantes, no estuvo ni está ligada a partido político alguno y ni tiene que responder a intereses económicos de grupos de presión. Esta es la tendencia de la revista.

El último periodo presidencial de Velasco Ibarra termina con su destitución por un golpe de estado militar; las Fuerzas Armadas nombran al General Guillermo Rodríguez Lara como encargado del Mando Supremo de la República.

Se inicia un largo espacio de dictadura militar, se pierde, entonces la influencia de los partidos tradicionales, Liberal y Conservador. Se fundan nuevos partidos, con ideologías contemporáneas.

En 1980 se inicia una etapa nueva en la vida republicana, con la corta presidencia de Jaime Roldós Aguilera. De aquí en adelante, no he necesitado acudir a los relatos de historia. He vivenciado, como una ecuatoriana más, como estudiante secundaria y universitaria y como profesional, laborando en los medios de comunicación, que, la política va de la mano con el periodismo y que éste le da su mano a la política. En este punto insistieron los participantes en las entrevistas realizadas en mi investigación. Hicieron énfasis en la necesidad de separar los intereses políticos y económicos del ejercicio periodístico. Sólo así, llegará el país, a dar los primeros pasos en la aplicación de la ética periodística.

Es importante anotar que durante el gobierno de Rodríguez Lara se organiza la Secretaria Nacional de Información Pública (SENDIP), anterior Sala de Prensa. Esta

nueva organización estatal, tiene la misión de dirigir la política de información de gobierno. La prensa, radio, televisión, revistas y cines del país están obligados a ceder espacio en sus actividades.

En 1959 se establece CIESPAL, que juega un rol definitivo en la formación del periodismo y de los periodistas a nivel latinoamericano. Su sede está en Quito. Principales diarios en la actualidad: El diario El Comercio de Quito, El diario El Universo de Guayaquil, Diario Expreso de Guayaquil.

El Extra diario guayaquileño fundado en 1975.

La radio y la televisión ecuatoriana han funcionado con similitud a la prensa escrita. Su intimidad con el poder político y económico es innegable.

Por ejemplo, los ecuatorianos hemos sido testigos, de cómo en la última campaña electoral para elegir Presidente de la República, diarios, radios y canales de televisión, se mostraron abiertamente a favor de uno u otro candidato. Llegando a usar recursos sin ética como la manipulación de la información y el deseo de persuasión ideológica al público ecuatoriano.

Cada profesional del periodismo está llamado a ejercer su labor con absoluta responsabilidad individual y social. Por tanto si el periodista trabaja basando su oficio en los valores éticos, está siendo un auténtico periodista, ya que primero se ha ejercitado como una buena persona: *“para ser un buen periodista es imprescindible ser una buena persona” (Ryszard Kapuscinski).*

1.3 Breve reseña de los medios seleccionados.

Revista Vistazo

Revista VISTAZO pertenece al grupo de revistas editadas por la empresa: “Editores Nacionales”. Nació el 4 de junio de 1957 y con el objetivo de gozar de una total independencia política. Cumplió el pasado mes de junio sus 50 años de existencia en el ambiente periodístico ecuatoriano. Entre sus principales virtudes se encuentran: su equilibrio, su investigación e integridad en el tratamiento de la información.

El fundador de la revista VISTAZO fue Xavier Alvarado Roca, quien actualmente es su presidente y director general.

Su publicación es quincenal. En su edición especial de aniversario se publicaron las portadas que ha decir de sus voceros “hicieron historia”: la muerte del ex presidente Jaime Roldós Aguilera, la dolarización, entre otras.

Vistazo es parte del grupo editorial que publica las revistas Hogar, Estadio, Generación 21, Eres mamá y América Economía Ecuador.

Radio Fuego, 106.5 FM

Radio fuego tiene como su representante legal a la controversial Mariela Viteri. Esta radio nace con la misión de satisfacer las necesidades de los radioescuchas y clientes. La misma Mariela Viteri relata como nació radio FUEGO: “Una tarde de domingo mientras tratábamos de descansar, entre uno y otro cambio de escenografía del programa “Domingos Millonarios”...nos divertíamos comentando como sería la televisión sin la formalidad de los vestuarios, peinados, maquillaje y sometidos a rígidos libretos...!que bueno sería estar y que no nos vean!...Y, arrancada a coro desde la punta de la lengua surgió la palabra radio. Nació como un fuego interno”. Los mentalizadores de la radio, además de Mariela Viteri, fueron: su ex esposo, el ingeniero Ricardo Mórtoła, Jessenea Mendoza, Pancho Cabanilla y Carlos Alberto Vicente.

Es el deseo de quienes hacen Radio Fuego llegar a constituirse como una de las más importantes compañías de radiodifusión a nivel nacional. Su programación regular es musical, aunque tiene otros espacios:

El noticiero matinal *¿Qué pasa?* Dirigido por Javier Segarra.
¿Qué pasa en la farándula? Con Mariela Viteri.
Al Ritmo de Jessenea con Jessenea Mendoza, y,
Vidas con sentido con Gilberto Quinceno.

La cobertura de esta radio alcanza principalmente: Guayas, Manabí, Los Ríos y El Oro. Tiene radioyentes que van de los 12 años hasta la tercera edad.

ECUAVISIA

Nació el 1 de marzo de 1967, pertenece a los grupos: Corporación Ecuatoriana de Televisión S. A. y Televisora Nacional Canal 8 C.A. Antiguamente fue conocido este medio como “Canal 2”

Utiliza el eslogan: *Mira diferente*. Internacionalmente se presenta con la señal "Ecuavisa Internacional" y a través de la página Web www.ecuavisa.com.

Considerado este canal de televisión como un medio tradicional y serio, ha sido pionero en las revistas para el hogar y la familia. “Hogar en Canal 2” fue la primera revista femenina de Ecuavisa. Este programa que se transmitía en vivo luego del famoso “Show de Bernard”, este último conducido por Bernard Fougères.

La idea era presentar un programa para mujeres dirigido por mujeres, quienes manejaban un trato cordial y ameno con los televidentes. Tal manera de presentar los programas fue manejada hasta hace poco tiempo. Hoy han cambiado la estructura de los mismos. Aparecen así hombres y mujeres conduciendo las revistas televisivas familiares de este canal.

ECUAVISIA ha mantenido un formato casi rígido en la presentación de sus noticieros. Es un canal de pocos cambios. Mantiene el mismo staff de conductores y presentadores, haciendo muy pocas variaciones de imagen. Entre los principales reportajes informativos que ha presentado ECUAVISIA en estos 40 años de existencia, están: Fidel Castro; Diana, princesa de Gales; Lucio Gutiérrez; Jamil Mahuad, elegido y derrocado;

el caso del notario Cabrera; Quiebra bancaria; el fatídico 11 de septiembre; Visita del Papa; Asesinato de Abdón Calderón Muñoz; Golpe de Estado y muerte de Salvador Allende; Alberto Borges; Guerra del Cenepa; Los triunfos de Jefferson Pérez; Muerte de Jaime Roldós; José María Velasco Ibarra; el hombre llega a la luna; firma de la paz con el Perú; Ecuador mundialista; caída de Abdalá Bucaram y Congelamiento de depósitos, entre otros.

1.4. Análisis del trabajo que realizan

Las funciones de los medios de comunicación se resumen en cuatro: informar, entretener, educar y culturizar. Estas funciones se aplican en mayor o menor medida y con el manejo ético de la información, de acuerdo a los intereses y normativas de cada medio de comunicación.

El periodista y el medio en el que éste labora, deben contar la realidad como la han visto, como la han sentido, y sobre todo tienen el deber ético de informar a través de varias fuentes. *Casi como una religión, la información debe basarse en la confrontación de distintas fuentes... Casi como una obsesión debe buscarse incansablemente de la verdad.*

Tanto el periodista como los medios, no deben publicar nada que no tenga sustento, solo aquello que se puede demostrar.

Comparto el ejemplo que me contó, el Director de Noticias de ECUAVISA, cuando sucedió la tragedia donde murió Guadalupe Larriva, la primera Ministra de Defensa del actual gobierno. Alguien lo llamó para decirle que la tragedia había ocurrido y que se “suponía” que la Ministra había muerto. Ya otros canales habían anunciado la noticia, pero la misma, aún no era oficial y no estaba confirmada. Él prefirió esperar a que la confirme el vocero del Presidente. Cuando pudo hablar con la persona que se encontraba al lado del Presidente y le confirmó lo sucedido, entonces dio a conocer la noticia. Mientras tanto sus reporteros ya habían preparado el material necesario con videos, declaraciones, invitados, etc.

Hasta esta instancia, podemos pensar que en el país sí se hacen “intentos” por ejercer un periodismo que se enmarque en las normas éticas de la profesión. Pero pido especial atención para esta palabra que he escrito entre comillas: “intentos”. Después notaremos el porqué de su importancia.

Si deseamos comprender cómo funcionan los medios en el país, no solo tendremos en cuenta lo que presentan al público en su programación regular. Es muy importante conocer a dichos medios, puertas adentro, conversar con sus periodistas, editores, etc. En este sentido, el trabajo propuesto por la UTPL, está bien encausado.

Entre los medios analizados en mi trabajo, está ECUAVISA. Medio que al parecer se preocupa cotidianamente de cumplir con normas éticas que permitan la práctica y el desarrollo de un periodismo limpio y eficaz, cuidando también la programación regular que entrega al público televidente. En líneas anteriores presenté un ejemplo que verifica parcialmente, la afirmación anterior.

A pesar de ello, al decir de su Director de Noticias, ECUAVISA debe enfrentar la lucha con los *otros medios* que informan sin restricciones y buscan ganar publicidad y audiencia. Para Carlos Jijón, director de noticias de ECUAVISA, *-la ética no es una práctica que englobe a la mayoría de los ciudadanos. Hay mucha falta de ética en la vida, entre los abogados, los médicos. Por ejemplo nos parece normal salir de paseo y darle coima al vigilante de tránsito. Él también espera la coima. Nos parecía normal ir al registro civil y pagar a un tramitador para sacar más rápido la cédula. El taxista no usa el taxímetro. Tratar de estafar a las personas, es una cosa cotidiana. En el mercado hicieron una batida el fin de semana y ninguna de las balanzas pesaba con exactitud. Así que la falta de ética no es sólo en el periodismo. Vivimos en una sociedad en la que la ética no es un valor. No se cuan común sea copiar en las escuelas. No vivimos en una sociedad en la que la ética sea un valor importante. Hay que enseñar a nuestros hijos que la ética es importante, mientras que el que no tiene ética te puede ganar. Porque ese es un problema. Si yo me comporto con ética y otro medio no lo hace, ese canal tienen alguna ventaja. Si yo no pongo crónica roja, sexo, descuartizados, es probable que ese noticiero tenga alta sintonía y no el mío. Mi obligación es competir con ese medio y ganarle, aunque el otro viole las normas. Hay otros que violan las normas al momento de competir-. Sobre todo, indica Carlos Jijón, que esta falta de apego a las normas éticas las podemos vivir con mayor intensidad en la época de elecciones, cuando no hay medios que cumplen con la ley, ni organismos reguladores que se encarguen de hacerla cumplir: “Uno puede ser ético, pero no puede ser imbécil” es lo que dijo. Es decir, si cumple con las normas éticas al momento de dar la información pero pierde publicidad y audiencia, ese medio enfrenta un dilema, que no debería existir. Por que se es o no se es. Pero en el país vivimos la normativa del “Intento”. Intentamos ser éticos, hasta que la práctica de las normas éticas nos perjudican: restan poder, sintonía, o ganancias económicas. Para un mejor discernimiento y análisis de la forma en que trabajan los medios en el Ecuador, (como muestra un botón), en su “intento” por hacer bien las cosas, transcribo textualmente las palabras de Carlos Jijón: “En época de elecciones, la ley permite dar los resultados a las cinco de la tarde. Se había prohibido que los medios difundan encuestas. Yo me reuní con el Presidente del Tribunal Supremo, y todo quedo muy claro. A las cinco de la tarde otro medio comenzó a difundir las encuestas. Llamo al Presidente del Tribunal Supremo y le digo ese canal esta violando la ley. Él me dice: ¿qué quiere que yo haga? - Bueno usted lo pude clausurar- ¿Cómo voy a cerrar un canal de televisión? - Pero está violando las normas- ¿Pero qué quiere que yo haga? Y, ¿si yo violaba las normas? Ese canal de ley tuvo mayor sintonía. Hay unas normas y hay que respetarlas. Sin embargo, en la siguiente elección yo estaba preparado a no respetar las normas... porque uno puede ser ético pero no puede ser imbécil. Entonces, las normas son para todos o no lo son. En la siguiente elección dije: “sí él da los resultados, yo también los voy a dar. Efectivamente lo hice, en el momento en que ellos empezaron a dar los resultados, yo dije bueno, estos son los resultados que nosotros tenemos ¿Qué hace usted cuando el cínico le va a ganar a usted porque usted respeta las normas? ¿Se mantiene con sus normas éticas y deja que los malos ganen? ¿Qué se hace? Yo creo que es bueno no dejar que los malos ganen, aunque en ese momento violemos las normas. Alguien debe valorar cual es el bien superior”.*

¿Que se debería hacer?, es la pregunta que sigue a la declaración anterior. La respuesta es obvia y fue la que yo esperaba: - Hacer que se cumpla la ley-. Acción que corresponde a los jueces, no al Presidente de la República quién no debería tener injerencia en el acontecer periodístico del país. Porque entonces nos encontramos a las puertas de otro tema: la libertad de información o el ejercicio libre de la profesión

periodística. Pero, los ecuatorianos sabemos que nuestra función judicial, tercer poder del Estado, está bastante venida a menos. ¿Qué podemos exigirle al cuarto poder, si no hay quien lo regule? Tal vez, esta reflexión respalde en algo las declaraciones de Carlos Jijón en cuanto a las condiciones de igualdad en la que deben trabajar los medios. Unos cumplen la ley, otros no. ¿Quién controla aquello? Es la pregunta que está en el aire, y, que se aplica a la mayoría de las actividades profesionales o no, de este país. Pero ese, aunque ligado a este análisis, es, otro tema.

Carlos Jijón termino su entrevista insistiendo: *“Deseo recordarle que una constante política de ECUAVISA es la lucha contra la corrupción. Nuestro pilar de la política informativa es la lucha contra la corrupción.*

¿Hasta que punto, es esto cierto? Con qué parámetros verificar esta última afirmación. Con la transparencia y la accesibilidad. No tuve inconvenientes en ser recibida y atendida con la mayor cordialidad. Los directivos, más que los periodistas, se mostraron dispuestos a contestar todas las interrogantes. Me proporcionaron también el código ético con el se rige el departamento de noticias de este medio. Pero revisando el código, encontré algunas discordancias, entre otras:

El código que rige para el departamento de noticias en su literal a, dentro de Normas Personales, indica: “La credibilidad es esencial en el trabajo profesional del periodista, de manera que todas las personas que prestan su concurso a ECUAVISA, deben conducirse en forma que no comprometan la independencia e integridad profesional o en su caso den la impresión de que actúan limitados o condicionados por compromisos con terceros” Es mi opinión que este literal no se cumple. Por poner un ejemplo: ECUAVISA, mantiene programas, de gran audiencia, conducidos por el señor Carlos Vera. En los cuales, por algunas ocasiones se ha dejado ver claramente su preferencia política, su vehemencia, apasionamiento o rechazo frontal, por determinados personajes públicos.

Otro ejemplo: En la anterior elección para presidente y vicepresidente de la República, el mismo medio presentó dos reportajes, uno sobre el abogado Álvaro Noboa Pontón y otro sobre el economista Rafael Correa Delgado. Elaborados con parcialidad y falta de equidad en la información que presentaron. Favorecieron dichos reportajes a la imagen del entonces candidato, Rafael Correa. Deseo aclarar que, aún siendo partidaria de Rafael Correa, pude apreciar esta falta de objetividad en los dos reportajes.

Ciertamente existe un criterio generalizado: ECUAVISA, es el medio audiovisual con mayor credibilidad en el país. Igual comentario se escucha, a menor número de personas acerca de Teleamazonas o ETV Telerama. Pero, a mi criterio, *la credibilidad* de estos medios televisivos, es una credibilidad sacada con pinzas, y que camina sobre la cuerda floja. Tal cual, el acróbata de un circo. El circo, lamentablemente es el país, y nosotros, los ecuatorianos, el público, que asiste a la función.

Más allá de la normativa de un código de ética o manual de estilo, para el manejo de las noticias, también está la legislación que rige, de manera general, a todos los medios audiovisuales del país. Con reglamentos que se incumplen a diario y de forma común en la mayoría de canales, incluyendo el medio que me fue asignado. En la lucha por la audiencia, los medios han llegado a situaciones insospechadas y se han sobrepasado los límites de la dignidad y la sensibilidad humana. El extremo de morbosidad es tal que no corresponde a una presencia de la ética en la información y la programación de los medios de comunicación.

Los medios buscan la máxima rentabilidad, incluso irrespetando las leyes. Tenemos en el Ecuador una ley que rige para los medios audiovisuales y prohíbe la transmisión de programas, publicidad y avances con contenido de sexo, violencia y todo lo que atente

contra la formación de los menores, en una franja horaria que va desde las seis de la mañana hasta las nueve de la noche. Esta ley, obviamente, no se respeta.

En una programación de un día jueves, corriente del mes, ECUAVISA entrega a sus televidentes: a las 13:30, La niñera; a las 15H00, Esclava Isaura; a las 17H00, Amores de Mercado; a las 20:45, Cobras y Lagartos. Todas telenovelas, con contenidos de sexo, violencia y falta de auténticos valores que promuevan una formación educativa y culta a los adolescentes y menores.

En ciertos programas y noticieros se gana rentabilidad, auspiciantes y audiencia mientras presentan con mayor crudeza la tragedia humana. Imágenes de víctimas de tragedias, accidentes, etc., sean o no menores de edad.

En otro punto, están los programas de “ayuda social”, tipo “SOS” de CN3. Aunque ECUAVISA no presenta programas de esta índole, sí lo hacen otros canales, como el ejemplo mencionado, y es un punto que debe ser tomado en cuenta dentro de este análisis.

Si los dueños de los canales desean ser solidarios, bien pueden donar los medicamentos o pagar las cirugías, sin tener que mostrar la imagen del pobre niño que está muriendo en la sala de un hospital y las declaraciones de una madre que es despojada de toda su intimidad y se ve forzada a mostrar en público todo su dolor. Eso es un atentado contra la dignidad de ese niño y de esa familia.

La realización de un trabajo regulado por normas éticas del periodismo y la comunicación debe incluir tanto a los periodistas como profesionales individuales y a los medios, como la institución a la que los mismos representan. Directivos, editores y periodistas debe estar de acuerdo en la aplicación de normativas reguladoras de la programación diaria. Para el cumplimiento auténtico de las funciones de información, de entretenimiento, de educación o culturización, que deben realizar dichos medios.

A decir de Ruth del Salto, periodista de ECUAVISA: “*la ética no está en el medio, sino en la persona*”. Pero es obvio que el periodista responde de alguna manera al medio en que trabaja y a lo que en este se le asigne, a través de sus directivos. En países como el nuestro, en donde los medios de comunicación son propiedad de unos cuantos grupos económicos o familiares, al periodista no le queda más que realizar su labor de acuerdo a lo que en el medio le indiquen, o, simplemente podría quedarse sin trabajo.

Otro de los medios que me fueron asignados es: VISTAZO. Revista de publicación quincenal y circulación nacional, desde 1957; editada por la empresa EDITORES NACIONALES.

Los temas que se tratan en VISTAZO son preferentemente de índole política, económica y social, con espacios dedicados a la salud, moda y farándula.

Tiene entre sus analistas de opinión y colaboradores a Carlos Vera, Alfredo Pinargote, Santiago Roldós, Ana María Raad, Jorge Vivanco y Alfonso Espinosa de los Monteros. Para conocer acerca del trabajo que se realiza en VISTAZO entrevisté a directivos de distintas áreas y a periodistas que laboran en esa revista.

Fue un común denominador la participación (en las entrevistas) de gente profesional, preparada y frontal. Conocedores de su labor periodística y de la realidad de la misma en el país.

María Belén Arroyo, editora de VISTAZO en Quito, insistió en que para ejercer un periodismo que se enmarque en la ética, lo importante es que el medio no tenga ninguna relación de dependencia con los sectores de poder o con los auspiciantes. No es necesario que el medio le entregue a sus periodistas un código de ética: “Lo importante es tu formación profesional y el superactivo de la empresa. En el caso de VISTAZO el

superactivo es la independencia. VISTAZO no tiene publicidad de municipios ni de gobiernos. Lo que le ha permitido tener independencia política y está vigente con cincuenta años de vida institucional”. Dijo no conocer ningún documento escrito que la revista utilice para regular sus actividades periodísticas.

La formación profesional es importante, sin embargo tanto en VISTAZO como en otros medios de prensa escrita en el país, algunas personas que dirigen hace años los espacios de opinión sobre temas de trascendencia y, por tanto, generan opinión pública, son personas sin preparación académica formal. Cuando se institucionaliza el empirismo y se relega la profesionalización institucional, se cae en grave riesgo de ejercer un periodismo a medias. Entonces, podría atribuirse a esta mediocridad en que funcionan los medios, el hecho de que busquen especialistas para todo, ya que carecen de personal capacitado. Y, que sean estos “especialistas” (de siempre) los que participen en nuestro periodismo con sus comentarios y artículos de opinión y orientación.

Dentro del trabajo que se hace en las redacciones de periódicos y revistas debe darse relevancia a la preparación profesional y que esta sea continua.

A decir de María Belén Arroyo: “Mientras mas profesional es el trabajo (el periodista) mas va de la mano con la ética (su trabajo)”.

Queda la interrogante del porqué. Porqué se permite que personas sin preparación una preparación académica adecuada sean quienes lleven las riendas del periodismo informativo y de opinión en el país. Más aún, ahora, cuando hay tantas maneras de instruirse a nivel académico superior. Como ejemplo: estudiar a distancia en la UTPL. Permite a quien ejerce la actividad periodística instruirse y continuar ejerciendo su oficio, no tiene que dejar de trabajar. Se logra así, disminuir en gran medida la cantidad de errores que se cometen a diario, justamente por la falta de conocimiento científico. Se contradice entonces la práctica periodística de la revista con el punto de vista de una de sus más altas funcionarias.

María Belén Arroyo insiste en la importancia del profesionalismo, cita un ejemplo: “Si tu haces una denuncia a una persona o a una entidad x y, si sacas la denuncia sin decirles que tienes esa denuncia y no pides su versión de los hechos, no eres profesional. Como consecuencia lógica no eres ético. (Sin embargo) No conozco al papel que diga *código ético de VISTAZO o Editores Nacionales*. (La ética) Es parte de la formación que yo recibí dentro de la práctica profesional. Yo trabajo con el equipo en Quito con miras al trabajo diario con un resultado profesional. Si ingresa al medio un periodista nuevo, tiene una inducción y le vas guiando, y vas armando camino con la práctica”. La afirmación anterior nos induce a pensar que, las escuelas de periodismo, deberían mantener un estrecho contacto con las salas de redacción. Con la finalidad de que los alumnos inicien su preparación académica llevando de la mano a dos hermanas inseparables dentro de la profesión periodística: la teoría y la práctica.

María Teresa Escobar, editora de revista América Economía de Quito, (revista que pertenece al grupo VISTAZO, Editores Nacionales), piensa que en el país hay una carencia en la formación académica de los periodistas. Y, esta carencia existe desde los primeros años de la universidad: “Las universidades no tienen mucha relación con los medios; no tenemos, por ejemplo, como España que tiene su escuela de periodismo dentro de la redacción. Tenemos un montón de universidades que sacan a un montón de muchachos que salen a buscar trabajo y se forman en las salas de redacción de una forma caótica. No tenemos escuelas de periodismo, que deberían ser, básicamente, la vinculación de la universidad con los departamentos de redacción”.

Así, el trabajo que realiza la prensa escrita es también, a mi criterio, un trabajo a medias. Aunque sus directivos y editores, de hecho gente preparada, se afanan en decir que la

revista VISTAZO es imparcial y tiene el aval de la independencia y de la credibilidad, veo en sus páginas la presencia de gente que sí ha estado y está vinculada a los círculos de poder económico y político del país. Expositores parcializados, con conocimiento limitado de la realidad nacional y mundial y que, en todo caso, sirven a sus propios intereses. Un auténtico periodista debe ser un apóstol de la verdad, buscar un equilibrio en sus opiniones, lo que logrará contrastando las fuentes. Un periodista serio y preocupado por la realidad social de su entorno debe “ser y parecer”, sin hacer gala del derroche.

El ejercicio periodístico bien entendido, siempre, en toda circunstancia, debe ir en busca del bien común. El bien común que busca favorecer a la mayoría del pueblo de una nación. Pero, es esa mayoría, la que es omitida deliberadamente de las páginas de nuestra prensa. No se busca expresar su realidad ni hacer sentir sus necesidades. Nuestra prensa es “seria” en el formato y ética, insisto, “entre líneas”. Por que incluso, no podemos decir que “desde la portada” se maneje la ética. Cuando vemos que en la mayoría de las portadas de revista VISTAZO, lo que encontramos son mujeres semidesnudas. Objeto de valoración sexual y de un manejo no sólo sin ética, sino indigno de lo que la mujer representa en la sociedad.

Analizando al último medio, la radio, se puede decir que el trabajo que realizan las estaciones de radio, es diverso. Por sus características, la radio, tiene mayores posibilidades de llegada a un público más amplio y a través de variedad de conductores y locutores de programas. Para analizar los programas y dar un ejemplo específico del manejo ético del género informativo radial hice el seguimiento a radio Fuego, 106.5 FM Guayaquil. Su programa informativo es ¿Qué pasa? Y está dirigido por Javier Segarra. Incluye varios segmentos, y tiene una duración de dos horas.

Este noticiero tiene muchas carencias, que ponen de manifiesto los graves errores en los que se cae al practicar una radiodifusión mediocre y con conductores no preparados para ejercer la comunicación en un medio radial. Comenzando por la vocalización incorrecta. Los conductores no saben vocalizar, locutan segmentos largos o párrafos completos sin los descansos correspondientes. Lo que lleva a escuchar su respiración agitada y la falta de un tono adecuado al pronunciar las palabras. Además, asumo que por falta de preparación adecuada, practican el antiguo y legendario método de “tijera Express”. Esto es, leen textualmente lo que dice el periódico. Aseguran ejercer un periodismo ético, porque “contrastan las fuentes”: leen de dos o tres periódicos acerca de la misma noticia. Aquello no es contrastar las fuentes, es simplemente leer sobre varias versiones de un hecho. Versiones que no salen de la fuente sino de las salas de redacción de los periódicos. No se hace periodismo investigativo. “Nosotros nos regimos en leer la información de los medios escritos. Manejamos lo que son periódicos y citamos la fuente de información. Para investigar manejamos la herramienta que es Internet.” Dijo “Doña Gioco” (Gioconda García), presentadora de noticias de radio fuego. Pero, un periodista no puede limitarse a los otros medios o al Internet, debe constatar por sí mismo el hecho, salvo que se trate de un acontecimiento lejano (geográficamente) y, al que obviamente no podrá cubrir personalmente.

En ocasiones, en el noticiero *¿Qué pasa?* se trata sobre un tema local que aunque importante, no es trascendente, se le da un espacio de 30 a 45 minutos, que en radio es una eternidad. Y, se dejan sin mencionar o analizar otros temas de mayor repercusión. Pienso que a los periodistas de esta radio les hace falta una preparación específica para producción y conducción radial. Ya que no se puede manejar un programa de radio con el mismo criterio con el que se edita una noticia para un periódico o como se piensa un

programa para televisión. Se desperdicia el potencial de llegada y el alcance de la radio. No se utilizan los sonidos y efectos que darían realce a la información.

Sin embargo, existe la preocupación y el deseo de mejorar la presentación y el contenido del noticiero, a decir de su dueña y directora, la conocida presentadora de televisión, Mariela Viteri.

La situación es similar en la mayoría de emisoras del país. Los productores y conductores de programas radiales son gente que, unos periodistas y otros no, trabajan de manera improvisada y a quienes les falta formación profesional. La radio es el medio de mayor alcance y que puede hacer uso de variedad de recursos. Al ser empleada de forma positiva, puede llegar a ser un importante instrumento de propagación de cultura y educación.

De esta manera, he expuesto mi punto de vista de “como realizan su trabajo” los medios que me fueron asignados. Aunque no es bueno generalizar, estos medios son el reflejo de una realidad común a todos los medios ecuatorianos. Los puntos débiles, aquellos en los que hay que mejorar, son comunes a la mayoría de medios de comunicación social en el Ecuador. Es importante destacar, lo que además resaltaron quienes participaron en las entrevistas: la mejor vía para llegar a ejercer un periodismo libre, objetivo y verás, es la vía de la independencia. Independencia política, económica y publicitaria. De esta manera, ejerciendo el periodismo sin vinculaciones a los organismos de poder, la actividad periodística ecuatoriana estará enmarcada dentro de las normativas de la ética profesional.

1.5. Crítica sobre la aplicabilidad de la ética.

La ética es la parte de la filosofía que trata de los fundamentos y normas de la conducta humana. La ética periodística es por tanto, aquella que trata sobre las normas que rigen la actividad periodística. Tal actividad que para principiar, debe ser ejercida por periodistas. Quienes en su preparación académica han aprendido y asimilado tales normativas. Un periodista es un profesional que constantemente está analizando situaciones. Un guía y un sincero amigo de la sociedad. Se dedica a buscar la verdad de los hechos positivos o no que ocurren en el mundo y en esa búsqueda interminable, va en pos del bien común. Informa y forma, a través de los medios donde labora. Es un testigo insobornable de la realidad y la cuenta enmarcándola en su contexto actual y con sus antecedentes históricos. No omite los hechos por más duros o graves que sean, pero dentro de cualquier circunstancia, el periodista intenta ser positivo y presenta alternativas de posibles soluciones a los conflictos existentes. Jamás el periodista genera el punto de la discordia, porque su finalidad es llegar a consensos que favorezcan a la mayoría de la población. Ya que en el ejercicio del periodismo, no solo hay que informar lo que ocurre, hay que conocer la realidad sobre la que se informa. Este análisis de lo que es un periodista abre las ventanas para visualizar cual debe ser su ejercicio de la ética. Como lo ha dicho María Teresa Aubach: “no solo se ejerce éticamente la profesión siendo buenos periodistas, sino también y no en menor medida, siendo periodistas buenos”. O como lo dijo Ryszard Kapuscinski: “Para ser un buen periodista, hay que ser primero una buena persona”. Es decir, si no existe una voluntad moral por parte de los profesionales de asumir las consecuencias de practicar la profesión siguiendo los códigos de ética, la ética resulta insuficiente en sí, ya que la fuerza de convicción debe nacer del propio periodista.

Entonces la ética es aplicable siempre y cuando quien ejerza el periodismo tenga una convicción moral y unos principios claros, sólidos y bien fundamentados. De lo contrario ningún código de ética le va a ser de utilidad. Pues, resultará ser fácilmente vulnerable, sobornable o manipulado.

María Belén Arroyo, editora de la revista VISTAZO en Quito, cuenta desde su experiencia, el comportamiento ético del periodista y el apoyo que debe darle el medio: *“el periodista es una herramienta para la búsqueda de una verdad y en ese proceso debe saber que le pueden utilizar para uno u otro lado. En ese proceso debe saber hacer una búsqueda objetiva y honesta, de elementos que le permitan al lector sacar su conclusión. Y, más allá de lo que el periodista crea o su posición frente al hecho, debe tratar de poner los elementos tan claros para que el lector tome su posición al final. También es importante que el periodista sepa que tiene un grupo de editores o consejo editorial al cual acudir.”*

En el ejercicio diario de la labor periodística siempre se van a encontrar casos de dilemas éticos: valorar a quien o a quienes se puede perjudicar con una noticia. Recibir intimidación por parte de los implicados en un hecho relevante, etc. Lo que lleva a preguntar ¿qué tan real es poder trabajar basados en una normativa ética? La misma María Belén Arroyo dice: *“Se han dado casos que hay gente que frente a un tema pretende poner intimidación utilizando órganos de poder. En marzo de este año se publicó un dato en la sección “radares” (noticias breves de nuestra propia elaboración, que no han sonado en otros medios). Salió un tema sobre un señor del Consejo de Evaluación y Acreditación Superior en Quito, (CONEAP) quien estaba demandado por acoso sexual por una de las trabajadoras de esa institución. A su vez esa empleada estaba acusada de haber falsificado un título. Aunque parezca exagerado, tras ese párrafo, hay un proceso de búsqueda de información, y, en la medida que el periodista tenga el sustento, la revista, publica la nota.*

Porque puedes tener un problema después, puede venirte un juicio, pero si estas documentado no vas a tener problema. Esa persona se sintió perjudicada y a través de un fiscal pidió el nombre del autor de la nota y la documentación, usando la intimidación. Estamos frente a un dilema ético: de pronto no te publicaban por temor a la intimidación o al problema que puede venir, pero cuando te publican te están dando confianza (el consejo editorial del medio). Porque existen las pruebas. En la medida en que uno cree que ha actuado en búsqueda de la verdad no pasa nada. Si en esa búsqueda alguien quiere hacerte caer, no te caes. En esta profesión tienes siempre dilemas: ¿le perjudico al notario Cabrera porque voy a manchar el nombre del notario Cabrera o le perjudico a las treinta mil personas afectadas, entonces haces una evaluación y un balance y llegas a la conclusión de que hay que ayudar al grupo y no al individuo. Esa es norma fundamental del oficio. Cuando tienes que decidir perjudicar a uno o perjudicar a un montón, te inclinas por perjudicar a uno, igual si se trata de beneficiar”.

La ética no se está usando como una herramienta de trabajo en todos los medios, situación que no solo depende de los periodistas sino de cada medio de comunicación y sus políticas de funcionamiento en las distintas áreas. Además como ya mencioné, la voluntad de ejercer la profesión con ética nace en la persona. Esto será cierto si el periodista ha sido formado en valores, desde el hogar y luego en los colegios y las universidades: ¿Qué clase de personas son nuestros periodistas? Tema importante de considerar en este análisis. Para la editora de revista VISTAZO: *“Para enfrentar los dilemas éticos se debe impulsar la profesionalización, las dos cosas van de la mano. Si tú eres una persona que esta formada para buscar la excelencia, y hacerlo con*

profesionalismo nunca vas a tener dilemas éticos. (O al menos sabrás como manejarlos) Buscando la verdad a alguien le voy a afectar, a veces no hay dilemas sino tri-lemas, pero, si tienes gente capacitada, con más profesionalismo puedes llegar a estos niveles sin problema. Si no, en el camino, el periodista, va a violar cualquier norma ética o va a usar el medio para sus fines...

Es drástico decir que la ética está en riesgo en el país. Pero de pronto no solo la ética, sino muchos valores están en riesgo en el país. Valores y principios como la honestidad, la transparencia. Valores que se enseñan en el hogar. Las familias no los están inculcando y los colegios y escuelas tampoco están siguiendo una posta de las familias. No hay que verle aisladamente a la ética sino, en general, se puede decir que un sistema de valores están en riesgo desde hace tiempo, en el Ecuador”.

Carlos Jijón, director de noticias de ECUAVISA basa su criterio sobre la aplicabilidad de la ética en el conocimiento y uso del código de ética que maneje el medio, además de la confianza de los periodistas con los directivos del canal: *“ECUAVISA tiene un código de ética del Departamento de Noticias. Es un instrumento que el canal ha elaborado y que sigue elaborando en una experiencia de 40 años. Se lo revisa y se lo discute, ya que la ética es una preocupación permanente dentro del departamento de noticias. La ética es nuestro material de trabajo. Un trabajo sin ética pierde credibilidad. Y, la credibilidad es la base de nuestro negocio. Es un ejercicio diario. Por ejemplo: uno tiene que realizar un noticiero de televisión en que las noticias son tan rápidas, aún así, deben ser reconfirmadas. Nosotros no podemos informar de rumores. Pero a veces es difícil antes del noticiero reconfirmar una noticia... ¿...? Estamos totalmente claros del código de ética y de los lineamientos básicos del código de ética periodística. Una ventaja de nuestro medio es que los periodistas del canal son antiguos; no existe una gran rotación laboral. El promedio de tiempo que tiene un periodista en ECUAVISA es de cinco años. Conocen bien el funcionamiento del departamento de noticias, pero en el ejercicio del trabajo se les va recordando lo que pueden o no hacer. El trabajo es muy supervisado. En ocasiones hemos tenido problemas de ética con periodistas jóvenes. Se les ha llamado la atención y se ha conversado sobre el tema. Se le explica los funcionamientos éticos. Para poder aplicar la ética es importante la confianza. Hubo un caso en que se había violado una norma ética elemental: se había falsificado una noticia. Si existiera un dilema así, el periodista, acude a mí. Ahora, es difícil en el día a día estar recordando las normas éticas. Estas son muy elementales. Principalmente: ¡no se puede dar una información sin haberla comprobado! Esa es la norma de este canal. Nuestro canal quiere tener primicias, pero hay un límite”.*

Para la aplicabilidad de la ética en el ejercicio de la profesión, es necesario que los códigos de ética diseñen una manera moral de realizar la profesión. Esto va más allá del simple cumplimiento de deberes y normas, implica además un grado de conciencia de la responsabilidad social que tiene o debe tener todo periodista.

Lo importante es que esta asimilación de la moral profesional, debe darse por entero en el interior de la persona, para que luego fluya por sí, sin necesidad de que alguien le esté recordando como debe ser su proceder ante las circunstancias. El periodista tendrá una conciencia moral clara y una conciencia social responsable.

Las normas y deberes profesionales que existan en un código, serán aplicables cuando no sean normas y deberes impuestos. Cuando dejen de ser imposiciones y sean más bien una actitud comprometida con entera libertad por parte del profesional. Debe ser el

periodista el que considere estas normas y deberes como las normas morales de su propia vida.

Por lo tanto, un código ético debe incluir la práctica de normas, el conocimiento de valores y el fomento de virtudes. Las normas concretan los deberes y los derechos; los valores incluyen los ideales socio-culturales; y, las virtudes acercan al deseo y a la práctica del bien. Cuando hacemos de la virtud un hábito, será más fácil cumplir las normas y más difícil incurrir en faltas éticas. Así, normas, virtudes y valores, son claves, no sólo para la aplicabilidad de la ética profesional, sino también, para el desarrollo armónico de cada persona en su vida privada.

Lo que un periodista sea en su vida privada, de alguna manera se reflejará en su actividad profesional/pública.

En términos generales: ¿qué exigen al periodista los códigos de ética?

Virtudes como: integridad, honradez, veracidad, profesionalidad...

Valores e ideales: la práctica de: tolerancia, pluralismo, paz, democracia, justicia...

Ejercicio de la profesión: cumplir y hacer cumplir las normas y deberes, con responsabilidad y en mira de la justicia social.

Pero, también es cierto que el trabajo de cada periodista se verá afectado por el medio en el cual labora. Es necesario que no existan dicotomías, y, que tanto periodista como medio, coincidan en las normas a seguir. En otras palabras, que ambos conozcan las reglas de la profesión y se respalden mutuamente en la práctica de su cumplimiento. Tristana Santos Henríquez, editora de suplementos de revista VISTAZO comparte esta reflexión: “Mas que de cada periodista, (la aplicabilidad de la ética, dependerá) de los lineamientos que le pongas. Porque uno también responde al medio donde llega. Imagínate la gente que se ha quedado trabajando en el Telégrafo. ¿Con que imparcialidad van a trabajar las noticias? Ellos saben a lo que se atienen si se quedan. Deberán informar solamente la parte que le conviene al gobierno y eso ya no es ético. Porque ya no es imparcial y entonces ya no están haciendo una labor objetiva”.

Si la aplicabilidad de la ética periodística está en riesgo en el país, es porque se ha dado una corriente mundial en este sentido. Para Tristana Santos, en el mundo se dan los mismos dilemas: *“No creo que (la aplicabilidad de la ética esté en riesgo) en el país mas que en otra parte”*.

Pero, para tener un mayor control sobre el trabajo que realizan los medios y lograr que tanto en el ejercicio periodístico como en la programación general se respeten las normas éticas, aporta con una idea interesante: *“Yo creo que hay que seguir el ejemplo de países como Inglaterra que tienen un comité formado por los medios. Es independiente y autorregula y auto critica. Algo así como una entidad similar a las defensorías de lectores, pero que no sea regulada por el Estado. Que sea una iniciativa de los medios de auto criticarse, de querer mejorar y de ser mas éticos”*.

La solución para evitar comportamientos ilícitos y/o no éticos, que afectan a la profesión periodística y al cumplimiento de las funciones positivas de los medios de comunicación, incluye varios puntos: fomento de valores en el hogar y en las escuelas y colegios; fomento de estos valores en las universidades; preparación académica de excelencia; trabajo conjunto de los periodistas y comunicadores en general con los directivos del medio; conocimiento y aplicación de normas éticas; práctica de virtudes; conocimiento de los valores, deberes y derechos universales del ser humano, etc. Pero, para que todo lo anterior sea cumplido con regularidad, la idea de Tristana Santos, es

correcta. Las veedurías, ayudan mucho a que los medios se rijan por las normas que benefician a la sociedad.

En el Ecuador se han dado los primeros pasos para desarrollar este tipo de veedurías. En Guayaquil con la asociación Comunicación Positiva, que se presentó al público desde octubre del año pasado, y en Quito con TVO, veeduría para canales de televisión. Las dos asociaciones pretenden estar pendientes del tipo de mensajes que transmiten los medios de comunicación social. Y, sugerirles los cambios oportunos para establecer una comunicación con valores, que eduque y cultive a la ciudadanía.

Comunicación Positiva tiene su página WEB: www.comunicaciónpositiva.com y, desde noviembre del 2006 comenzó un ciclo de charlas y conferencias acerca de cómo lograr un uso adecuado, eficiente y positivo, de los medios de comunicación. (Adjunto video promocional).

Para que este tipo de veedurías funcione es necesario el trabajo conjunto con la ciudadanía: colegios, universidades, comités de padres de familia, asociaciones barriales, municipios, etc. Lo importante no es buscar el desprestigio o censura de los medios, sino, llegar a consensos en el análisis de la programación y la información que los mismos entregan al público, que permitan establecer vías de acción conjunta con miras al bienestar de todos los ecuatorianos. Somos parte de un mundo globalizado, en el cual el progreso y el uso continuo, cada vez más intenso de las telecomunicaciones, es inevitable y hasta imprescindible. Por eso, lo mejor es aprender a hacer buen uso de las mismas. Tomar lo positivo de la globalización comunicativa y aprender a discernir los mensajes de la cultura de masas; distinguir lo que es bueno de lo que no lo es, y de esta forma no dejarse atrapar por el sugerente consumismo y el hedonismo latente, presente en los mensajes mediáticos.

La aplicabilidad de la ética, es posible, en base a la preparación constante, la actitud moral y el conocimiento de las normas, por parte de los periodistas y de los medios. La crítica limpia, bienintencionada y oportuna de la comunidad. Y, la acción conjunta de todos, encausada al servicio de los derechos humanos y a la práctica del bien común.

CAPITULO II

DESARROLLO DEL TRABAJO INVESTIGATIVO

2.1 Análisis de datos y diseños de tablas estadísticas.

Presentación de resultados.

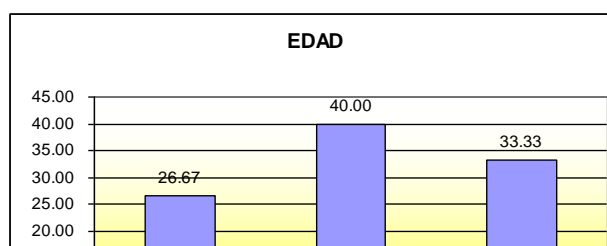
Tabulación de encuestas

No todos los resultados ameritan un análisis. Sólo he escrito el análisis en aquellos cuadros que arrojan resultados válidos para hacer comparación de datos; sea que descarten o confirmen algún enunciado.

La tabulación de encuestas la he realizado sobre una base de 60 personas encuestadas.

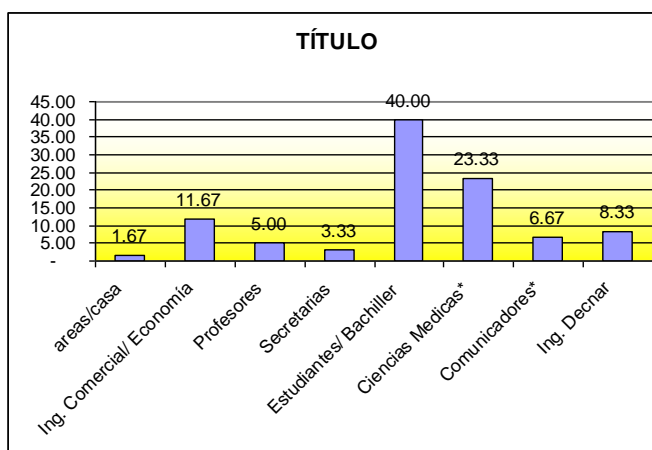
Información General

a) Edad:



b) Título:

		Frecuency	Percent
Valid	Amas de casa	1	1.67
	Ing. Comercial/ Economía	7	11.67
	Profesores	3	5.00
	Secretarias	2	3.33
	Estudiantes/ Bachiller	24	40.00
	Ciencias Médicas*	14	23.33
	Comunicadores*	4	6.67
	Ingenieros, decoradores.	5	8.33
	TOTAL	60	100.00
Valid	20-30 años	16	26.67
	31-40 años	24	40.00
	41-50 años	20	33.33
	TOTAL	60	100.00

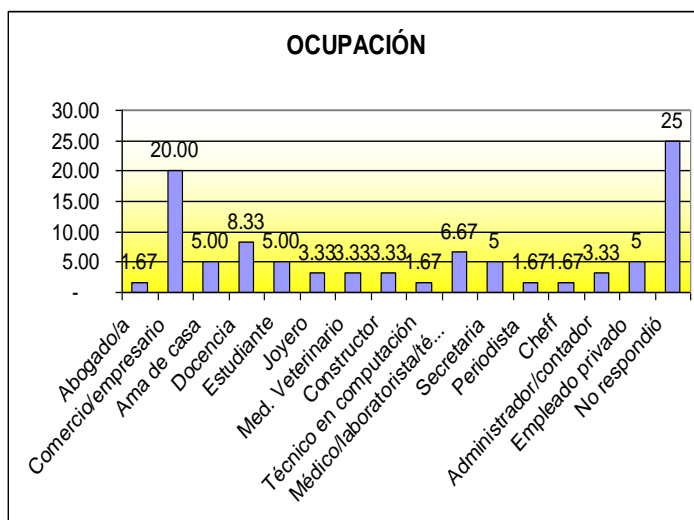


He agrupado a los encuestados por sectores de profesiones.

c) Ocupación:

		Frecuency	Percent
Valid	Abogado/a	1	1.67
	Comercio/empresario	12	20.00
	Ama de casa	3	5.00
	Docencia	5	8.33
	Estudiante	3	5.00
	Joyero	2	3.33
	Med. Veterinario	2	3.33
	Constructor	2	3.33
	Técnico en computación	1	1.67
	Médico/laboratorista/ Técnico imágenes/ odontólogo	4	6.67
	Secretaria	3	5
	Periodista	1	1.67
	Cheff	1	1.67
	Administrador/contador	2	3.33
	Empleado privado	3	5
	No respondió	15	25

TOTAL	60	100.00
-------	----	--------

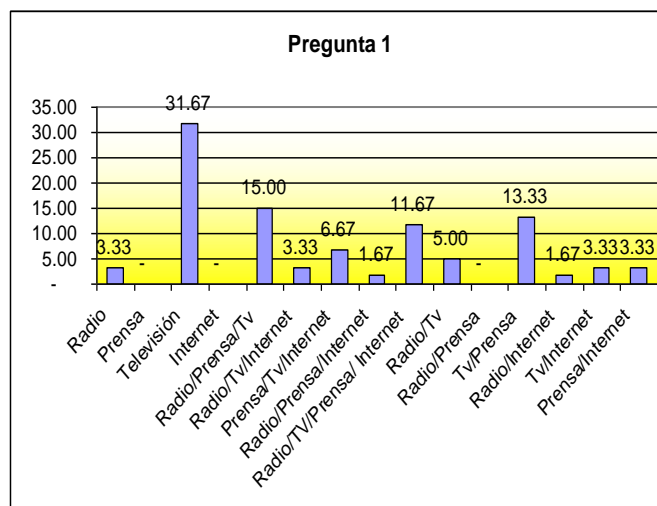


He agrupado a los encuestados por sectores de trabajo.

Preguntas

1) ¿Qué medios de comunicación sintoniza o escucha más?

		Frecuency	Percent
Valid	Radio	2	3.33
	Prensa	0	-
	Televisión	19	31.67
	Internet	0	-
	Radio/Prensa/Tv	9	15.00
	Radio/TV/Internet	2	3.33
	Prensa/TV/Internet	4	6.67
	Radio/Prensa/Internet	1	1.67
	Radio/TV/Prensa/Internet	7	11.67
	Radio/TV	3	5.00
	Radio/Prensa	0	-
	TV/Prensa	8	13.33
	Radio/Internet	1	1.67
	TV/Internet	2	3.33
	Prensa/Internet	2	3.33
	TOTAL		60

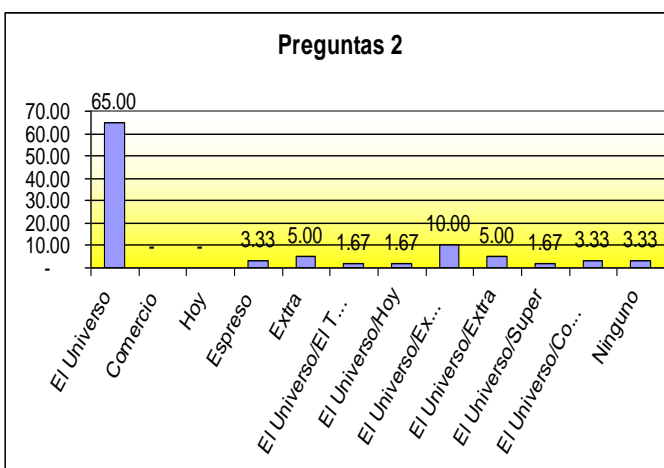


El predominio de medios utilizados fue: televisión con un 31.67%.

Prensa

2) En el caso de periódico, ¿cuál lee y compra?

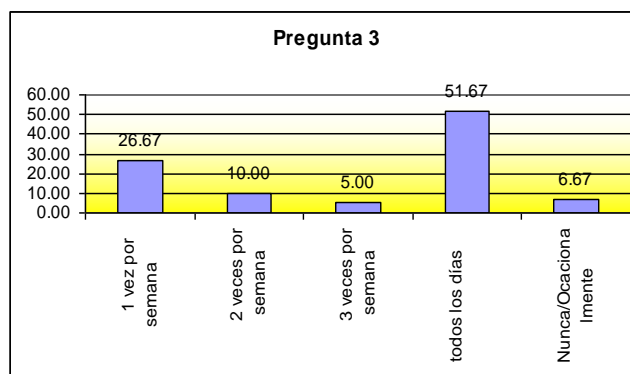
		Frecuency	Percent
Valid	El Universo	39	65.00
	Comercio	0	-
	Hoy	0	-
	Espreso	2	3.33
	Extra	3	5.00
	El Universo/El Telégrafo	1	1.67
	El Universo/Hoy	1	1.67
	El Universo/Expreso	6	10.00
	El Universo/Extra	3	5.00
	El Universo/Super	1	1.67
	El Universo/Comercio/ Expreso	2	3.33
	Ninguno	2	3.33
	TOTAL	60	100.00



Los periódicos locales no fueron escogidos por ninguno de los encuestados. En: periódicos mas leídos, los encuestados eligieron El Universo. Y, como segunda opción señalaron que prefieren leer El Universo en combinación con el vespertino Extra, de crónica roja.

3) Tomando en cuenta la respuesta anterior. ¿Con qué frecuencia compra el periódico?

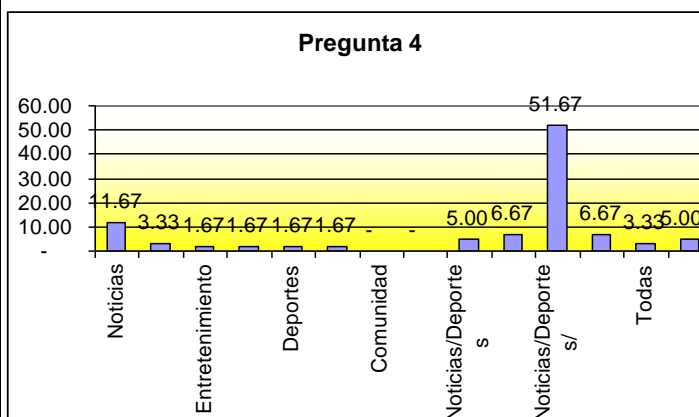
		Frecuency	Percent
Valid	1 vez por semana	16	26.67
	2 veces por semana	6	10.00
	3 veces por semana	3	5.00
	todos los días	31	51.67
	Nunca/Ocasionalmente	4	6.67
TOTAL	60	100	



4) ¿Qué partes del periódico consulta?

Un 51.67% lee las noticias (temas de actualidad) en combinación con las noticias deportivas. Este resultado permite conocer lo que al público le interesa: estar al tanto de la actualidad política y deportiva del país y del mundo.

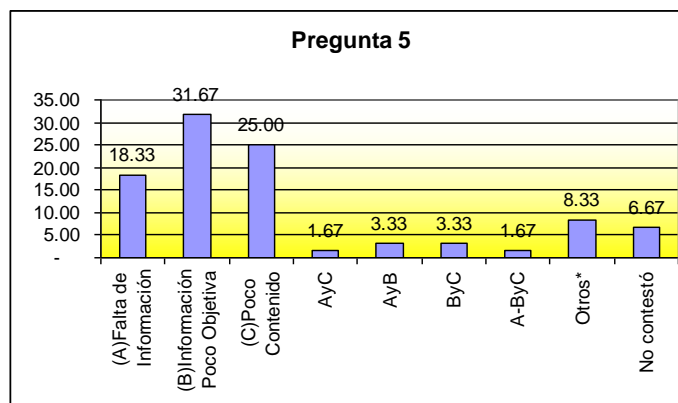
		Frecuency	Percent
Valid	Noticias	7	11.67
	Página Editorial	2	3.33
	Entretenimiento	1	1.67
	Educación y Cultura	1	1.67
	Deportes	1	1.67
	Salud	1	1.67
	Comunidad	0	-
	Infantil	0	-
	Noticias/Deportes	3	5.00
	Noticias/Educación/ Salud	4	6.67
	Noticias/Deportes/ Entretenimiento	31	51.67
	2-4 secciones*	4	6.67
	Todas	2	3.33
	Ninguna	3	5.00
	TOTAL	60	100.00



Combinaciones de los items propuestos en la encuesta.
*

5) ¿Qué le desagrada de los medios escritos?

		Frecuency	Percent
Valid	(A) Falta de Información	11	18.33
	(B) Información Poco Objetiva	19	31.67
	(C) Poco Contenido	15	25.00
	AyC	1	1.67
	AyB	2	3.33
	ByC	2	3.33
	A-ByC	1	1.67
	Otros*	5	8.33
	No contestó	4	6.67
TOTAL	60	100.00	

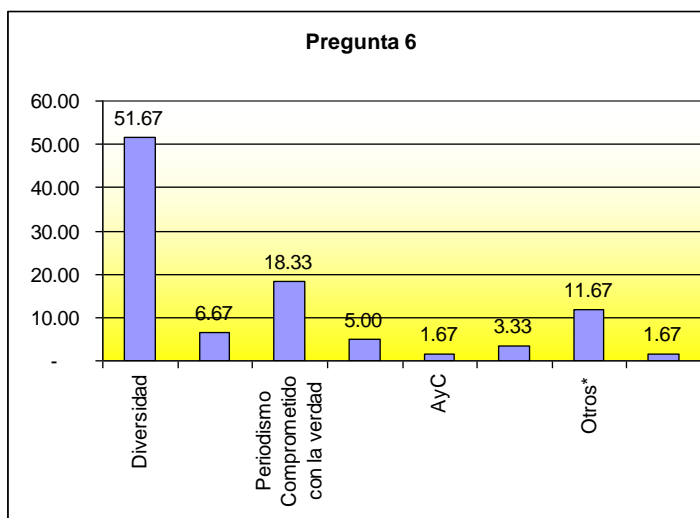


*Sensacionalismo/
Crónica
Roja/Depende

Los resultados dan a conocer que el público tiene conciencia sobre la falta de información objetiva y de poco contenido que entrega la prensa escrita del país. En conclusión: se evidencia la conciencia ciudadana sobre la desinformación; situación constante en nuestros medios de prensa escrita.

6) ¿Qué le agrada de los medios escritos?

		Frecuency	Percent
Valid	Diversidad	31	51.67
	Imparcialidad	4	6.67
	Periodismo comprometido con la verdad.	11	18.33
	Deportes	3	5.00
	AyC	1	1.67
	ByC	2	3.33
	Otros*	7	11.67
	No Especifica	1	1.67
TOTAL	60	100.00	



Crucigramas/
* Fotoreportaje/Infografías.

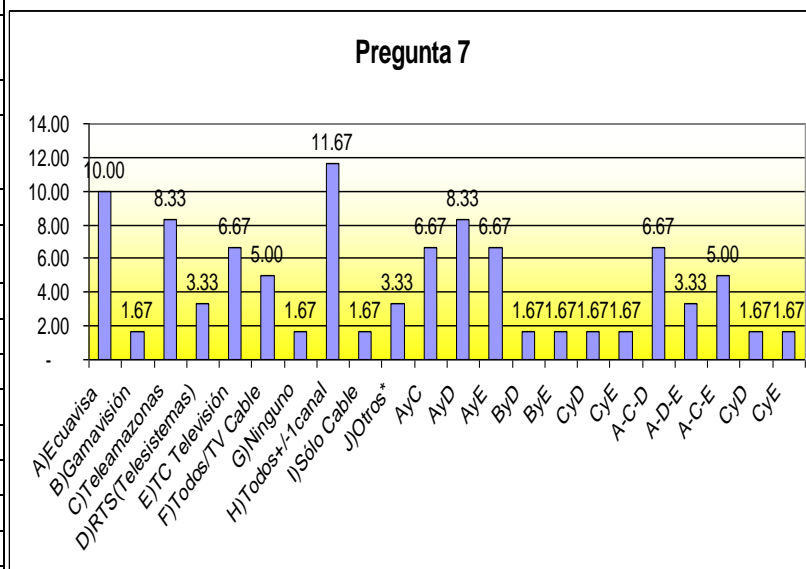
Notamos una dicotomía entre las respuestas obtenidas en las preguntas 5 y 6. Por un lado, el público elige la opción indicativa de un periodismo poco objetivo y de escaso contenido. Y, por otro lado, responde que le agrada el compromiso con la verdad y la imparcialidad en la información, de la prensa escrita. Existe una falta de análisis sobre la actividad informativa de los medios impresos.

Televisión

7) ¿Qué medios sintoniza con mayor frecuencia?

		Frecuency	Percent
--	--	-----------	---------

Valid	A)Ecuavisa	6	10.00
	B)Gamavisión	1	1.67
	C)Teleamazonas	5	8.33
	D)RTS (Telesistema)	2	3.33
	E)TC Televisión	4	6.67
	F)Todos/TV Cable	3	5.00
	G)Ninguno	1	1.67
	H)Todos+/-1canal	7	11.67
	I)Sólo Cable	1	1.67
	J)Otros*	2	3.33
	AyC	4	6.67
	AyD	5	8.33
	AyE	4	6.67
	ByD	1	1.67
	ByE	1	1.67
	CyD	1	1.67
	CyE	1	1.67
	A-C-D	4	6.67
	A-D-E	2	3.33
	A-C-E	3	5.00
	CyD	1	1.67
	CyE	1	1.67
	TOTAL	60	100.00



* Telerama/Canal UNO

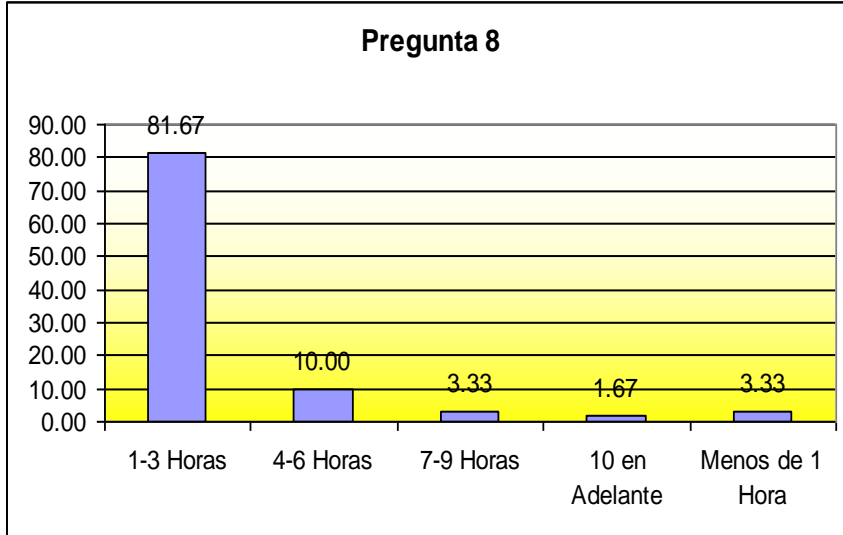
He presentado opciones como: A y B, etc., que son combinaciones de preferencias de canales de televisión, sintonizados por los encuestados.

Un 11.67 % eligieron la opción de: todos los canales nacionales, mas/menos un canal. Como una segunda opción los resultados muestran a ECUAVISA, con un 10% de sintonía, como el canal más sintonizado. Esta respuesta respalda el análisis sobre los medios investigados, en el cual los directivos y periodistas del canal lo definen como el de mayor aceptación nacional, debido a su credibilidad informativa.

8) Tomando en cuenta la respuesta anterior. ¿Cuál es el promedio que pasa frente al televisor?

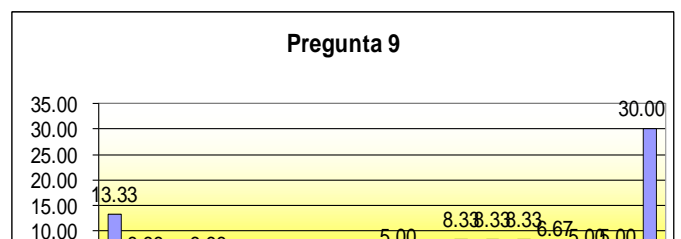
		Frequency	Percent
Valid	1-3 Horas	49	81.67
	4-6 Horas	6	10.00
	7-9 Horas	2	3.33

	10 en Adelante	1	1.67
	Menos de 1 Hora	2	3.33
	TOTAL	60	100



9) ¿Qué programas observa con mayor frecuencia?

		Frecuency	Percent
Valid	A) Noticias	8	13.33
	B) Entretenimiento/ Farándula	2	3.33
	C) Educación/Cultura	0	-
	D) Deportes	2	3.33
	E) Salud	1	1.67



		1.67
F) Programas Investigativos	0	-
G) Comunidad	0	-
H) Infantil	0	-
I) Segmentos de Cocina	0	-
Todas +/- uno	3	5.00
Ninguno	1	1.67
AyD	5	8.33
AyF	5	8.33
AyB	5	8.33
A-E-F	4	6.67
AyE	3	5.00
A-D-F	3	5.00
Otras Combinaciones de más de tres Programas*	18	30.00
TOTAL	60	100.00

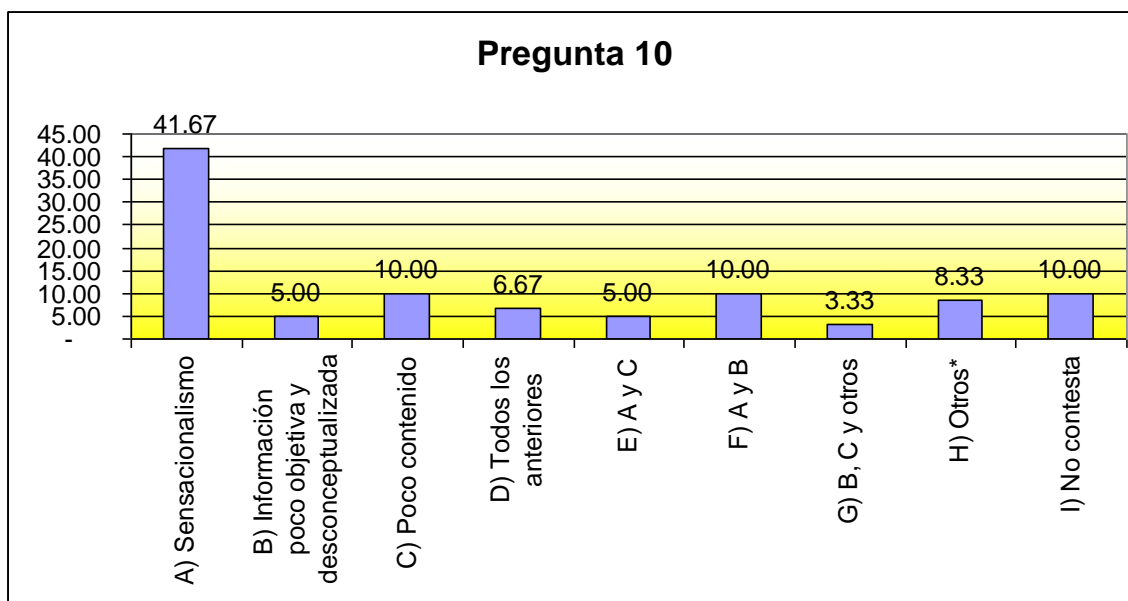
El literal “otras” corresponde a la combinación de tres o mas programas de distinto género. En este grupo también están presentes los noticieros.

10) ¿Qué le desagrade de la TV nacional?

		Frecuency	Percent
Valid	A) Sensacionalismo	25	41.67
	B) Información poco objetiva y desconceptualizada	3	5.00
	C) Poco contenido	6	10.00
	D) Todos los anteriores	4	6.67
	E) A y C	3	5.00
	F) A y B	6	10.00

	G) B, C y otros	2	3.33
	H) Otros*	5	8.33
	I) No contesta	6	10.00
	TOTAL	60	100.00

- * Crónica roja
 Vulgaridad
 Violencia
 Falta de censura
 Farándula
 Demasiadas "propagandas"
 Talk Shows tipo "Laura en América"



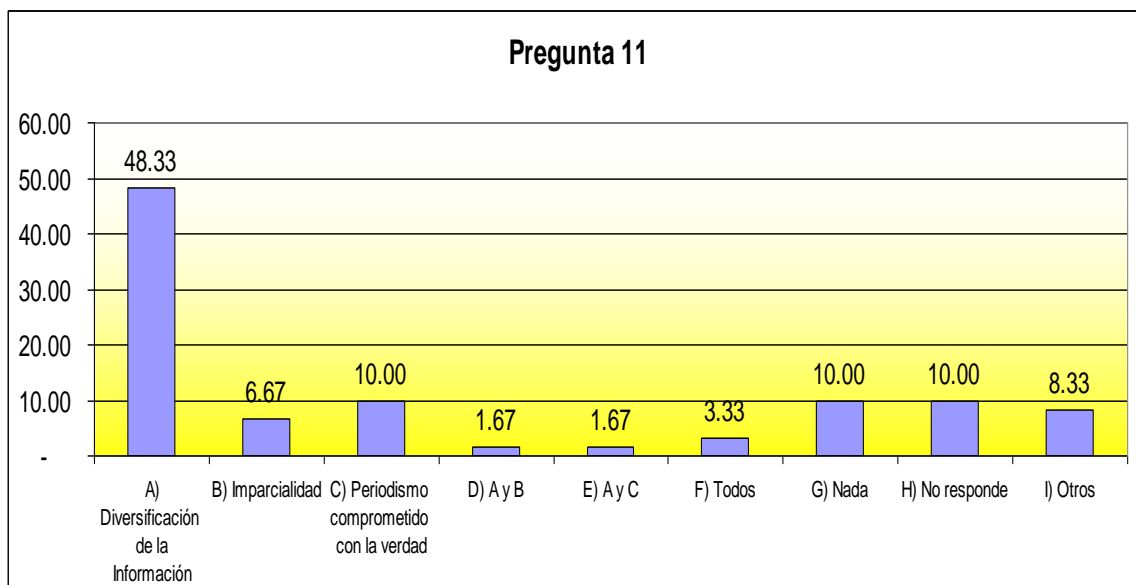
Hay una similitud en las respuestas sobre lo que más desagrada al público de la prensa escrita y de la televisión: sensacionalismo, periodismo poco objetivo, sin contexto y de poco contenido.

11) ¿Qué le agrada de la TV?

		Frecuency	Percent
Valid	A) Diversificación de la Información	29	48.33
	B) Imparcialidad	4	6.67
	C) Periodismo comprometido con la verdad	6	10.00
	D) A y B	1	1.67
	E) A y C	1	1.67
	F) Todos	2	3.33
	G) Nada	6	10.00

	H) No responde	6	10.00
	I) Otros	5	8.33
	TOTAL	60	100.00

* Opinión y debate
Reportaje
Crónica Roja



La diversidad de la programación es aceptada como la mejor opción, dentro de lo que ofrecen los canales de televisión nacional, en un 48.33%.

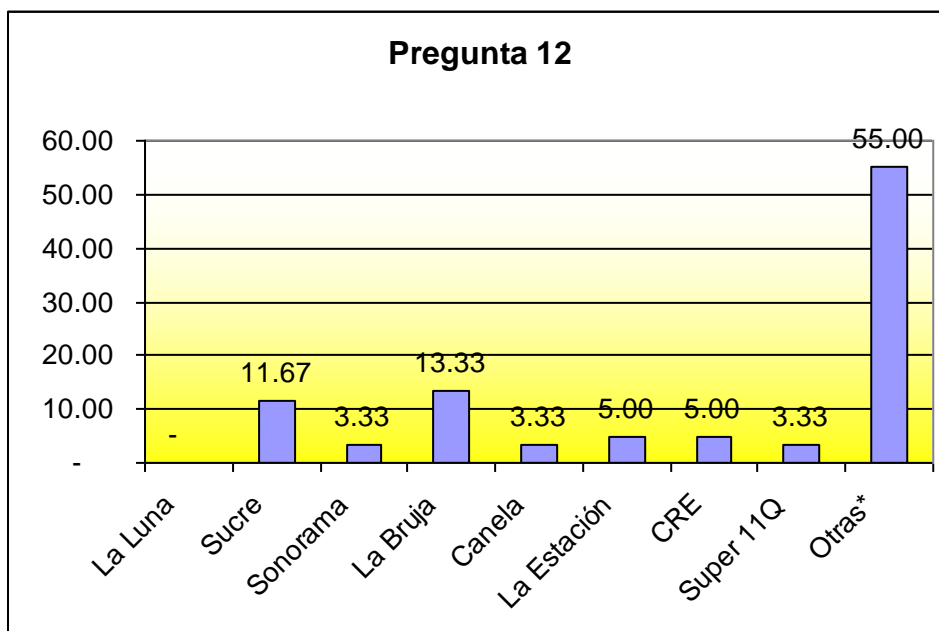
Radio

12) ¿Qué radios sintoniza con mayor frecuencia?

		Frecuency	Percent
Valid	La Luna	0	-
	Sucre	7	11.67
	Sonorama	2	3.33
	La Bruja	8	13.33
	Canela	2	3.33
	La Estación	3	5.00
	CRE	3	5.00
	Super 11Q	2	3.33
	Otras*	33	55.00

	TOTAL	60	100.00
--	--------------	----	--------

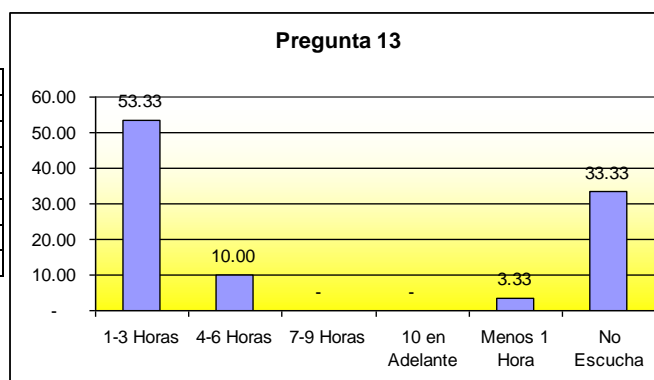
* Caravana/SuperK
800/Fabu/San
Francisco/
Radio María,etc



Los encuestados nombraron radios especializadas en deportes y otras que tratan de temas religiosos.

13) De acuerdo a la respuesta anterior, ¿Qué tiempo escucha la radio?

		Frecuency	Percent
Valid	1-3 Horas	32	53.33
	4-6 Horas	6	10.00
	7-9 Horas	0	-
	10 en Adelante	0	-
	Menos 1 Hora	2	3.33
	No Escucha	20	33.33
	TOTAL	60	100.00

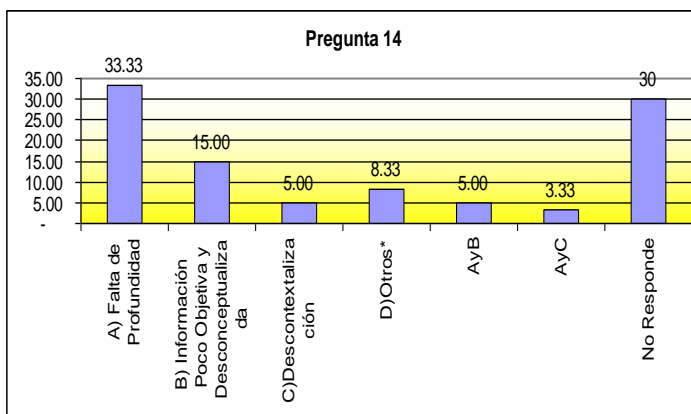


El promedio de las horas que, las personas encuestadas, escuchan radio es de 1 a 3 horas. Similar amplitud horaria que aquella usada para ver programas de televisión.

14) ¿Qué le desagrada de las radios nacionales?

		Frecuency	Percent
Valid	A) Falta de Profundidad	20	33.33
	B) Información Poco Objetiva y Desconceptualizada	9	15.00
	C)Descontextualización	3	5.00
	D)Otros*	5	8.33
	AyB	3	5.00
	AyC	2	3.33
	No Responde	18	30
	TOTAL	60	100.00

* Todo lo Anterior/Poco Profesionalismo

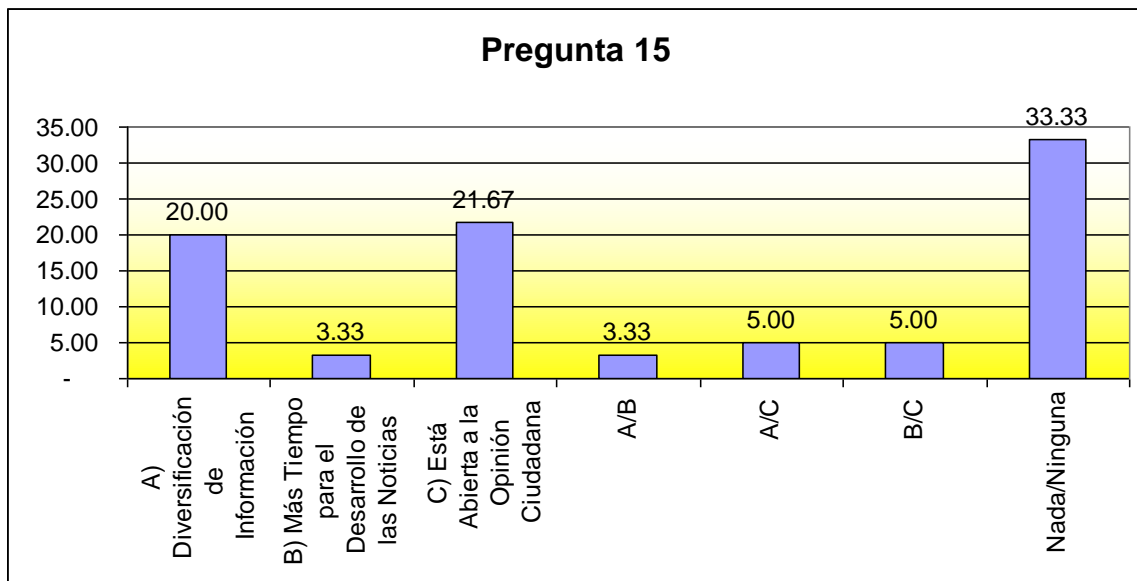


El ítem “no responde” está en correspondencia directa al de “no escucha radio”. Lo menos gusta de la radio es la “falta de profundidad”. Esta opción también fue elegida por los encuestados, en referencia a lo que mas desagrada de los canales de televisión.

15) ¿Qué le agrada de las radios?

		Frecuency	Percent
Valid	A) Diversificación de Información	12	20.00
	B) Más Tiempo para el Desarrollo de las Noticias	2	3.33
	C) Está Abierta a la Opinión Ciudadana	13	21.67
	A/B	2	3.33
	A/C	3	5.00
	B/C	3	5.00
	Nada/Ninguna	20	33.33
	Otros*	5	8.33
TOTAL	60	100.00	

* Musicales



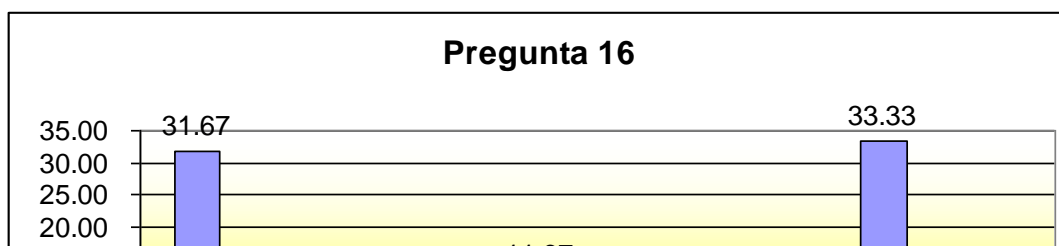
El ítem “nada o ninguna” corresponde directamente al de “no escucha radio” de una pregunta anterior. A los encuestados lo que más les agradó de la programación radial, es la variedad de programas. Similar situación que encontramos en las preferencias en televisión.

Internet

16) ¿Qué páginas o sitios visita con mayor frecuencia?

		Frecuency	Percent
Valid	A) Informativos	19	31.67
	B) Comunidades Virtuales	2	3.33
	C) Blogs	0	-
	D) Entretenimiento	7	11.67
	A/B/C/D	4	6.67
	A/B/C	2	3.33
	Nada/Ninguno	20	33.33
	Otros*	6	10
	TOTAL	60	100.00

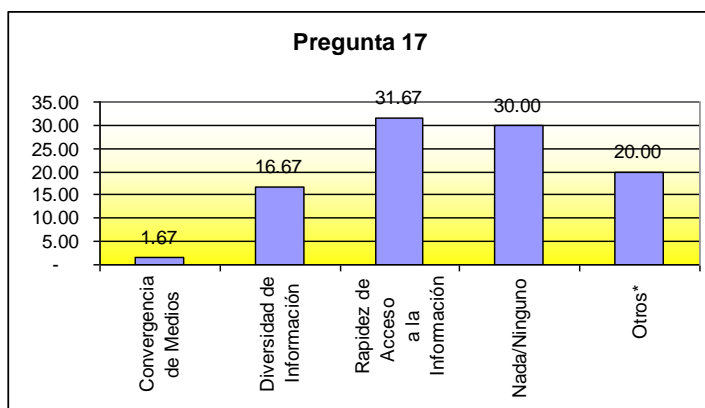
* Investigación / Revistas



17) ¿Qué le agrada de la Internet?

		Frecuency	Percent
Valid	Convergencia de Medios	1	1.67
	Diversidad de Información	10	16.67
	Rapidez de Acceso a la Información	19	31.67
	Nada/Ninguno	18	30.00
	Otros*	12	20.00
	TOTAL	60	100.00

* Combinación / Servicios

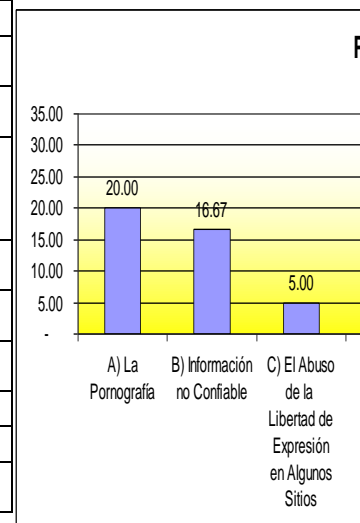


Las preguntas 16 y 17 arrojan resultados que se corresponden directamente: los encuestados prefieren la opción de buscar información y les agrada tener un acceso rápido a la misma. (Como ventajas del uso de Internet)

		Frecuency	Percent
Valid	SI	3	100.00
	NO	0	-
	TOTAL	3	100.00

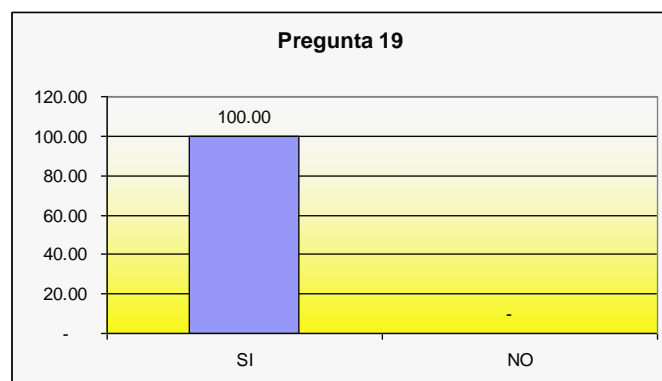
18) ¿Qué le desagrada de la Internet?

		Frecuency	Percent
Valid	A) La Pornografía	12	20.00
	B) Información no Confiable	10	16.67
	C) El Abuso de la Libertad de Expresión en algunos sitios	3	5.00
	AyB	5	8.33
	AyC	6	10.00
	ByC	2	3.33
	A/B/C	4	6.67
	Nada	18	30
	TOTAL	60	100.00



Responsabilidad

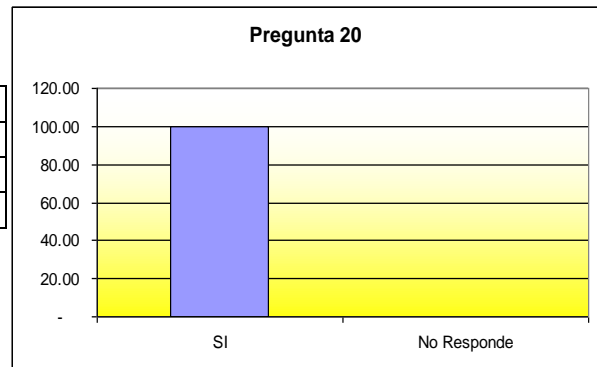
19) ¿Trabaja o ha trabajado usted en un medio de comunicación? Si su respuesta es negativa pase a la pregunta 22



De un total de 60 encuestados, sólo 3 han trabajado en medios de comunicación. Corresponde a un 5% del total de las encuestas.

20) Está usted de acuerdo con la siguiente afirmación: “La ética no es una condición ocasional sino que debe acompañar siempre al periodismo como el zumbido al moscardón” (Gabriel García Márquez)

		Frecuency	Percent
Valid	SI	3	100.00
	No Responde	0	-
	TOTAL	3	100.00

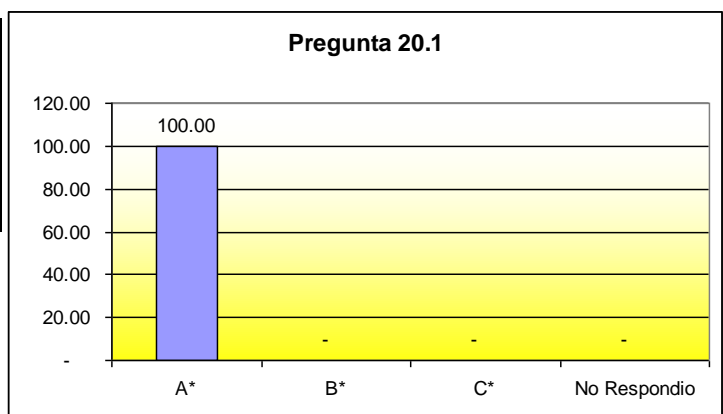


*Los periodistas respondieron de acuerdo a lo esperado.

20.1 Interpretación de la frase:

		Frecuency	Percent
Valid	A*	3	100.00
	B*	0	-
	C*	0	-
	No Respondio	0	-
	TOTAL	3	100.00

- A)* El Periodista debe ser ético como persona y reflejarlo en su trabajo (Se debe ser ético siempre)
- B)* La Buena Conducta es imprescindible para el ejercicio profesión (periodística)
- C)* El Periodista debe decir la verdad respetando la privacidad de las personas



La respuesta dada: la ética debe ser parte de la vida de la persona, sea cual fuere su profesión. Lo que una persona es en su vida privada se reflejará en su trabajo.

Corresponde a las afirmaciones realizadas en el análisis del tema, de está investigación: la aplicabilidad de la ética.

21) ¿Cuáles son los principales dilemas o problemas éticos que ha enfrentado en el ejercicio profesional en un medio de comunicación?

- 1 Descoordinación entre departamentos
 - 1.1* Falta de seriedad
 - 1.2* Prepotencia
 - 1.3* Poca comunicación
- 2 Compromiso con Auspiciados.

22) ¿Cómo ha podido resolver esos dilemas o problemas éticos?

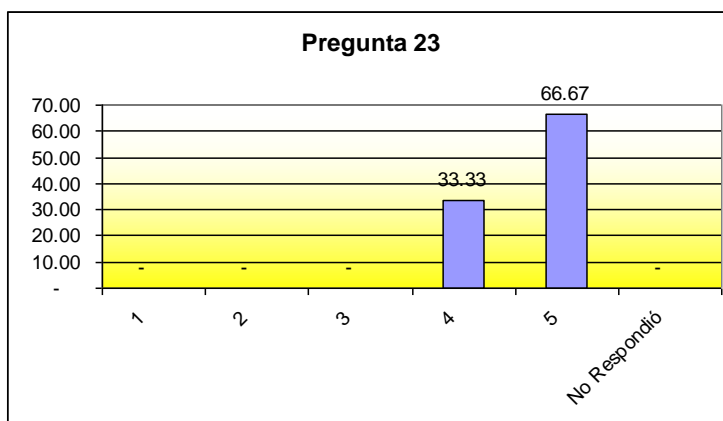
Resolución de Problemas	Respuestas
AyB	2
AyF	1

- A) Con la Guía del Director o Editor del Medio
- B) Con la Guía de Colegas o Compañeros de Trabajo
- F) Con mi Propio Conocimiento, Valores e Intuición

*Las respuestas tuvieron relación con aspectos económicos.

23) Cree que los editores y directores de los medios de comunicación se preocupan lo suficiente de mantener la ética en los medios de comunicación que dirigen. Califique esta preocupación del 1 (lo más bajo) al 5 (lo más alto)

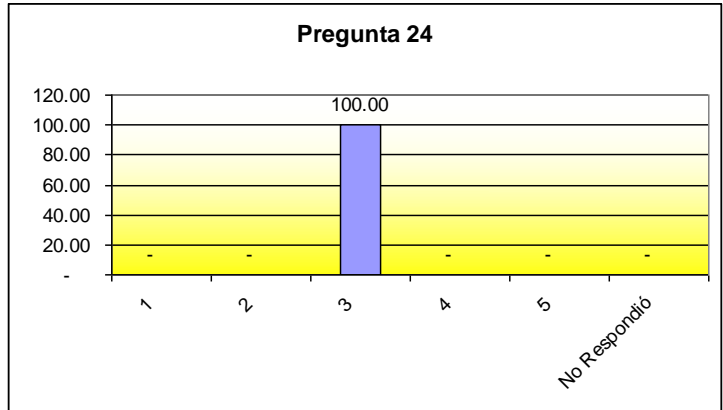
		Frecuency	Percent
Valid	1	0	-
	2	0	-
	3	0	-
	4	1	33.33
	5	2	66.67
	No Respondió	0	-
	TOTAL	3	100.00



Existe un desconocimiento general acerca de la labor que desempeñan o deberían realizar los directores o editores de los medios de comunicación.

24) ¿Cree que los gremios periodísticos prestan la debida asesoría a los periodistas en los temas éticos? Califique esta preocupación del 1 (lo más bajo) al 5 (lo más alto)

		Frecuency	Percent
Valid	1	0	-
	2	0	-
	3	3	100.00
	4	0	-
	5	0	-
	No Respondió	0	-
	TOTAL	3	100.00

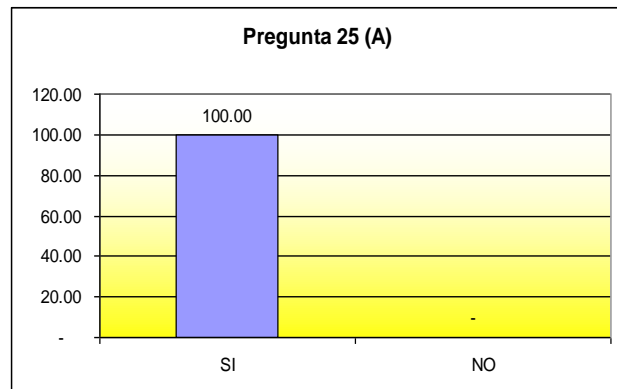


Igual comentario que en la pregunta 23.

25) Conteste sí o no a las siguientes afirmaciones:

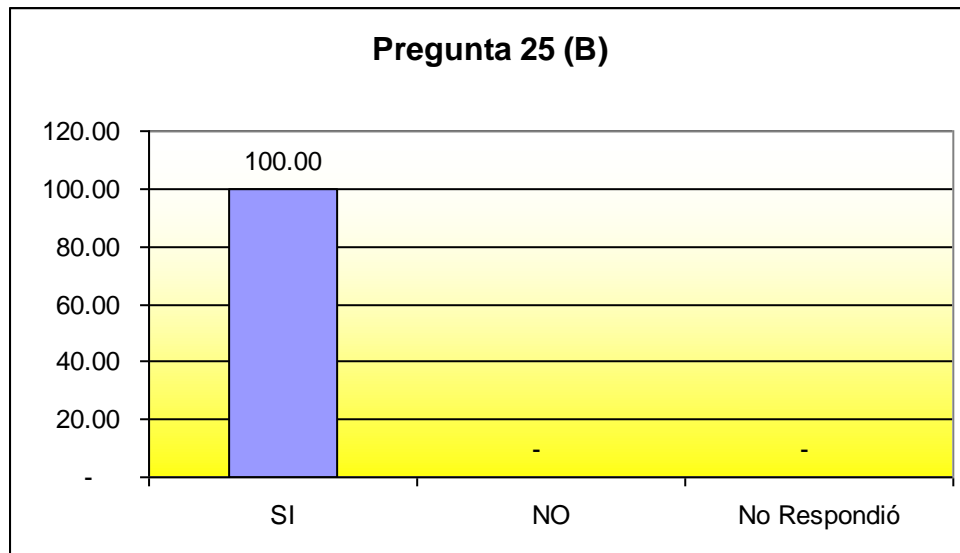
a) El periodista puede ejercer el trabajo de relacionador público al mismo tiempo que trabaja en un medio de comunicación

		Frecuency	Percent
Valid	SI	3	100.00
	NO	0	-
	TOTAL	3	100.00



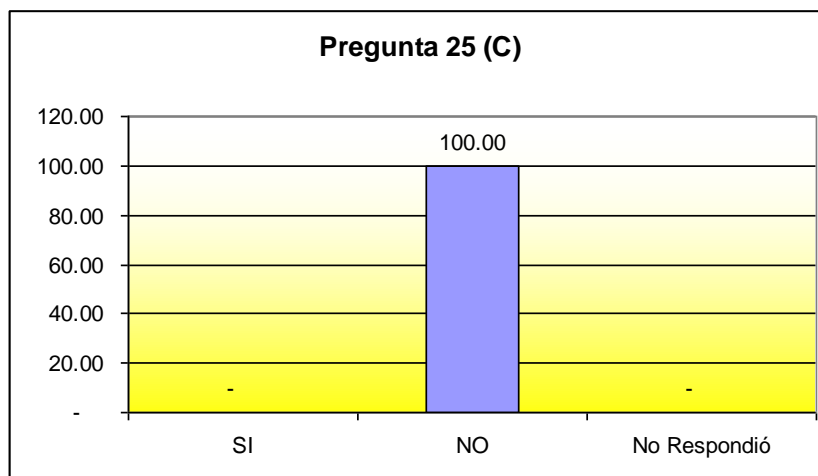
b) Existe conflicto cuando el periodista ejerce el trabajo de relacionador público al mismo tiempo que trabaja en un medio de comunicación, sea en instituciones gubernamentales o en empresas relacionadas con sus fuentes.

		Frecuency	Percent
Valid	SI	3	100.00
	NO	0	-
	No Respondió	0	-
	TOTAL	3	100.00



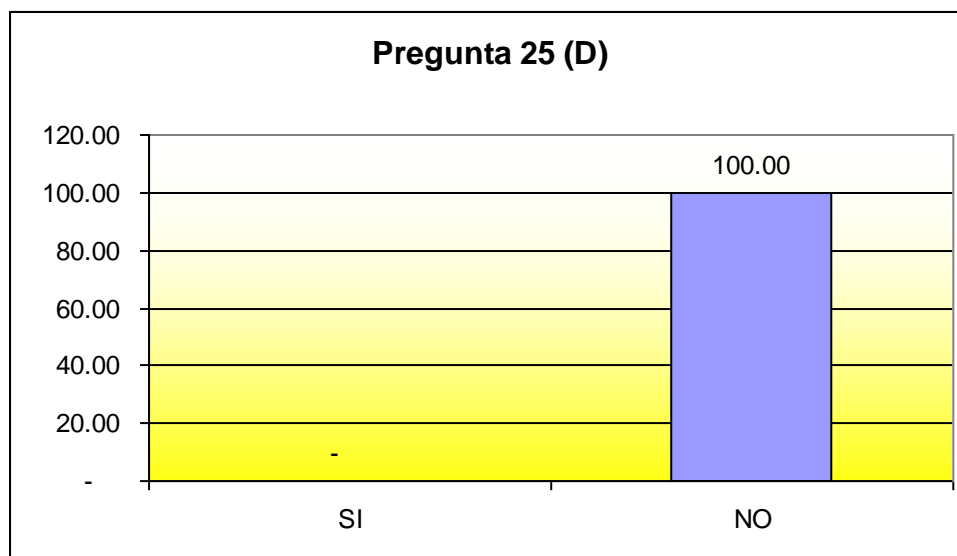
c) *El periodista puede recibir obsequios y dádivas de las fuentes aún en montos elevados.*

		Frecuency	Percent
Valid	SI	0	-
	NO	3	100.00
	No Respondió	0	-
	TOTAL	3	100.00



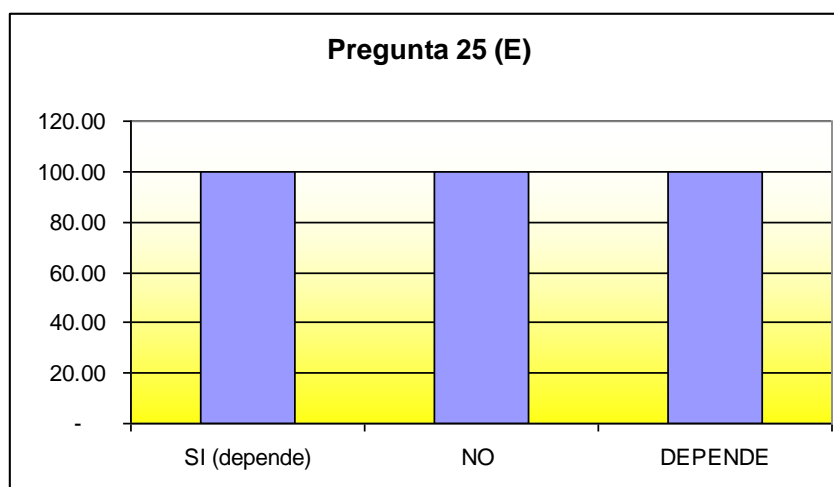
d) *Un periodista puede militar en un partido político sin que eso afecte su trabajo.*

		Frecuency	Percent
Valid	SI	0	-
	NO	3	100.00
	TOTAL	3	100.00



e) *Es legítimo que el periodista introduzca su opinión en las noticias que le corresponde.*

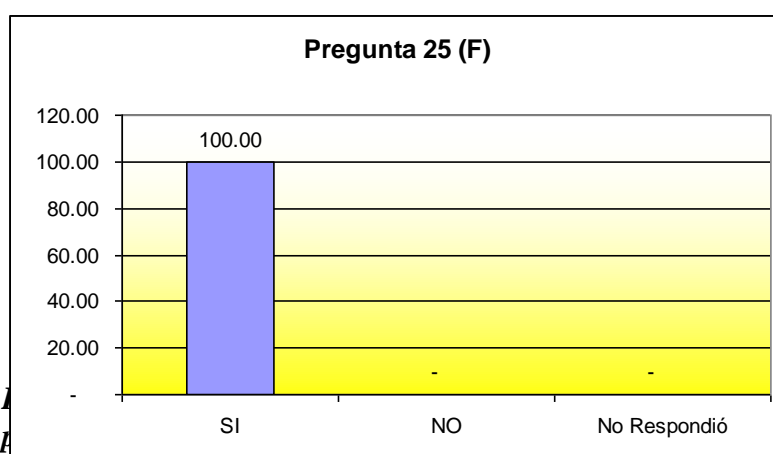
		Frecuency	Percent
Valid	SI (depende)	3	100.00
	NO	3	100.00
	DEPENDE	3	100.00
	TOTAL	9	300.00
Los tres contestaron mismo			



*Sí, en noticias que ameritan una opinión.
 No, en informaciones puras.
 Depende, si se solicita la opinión del periodista.

f) *Los medios de comunicación donde trabajo o que conozco tienen códigos de ética que se conocen y aplican correctamente.*

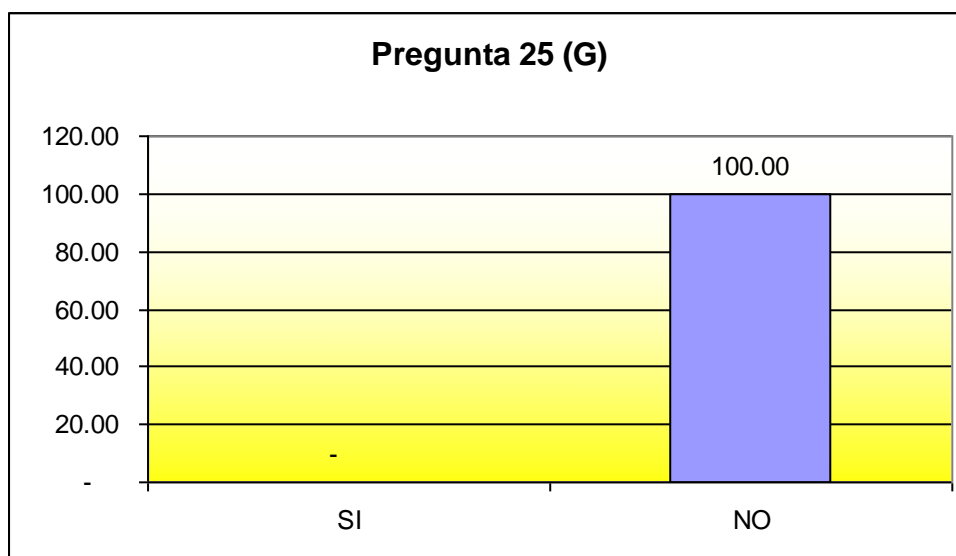
		Frecuency	Percent
Valid	SI	3	100.00
	NO	0	-
	No Respondió	0	-
	TOTAL	3	100.00



g)

s de los hechos

		Frecuency	Percent
Valid	SI	0	-
	NO	3	100.00
	TOTAL	3	100.00



Comentario:

En el público encuestado existe una clara conciencia del desempeño de la función periodística. El público tiene conocimiento de la labor honesta que el periodista debe realizar. Casi como un apostolado, pues en su labor no puede y no debe aceptar ningún tipo de regalos o cortesías que vayan a influenciar sobre la objetividad y veracidad de su información. Es decir, debe mantenerse al margen de cualquier situación que signifique un compromiso dentro del ejercicio de su trabajo como comunicador social y gestor de la opinión ciudadana.

Al militar en partidos políticos, el periodista se compromete frontalmente con una causa o una ideología, situación que influirá en el contenido de sus declaraciones públicas. Es difícil, más no imposible, llegar a una posición de absoluta ecuanimidad que se refleje en la manera objetiva de tratar sobre los hechos y personajes de actualidad; sobre todo actualidad política, económica y social.

El periodista no puede ni exagerar ni omitir detalles en la información. A esto corresponde el rechazo de los encuestados a la información de la prensa escrita y a la programación de televisión y radio, cuando eligieron la opción indicativa de falta de objetividad, información de poco contenido y descontextualizada.

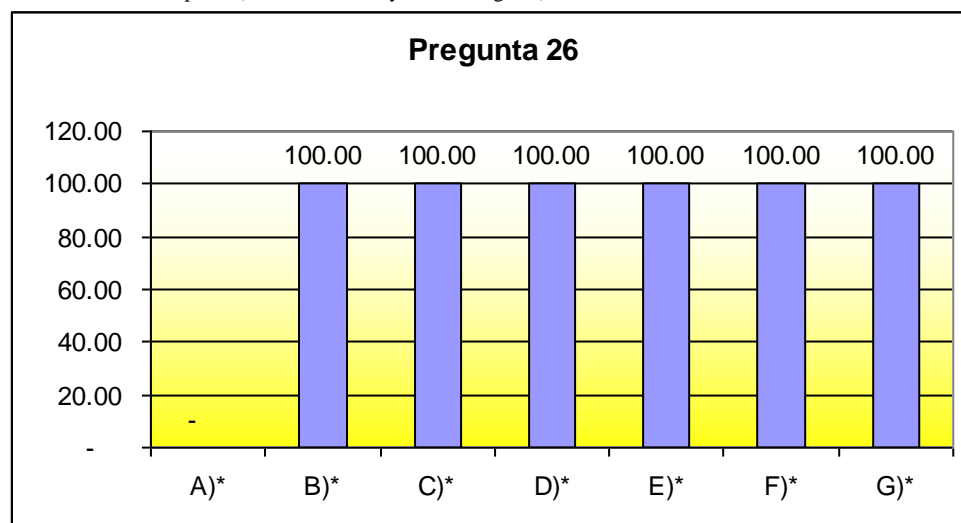
En cuanto al uso de códigos de ética, el público, o no sabe de su existencia o simplemente reconoce que no son utilizados en los medios.

26) Finalmente, en tres líneas cuéntenos para que cree usted sirve la ética en el periodismo.

		Frecuency	Percent
Valid	A)*	0	-
	B)*	3	100.00
	C)*	3	100.00
	D)*	3	100.00
	E)*	3	100.00
	F)*	3	100.00
	G)*	3	100.00
	TOTAL	18	600.00
Los 3 contestaron lo mismo			

- A)* Para la credibilidad y manipulación que ejerce la prensa sobre la sociedad
- B)* Para que el periodista diga la verdad con responsabilidad
- C)* Para dar una información veraz e imparcial (no distorcionar las noticias)
- D)* La ética no solo sirve al periodismo sino en la vida cotidiana de la gente
- E)* Para ser justos en los comentarios (periodísticos) con respeto a la dignidad e integridad de las personas, para buscar el bien común (justicia y bienestar para la comunidad)
- E)* Para informar con objetividad y ser auténticos guías de la opinión ciudadana (objetivo e imparcial)

F)* Para orientar en la realidad, educar y luchar contra la corrupción (elevar la calidad y vida de la gente)



* Las respuestas se corresponden con todos los ítems.

2.2. Análisis de datos: basado en las entrevistas a directores y periodistas de los medios investigados.

Los medios que me asignaron para este estudio fueron: ECUAVISA, VISTAZO y radio FUEGO. En los tres medios hubo una total concordancia al analizar las preguntas, entre sus directivos, editores y periodistas. No todas las entrevistas fueron on the record. Hubo algunas, como por ejemplo, la realizada a Mariela Viteri, directora de radio FUEGO, que la hice como una conversación informal. Pero en la cual pude conocer los principales puntos de vista de Mariela, sobre el manejo y la programación de la radio. En ECUAVISA si tuve la oportunidad de entrevistar a sus directores de noticias. Pero con sus periodistas, las entrevistas tuvieron que ser de forma rápida y en ciertos casos utilizando el Internet; debido al poco tiempo que los mismos indicaron tener. En revista VISTAZO, la apertura fue total. Las entrevistas las hice tanto a editores como a periodistas de la revista y de otras revistas que son parte del grupo de Editores Nacionales, como es el caso de América Economía.

2.2.1. ECUAVISA

Voy a iniciar el análisis con las preguntas propuestas sobre la existencia y/o el conocimiento del código de ética que maneja el canal: *¿Cuáles son los códigos o instrumentos éticos que se aplican en este medio de comunicación?*
¿Sus periodistas conocen el código de ética del medio?
¿Cuándo sus periodistas ingresan a este medio, se les entrega un código de ética?

Carlos Jijón, director nacional de noticias de ECUAVISA respondió: *“ECUAVISA tiene un código de ética del Departamento de Noticias. Es un instrumento que el canal ha elaborado y que sigue elaborando en una experiencia de 40 años. Tenemos ahora un código de ética que se revisa y se lo discute constantemente. La ética es una preocupación permanente dentro del departamento de noticias. La ética es nuestro*

material de trabajo. Sin un trabajo con ética se pierde credibilidad. Y la credibilidad es la base de nuestro negocio. Es un ejercicio diario. Uno tiene que realizar un noticiero de televisión en que las noticias son ¡tan rápidas...! Por ejemplo, las noticias deben ser re confirmadas. Nosotros no podemos informar de rumores. Pero a veces es difícil antes del noticiero reconfirmar una noticia.

Estamos totalmente claros del código de ética y de los lineamientos básicos de código de ética periodística.

Tenemos una ventaja: normalmente los periodistas del canal son antiguos; no existe una gran rotación laboral. El promedio de tiempo que tiene un periodista en ECUAVISA es de cinco años. El trabajo es muy supervisado, y, en el ejercicio del trabajo se le va recordando lo que puede o no hacer. En ocasiones hemos tenido problemas de ética con periodistas, generalmente periodistas jóvenes. Se les ha llamado la atención y se ha conversado sobre el tema. Se le explica los funcionamientos éticos.

Hubo un periodista joven con un problema de ética serio. Yo conversé con él, le explique porque no se podía hacer. En la primera oportunidad lo hice participar en un curso de ética, para que él vaya a aprender y no cometa nuevamente las mismas fallas”.

A las mismas preguntas, Ruth del Salto, periodista del ECUAVISA, respondió que sí conoce el código de ética del canal, y, que desde el primer día que empezó su trabajo en el noticiero le hicieron conocer dicho código. *“En cada nota debemos reflejar el principio ético del canal. Informar y dar sin recibir nada a cambio”* dijo Ruth del Salto.

Ángel Sánchez, subdirector de noticias de ECUAVISA, tuvo respuestas similares a las anteriores:

“El canal tiene su propio código de ética y está relacionado con varios lineamientos. Hay un código de ética en el actuar político; hay un código de ética en relación a regalos, a invitaciones a almorzar; qué hacer cuando nos equivocamos, como corregir esos errores, etc. Es un poco amplio y está redactado en varias fases. Pero esta muy claro que se puede y que no se puede hacer, dentro del departamento de noticias. Por ejemplo, recuerdo que una vez a una locutora de noticias le llegó un collar de esmeraldas, que le envió a regalar un político. Ella misma vino asustada y con mucha angustia, y sin que tengamos que intervenir, felizmente, vino al departamento a redactar la carta de devolución. Se lo mandó a dejar con un recibí conforme, diciéndole que nuestro código de ética nos prohibía recibir ese tipo de regalos. No dio mayores detalles y no dijo groserías a la persona que estaba dando el obsequio. Simplemente, hizo lo que tenía que hacer.

Aunque nada es perfecto, a todos los periodistas nuevos se les da un código de ética; pero, en algún momento pudo haberse escapado, darle el código a alguien. De forma general todos los periodistas conocen el código de ética del canal. El mismo que ha sido muy difundido, con más de 500 ejemplares impresos que se repartieron entre el personal. En mi caso fue diferente, porque yo ingrese hace 25 años a la empresa. Fui escalando posiciones, y cuando me di cuenta ya estaba acá. Me preocupe, (por propia iniciativa) de ir estudiando el código de ética periodística. Luego redactamos el código (para el departamento de noticias) Ese código fue cambiado y se le ha ido haciendo ajustes”.

El principal directivo del departamento de noticias, Carlos Jijón, me entregó el ejemplar del Código de Ética del Departamento de Noticias, que rige desde julio de 1996.

Este código de ética es para ECUAVISA, el documento en el que constan “principios y normas que rigen a la dirección, programación, producción, cobertura informativa y edición televisiva que se realizan en las estaciones de Quito y Guayaquil”. Según consta en el párrafo inicial del mismo ejemplar.

Si se cumplen o no todas las normativas establecidas en dicho código, es el tema que se analiza en el capítulo I y se retoma en las conclusiones y recomendaciones al final de este trabajo de investigación. En este análisis corresponde hacer una crítica acerca de los criterios que rigen a directivos y periodistas de cada medio. En el caso de ECUAVISA, los dos grupos funcionan con aparente sincronía en sus labores periodísticas diarias. Conocen el código, lo aplican (o al menos intentan aplicarlo) y trabajan siguiendo los procedimientos establecidos por los dueños y directivos del canal y regidos por las mismas normas éticas.

Al sintonizar los programas informativos y de opinión de ECUAVISA, se nota a simple vista, (aún sin entrar en un análisis profundo) que, sus periodistas si trabajan de manera organizada de acuerdo a los procedimientos establecidos por el canal. Me refiero, a que siguen el mismo esquema al presentar la información en sus noticieros. Lo mismo ocurre en los programas de opinión, de debate o especiales de ECUAVISA.

A las preguntas: **¿Qué sucede en el caso de que haya dilemas éticos en su medio, cómo y quién los resuelve?**

¿Los periodistas le plantean como director del medio, dilemas éticos? Y ¿El director del medio le ha ayudado a resolver algún dilema ético? Las respuestas fueron:

“Los problemas se resuelven en conjunto. Nunca pasan por alto (los directivos y editores) la opinión y concepto de un periodista sobre un tema. Siempre el director me ha ayudado (en el caso de dilemas éticos)” Ruth del Salto, periodista de ECUAVISA. EL subdirector de noticias de ECUAVISA, Ángel Sánchez, dice al respecto: *“(Si hay un dilema) Generalmente ellos (los periodistas) lo conversan en grupo: mira, pasó esto. Se va extendiendo el asunto hasta que llega a manos del director de noticias. En ocasiones intentamos que el problema no llegue a oídos del director y tratamos de resolverlo en las instancias bajas. A veces entre reporteros, entre reporteros y camarógrafos. O, llegan hasta a mí. Si el problema es muy grave llega todo hasta el Director y entonces el da sus instrucciones.*

Juntos hemos resuelto muchos dilemas, relacionados generalmente con la familiaridad de ciertos trabajadores con personas involucradas en la política nacional. Hay muchas personas con familiares políticos. Tratamos de ajustarnos a nuestro código, de tal manera que ni el reportero ni la empresa se vean involucrados en un conflicto ético. Todo lo resolvemos dialogando”:

Ángel Sánchez, quien mostró total apertura para el diálogo sobre el tema del manejo de la ética cuando hay que enfrentar dilemas, contó un ejemplo de una situación ocurrida el mismo día de la entrevista, 30 de julio. Le habían asignado la investigación de un caso de estafa a un periodista del canal, quien se acercó a los directivos y con total sinceridad

expresó que podría faltarle objetividad al momento de realizar la cobertura del tema. Justo hoy, dijo Ángel Sánchez - treinta de julio- tuvimos un dilema: *El (periodista) habló con nosotros: “sí yo se que lo puedo hacer. Y, yo sabía que me lo iban a dar a mí. Pero quiero informarles que los dos fulanos involucrados en el caso de estafa están casados con dos primas mías. Tengo miedo finalmente ayudarlos, porque yo creo que sí son culpables...”*

El mismo subdirector de noticias de ECUAVISA, menciona que siempre hay casos de dilemas éticos y que *“los casos mas graves de dan en el mes de diciembre, cuando llegan canastas navideñas gigantescas, de instituciones públicas. Lamentamos no poder recibir estos obsequios. (También) Invitaciones a Estados Unidos por empresas diversas. Hemos sido muy firmes y respetuosos, pero no hemos aceptado estos obsequios, porque van en contra de nuestros principios. Esos principios sólidos en temas éticos hacen que nos convirtamos en un medio creíble. Nosotros sólo nos dedicamos a contar noticias y somos un medio respetado, ya que por nuestro mismo accionar, somos cada vez más grandes”*.

Para finalizar, Carlos Jijón, director nacional de noticias de ECUAVISA, expresó que: *“Principalmente, no se puede dar una información sin haberla comprobado. De esta manera evito errores serios. He visto (por ejemplo) un medio de comunicación diciendo que el Presidente Palacio acababa de huir del país. Ese medio no reconfirmó la noticia. A veces, esto sucede por apuro, por sensacionalismo. Por falta de experiencia sales y dices algo. Y, ¿Qué pasó, después? A la media hora sale el Presidente Palacio y dice: “yo estoy aquí no me he ido a ningún lado”*.

Otro punto importante para el manejo de la ética: *“No se pude dar solo la versión de una parte, se debe dar la versión de todas las partes involucradas. Es importante el derecho a la defensa. Si hay un dilema, depende que transmitir. Por ejemplo, actualmente el derecho a la privacidad que tanto se discute. Hay un derecho que tiene la persona que es el derecho a la privacidad y hay un derecho que tiene la persona que es el de estar informado de lo que ocurre. Entonces, en ese momento se genera un conflicto y se esta discutiendo cual derecho es el que debe ser legitimado, protegido. Si existe una grabación clandestina, por decirle algo, el Ministro de Economía entregándole un maletín de dinero al Presidente del Congreso, y se ha grabado sin el consentimiento de ellos. Ellos pueden alegar que esa es su privacidad. Pero, ¿hay derecho a grabar a alguien, clandestinamente sin que esa persona sepa? ¿Cuál es el derecho superior ahí?, ¿El de ellos o el de la sociedad?”*

Este mismo directivo de ECUAVISA, no recuerda que en el canal se hayan presentado dilemas éticos trascendentales. Cualquier situación que haya escapado a su correcto desempeño informativo, la han podido resolver a tiempo y sin afectar a las partes involucradas. En el manejo de la ética está saber reconocer los errores: *“A pesar de todo el cuidado en el manejo de la información, hemos tenidos casos muy claros en que hemos cometido errores. No hemos confirmado convenientemente una noticia. No hemos consultado a la persona que hemos acusado. ¿Que es lo ético cuando se han cometido errores? Reconocer que se los ha cometido. Cuando hemos cometido un error tenemos la obligación y lo hacemos, de decir que nos hemos equivocado. Esto ocurre con más frecuencia de lo que nos gustaría. Pero, pedimos disculpas”*.

Directivos y periodistas coinciden que orientar sus actividades en el Código de Ética del cana,l ha dado resultados óptimos, ya que ECUAVISA, es (para ellos) el medio de

mayor credibilidad entre los canales de la televisión nacional. Esta afirmación fue confirmada por las encuestas realizadas a un grupo de 60 personas*. Un 10% de los encuestados manifestaron su preferencia por sintonizar este medio. Preferencia sólo precedida por aquellos que veían todos los canales, incluyendo el mismo ECUAVISA.

*Consultar tablas de tabulación, capítulo II de este estudio, literal 2.1., pregunta #7.

2.2.2. VISTAZO

El análisis está basado en las mismas preguntas anteriores, para el caso de directivos y periodistas de ECUAVISA.

Las preguntas que analizo en este capítulo son:

¿Cuáles son los códigos o instrumentos éticos que se aplican en este medio de comunicación?

¿Sus periodistas conocen el código de ética del medio?

¿Cuándo sus periodistas ingresan a este medio, se les entrega un código de ética?

¿Qué sucede en el caso de que haya dilemas éticos en su medio, cómo y quién los resuelve?

¿Los periodistas le plantean como director del medio, dilemas éticos? Y ¿El director del medio le ha ayudado a resolver algún dilema ético?

En el caso de revista VISTAZO, hubo una falta de conocimiento por algunos de sus editores y periodistas, de la existencia de un código ético que especifique las normativas de la actividad periodística de la revista. Algunas de las personas entrevistadas dijeron sí conocer de su existencia, otras se mostraron sorprendidas. Pero todas mantuvieron la misma opinión, de que en la revista se trabaja coordinadamente y en el caso de darse problemas o dilemas éticos, hay total apertura por parte de sus directivos para resolverlos en conjunto.

Mabel Velasteguí Ledesma, es responsable del periodismo digital, VISTAZO. Corresponde su labor a mantener al día la página de INTERNET de la revista: *“En Vistazo se publican secciones. Hay la página de Internet de Vistazo que lo que hace es publicar las secciones de la revista y los principales artículos. Pero hay una parte que se llama on line. Se divide en dos: presentamos noticias de tecnología, actualidad, cine y música. Y, la parte de noticias propiamente, que son las noticias coyunturales. La página se actualiza dos veces en el día, en la mañana y en la tarde. Ahora, como en Vistazo no tenemos reporteros que salgan a coberturas y ese tipo de cosas, como es parte del grupo de ECUAVISA, nos basamos en lo que publica ECUAVISA. En base a esos datos que ellos dan. Yo lo que hago es redactar la nota en base a esa información. Siempre son notas de política, economía; trascendentes pero siempre nacionales”*.

Esta sección virtual de VISTAZO se maneja, en primera instancia con la información proporcionada por ECUAVISA, empresa que pertenece al mismo grupo familiar y

económico: la familia Alvarado. La periodista Mabel Velasteguí indicó que si algún dato de ECUAVISA es demasiado fuerte o no tiene las pruebas suficientes, entonces se reconfirma con otros medios: *“Si se repite en varios medios, si constatamos que es correcta, se publica. Pero, principalmente la fuente es el canal. Si el canal (ECUAVISA) lo dijo, esa es nuestra fuente. Ellos tienen sus grabaciones, sus respaldos, sus entrevistas”*.

Mabel Velasteguí sí conoce la existencia del código de ética de VISTAZO: *“Sí, yo creo que cada medio tiene su código de ética. Se que existen cosas que nos amparan como la ley de Chapultepec o como la ley de Transparencia de la Información. Si hay un manual, a mí me lo entregaron. Me dijeron: revisalo, y, en el proceso uno se va adaptando y va aprendiendo ciertas cosas. Como son los formatos aquí”*.

-¿Qué sucede en el caso de que haya dilemas éticos? ¿Cómo y quien lo resuelve?-

“Lo consulto o con las otras personas, cuando tengo alguna duda. Mi jefe es Carlos Gutiérrez, el siempre me revisa las noticias antes de publicarlas. Si no está él, algún otro editor (lo hace). Siempre se revisan (las noticias) antes de publicarse. No es así no más. Si ha algo que no nos parece simplemente no se publica”.

Esta periodista destaca como normas principales, mantener el respaldo de la fuente y no aceptar regalos: *“No se aceptan regalos. Estamos para cubrir la noticia, para cubrir el hecho. Y los temas que se cubren los decide la directora general”*.

Otra de las periodistas de VISTAZO, es Tristana Santos Henríquez, editora de suplementos de la revista. Tristana mencionó que el código de ética no se lo dieron por escrito al llegar al medio, ya que son reglas sobreentendidas: *-Al ingresar (a la revista), la editora general, Patricia Estupiñán de Burbano, te las explica. Es más, están pegados detrás de su escritorio. Tiene un papelito que dice: “estos son los valores que sustentan a Vistazo: imparcialidad, equilibrio al reportar, las noticias, no involucrarse con las fuentes”. Una serie de temas que son universales para todos los periodistas y que lo que hacen es reforzarlos en la reunión de inducción.-*

-¿Conoces el código de ética de Vistazo, te lo dieron al ingresar a trabajar aquí? -
¡Claro! (lo conozco) (Pero) No me dieron un documento escrito. No creo que no existe, sí existe. A mí no me lo dieron, no se porque. Pero, (el manejo de la ética) es parte de lo que me explico la Doctora, son valores universales en periodismo”.

Debido a la sección de suplementos que maneja la periodista Tristana Santos, es más difícil resolver los dilemas éticos que pueden presentarse: *“Trabajar como editora de suplementos es más difícil por la relación con ventas. Estos suplementos se publican cuando están vendidos. El departamento de ventas a veces llama y me indican que un cliente quiere que toquen algún tema. Me dicen: ¿qué le parece si hacemos esto o aquello? La forma en que lo manejo es en principio poniendo primero el interés del lector y no el interés del anunciante. El anunciante puede querer que se le haga un reportaje de su empresa, pero si no va a ser de interés de los lectores no se le publica. ¿Cómo lo manejo? Si tengo la duda si hacerlo o no -y justo eso me paso hoy día- voy donde el Editor Ejecutivo o la Editora General y les pregunto que les parece. Acudo primero al director ejecutivo que es Cecilio Moreno y si no directamente con la doctora Patricia Estupiñán que es la directora general”*.

-¿Alguna vez te han ayudado a resolver un dilema ético?-

- *“Si, si. Había la solicitud de un anunciante de que se le haga un reportaje a cambio de un aviso. Entonces me dijeron las personas de ventas: mira, ¡ayúdanos! Querían mandar un aviso. Querían darle un nuevo enfoque para publicar nuevamente sobre el anunciante. Entonces fui a la Directora y le pregunte: “-mire ya lo publicamos y quieren publicarlo nuevamente- Me dijo que no - ya lo publicamos ya no es noticia, ya no sería de interés del lector- Y, le dije que no. Aunque se pierda un anunciante”-*

Para la editora de suplementos de revista VISTAZO, la política principal que maneja la revista, en el caso de resolver dilemas, es el interés del lector. Y, luego, si afecta o no a la credibilidad de VISTAZO: *“...los lectores no son “bobos”. Se van a dar cuenta (de lo que estamos publicando) y a la larga eso afecta la credibilidad”.*

María Belén Arroyo, es la editora de la revista vistazo en Quito. Dijo no conocer algún documento escrito bajo la forma de “código de ética de revista VISTAZO”:

“Documento escrito no le conozco. Llevo tres años en esta empresa y tengo 15 años de experiencia y más que un código del medio, es un código que tú tienes por tu formación. Yo se que el superactivo de esta empresa es la independencia porque no le conozco a un documento escrito. Pero se que un tema que existe es la independencia frente a los poderes. Vistazo no tiene publicidad de municipios, del gobierno, etc., y esto le ha permitido tener una de independencia en su labor periodística. Por eso esta 50 años vigente en el medio”.

La editora de revista VISTAZO en Quito resaltó el tema de la profesionalización, la misma que “va de la mano con la ética”: *“Si tu haces una denuncia a una persona o a una entidad X y si estas sacando una denuncia y no le estas diciendo a ellos que tienes esa denuncia y no le pides su versión, no estas siendo profesional y como consecuencia lógica no estas siendo ético. Aunque reafirmo no conocer que exista un código de ética de revista VISTAZO, mencionó, al igual que las otras periodistas la importancia de la reunión de inducción, en la cual se les explica a quienes ingresan a Editores Nacionales, las norma que rigen el trabajo de esta empresa periodística. Si se presenta algún dilema, en primera instancia sus periodistas acuden a ella (editora). Si amerita otra consulta, a la editora general, doctora, Patricia Estupiñán o a Cecilio Moreno, “es una decisión colegiada”.*

A decir de María Belén Arroyo: *“En esta profesión tienes siempre dilemas y en el proceso de investigación periodística debes saber hacer una búsqueda objetiva, honesta de tu parte. Hay que encontrar los elementos que le permitan al lector sacar su conclusión. Y, más allá de lo que tú creas o tu posición frente al hecho, debes tratar de poner los elementos tan claros para que el lector tome su posición final”.*

Para esta periodista, la ética está condicionada al tamaño del medio, a la solvencia del medio: *“Yo no he vivido esa historia pero se que es real. Pienso que los medios grandes participan de un círculo virtuoso. Son grandes porque tienen trayectoria y trascendencia y han crecido porque tienen el capital de la credibilidad. Me parece que el medio pequeño tampoco crece y no va a durar en el tiempo porque tienen el problema de no credibilidad. En general en los grandes medios, si hay personas que no actúan con ética, eso es otra cosa. Pero VISTAZO, es un medio grande y tiene el capital*

de la credibilidad: dura en el tiempo y sigue cultivando el capital de credibilidad y va a seguir creciendo o al menos permaneciendo”.

El proporcionar un adecuado ambiente de trabajo para sus periodistas, con un clima de confianza para lograr resolver cualquier situación difícil, es uno de los puntos fuertes de revista VISTAZO. Así lo han manifestado sus periodistas y editores; ciertamente, todos coinciden en la importancia del diálogo continuo entre directores, editores y periodistas. VISTAZO acaba de celebrar sus cincuenta años de ininterrumpidas publicaciones. Y, se mantiene en vigencia como la revista de mayor credibilidad periodística en el país. Tal vez, esto se deba, a que, en apariencia, esta empresa es sólo periodística y no tiene compromisos económicos o políticos con nadie.

Hace pocos meses, el grupo VISTAZO, Editores Nacionales, entregó al público su nueva revista especializada en empresas y economía: “América Economía”. La misma que a decir de sus editores, trabaja en base a su manual de estilo que es a su vez, un manual de ética. En este medio, las investigaciones periodísticas están obligadas a respetar las normativas, porque manejan una fuente muy complicada, éticamente hablando, que es el periodismo empresarial. María Teresa Escobar, editora de la revista América Economía (Quito), dijo al respecto: *“Se manejan fuentes en donde la línea entre información y publicidad se puede perder fácilmente. Para cualquier publicación económica es muy importante tener un código de ética muy bien delimitado, para que no se termine haciendo propaganda o publi reportajes, sino tu labor: que es prestar un servicio a la comunidad. Hay que explicar que pasa en las empresas, dónde están los negocios, dónde se mueve el dinero, sin caer en la propaganda. Además nos manejamos con fuentes que tienen mucho dinero, entonces para un periodista empresarial siempre existe la tentación de aceptar una invitación, aceptar un regalo, etc., todo eso está normado en nuestro manual de ética.*

Los periodistas de Editores Nacionales, si conocen la existencia de este manual, y si tú escribes y no te apegas a lo que el manual dice, tu texto no se publica. Porque el interés de la revista no es perder su prestigio haciendo propaganda y publi reportajes, sino al contrario, debemos ser un material de consulta. Nosotros (los editores) debemos ser muy rigurosos, en el cumplimiento de estos nobles objetivos”.

María Teresa Escobar participa también en la afirmación, sobre el diálogo entre editores y periodistas. El cual es indispensable para ejercer con ética la labor periodística: *“Tiene que haber mucho diálogo entre los periodistas y los editores; los editores y los directores. Es importante que el medio exija y facilite una constante preparación a sus periodistas. Los periodistas o editores que son más propensos a cometer estos errores falta de ética, son aquellos que no tienen una formación muy sólida. ¿En que sentido? Una fuente percibe cuando un periodista no esta muy preparado y lo manipula. La fuente siempre va intentar manipular. No es cuestión de maldad o bondad. Estamos en una industria donde las relaciones de poder son dominantes y todo el mundo quiere ejercer poder sobre los medios de comunicación; y, los medios también quieren ejercer su poder sobre la sociedad. Por eso el tema ético es tan importante para nosotros, porque estamos tratando de arbitrar una gran masa en donde muchos tipos de poder se encuentran. Cuando una fuente percibe que tú no tienes mucha idea, ejerce su poder sobre ti y te manipula. La manera de defenderse de eso es ser una persona muy bien formada. Una persona que conozca la historia de su país, la historia del mundo, la economía. Que conozca de política, que conozca de arte. Es decir que tenga una formación sólida y no solamente de un tema, sino una formación casi universal. Cuando un periodista es solvente la fuente percibe que el*

periodista es solvente y ya no lo puede manipular. Aquí se establece un tema de confianza, es muy importante en periodistas que cubren el sector público y que cubren por ejemplo, al presidente, al congreso. Con periodistas preparados, eliminas una buena posibilidad de que comentan errores de falta de ética involuntarios o no premeditados. Yo creo que los editores y los directores de los diarios tienen que conocer a sus periodistas. Tienen que hablar constantemente con ellos, tienen que monitorear constantemente su trabajo; tienen que evaluarlos. En definitiva: tienen que estar conectados, porque eso te permite identificar que personas son realmente buenas y que periodistas solo desean defender sus intereses o tienen otras motivaciones a parte de informar con la verdad”.

En América Economía trabajan profesionales que tienen mucha trayectoria. Mutuamente se están recordando como se hace el oficio periodístico. Para sus directivos y editores, el tema de la formación es muy importante en las redacciones grandes, como la de sus revistas.

Los editores y periodistas de revista VISTAZO han presentado sus opiniones sobre el manejo de la ética. Han contando sus vivencias y sus puntos de vista. Coinciden en que el periodismo que ejercen a través de este medio, va en busca del bien común. Pero, como lo dicen en su libro, *Periodismo por dentro*, Rubén Darío Restrepo y Fernando Astudillo Campos: “...Cuidado. Hay que saber diferenciar entre el lector que representa el bien común (el interés mayoritario de la sociedad) con un lector inventado desde las propias redacciones de los diarios-o, peor aún, desde las oficinas de venta de avisos o de mercadeo. Nunca faltan el director o el editor que se jactan de conocer a su público “y darle lo que él quiere”. Sustentan aquella certeza en la venta masiva de ejemplares diarios y para ellos no existe argumento más contundente. Si vendemos tanto-suelen afirmar-es porque el lector recibe de nosotros lo que quiere.”. En mi opinión, la frase anterior es totalmente cierta, en una sociedad en la cual los medios pertenecen a grupos familiares (VISTAZO / Editores Nacionales y ECUAVISIA, por ejemplo, pertenecen a la misma familia Alvarado) y, constituyen empresas, que buscan, más allá de informar: vender sus productos informativos. Lo que les permite continuar su solvencia y permanecer en el tiempo.

Por otro lado, en cuanto al manejo de la ética en este medio de prensa escrita, las editoras de revista VISTAZO coinciden en que: “*el periodista sale a la calle y el director y el editor no pueden estar atrás de él, viendo que no reciba regalos o invitaciones. Es muy difícil para un medio llegar a controlar a los periodistas para evitar que eso ocurra. (Falta de ética en su proceder). En la realidad nadie puede. Hasta los periódicos más importantes del mundo se han visto envueltos en escándalos y ha tenido que botar a los periodistas porque reciben plata o se inventan los artículos. Lo que todos los medios tienen es un código o un manual y sobre todo una gran dosis de confianza en que sus periodistas lo van a seguir. No se puede trabajar con una política policiva sino de confianza. El arma con la que se puede defender un medio de comunicación es la formación de los periodistas. Tiene que formarlos hasta que alcancen a comprender el compromiso que tienen consigo mismos, con el medio en que trabajan y sobre todo con la sociedad”.* (María Teresa Escobar, editora de América Economía, Quito)

La misma María Teresa Escobar se refiere a la credibilidad creciente del medio, basada, en parte, al aceptar los errores: “*Hay estudios y hay experiencias que muestran que la gente tiende a creer más en un medio que es capaz de rectificar que un medio que no se*

equivoca jamás. Rectificar y hacerlo de manera frontal no hace daño a la credibilidad del medio, al contrario. Se debe publicar en el mismo espacio y con la información adecuada, para rectificar el error”. Similar afirmación a la dada por el director nacional de noticias Carlos Jijón, en cuanto a la aceptación y rectificación de los errores.

Cada medio tiene su propio código y unos son más estrictos que otros. Hay medios como revista VISTAZO o América Economía cuyos directivos y editores aseguran ser muy estrictos; no publican ningún tema que no haya contrastado las fuentes. De esta manera, no solo ejercen el periodismo con ética sino que se libran de enfrentar demandas judiciales.

2.2.3. Radio FUEGO

En radio FUEGO se da una situación un tanto simple. Manejan el único noticiero de la radio, tres periodistas: Javier Segarra, Gioconda García y Alexei Pesantes. Ellos siguen los lineamientos dados por la directora del medio, la señora Mariela Viteri. Quien tiene una larga trayectoria como conductora y animadora de programas de televisión.

No existe un código de ética establecido para el departamento de noticias. El trabajo lo realizan siguiendo las normativas generales de la radio, entre las que se encuentran: 1. Contrastar las fuentes: que se limita a leer la misma noticia publicada en diferentes periódicos, dando la versión de cada periódico.

2. No polemizar, sino orientar.

3. Dar cabida a la opinión ciudadana, a través de las llamadas telefónicas y de la cobertura en el lugar de los hechos.

Javier Segarra contestó a las preguntas formuladas para esta investigación, refiriéndose sobre todo a su trabajo como director nacional de noticias y periodista de ETV Telerama. A pesar de haberle expresado que la entrevista estaba dirigida a la labor que desempeña en radio FUEGO. Pero, para tener un parámetro de su conocimiento del manejo de la ética en el ejercicio de la profesión, expongo a continuación, el desarrollo de la entrevista:

¿Cuáles son los códigos o instrumentos éticos que se aplican en este medio de comunicación?

Los códigos de ética son responsabilidad y profesionalismo, en bien de la sociedad.

Sus periodistas ¿conocen el código ético del medio?

Es lo primero que se les entrega al momento de ingresar y saben muy bien como aplicarlo.

¿Conoce usted el código ético del medio?

Por supuesto...

¿Cuándo los periodistas ingresan al medio, se les entrega un código de ética?

Así es.

¿Cuándo usted ingreso a este medio, le entregaron algún tipo de código de ética?

En todos los medios donde he laborado ha existido un código de ética. (No precisó si en radio FUEGO, se le entregó dicho código)

¿Qué sucede en el caso de que se den dilemas éticos, cómo y quién los resuelve?

(En este punto, el periodista entrevistado, quien forma parte también del staff de periodistas de ETV Telerama, respondió por el canal, más no por la radio):

En el caso particular de TELERAMA, como director nacional de noticias, formo parte del Consejo Editorial del canal, y, cuando el caso amerita se analiza el mismo y se resuelve.

Los periodistas, ¿le plantean los dilemas éticos?

(A esta pregunta, Javier Segarra, otra vez respondió por el trabajo realizado tanto en el canal de televisión como en radio FUEGO):

Los periodistas de nuestro servicio informativo son profesionales con el conocimiento elemental de la ética, pero hay ocasiones en que si plantean ciertas inquietudes

A las preguntas que abarcan del literal 8 hasta el 10, Javier Segarra se refirió específicamente a la labor periodística que desempeña en ETV Telerama:

“Cuando se presentan casos de dilemas éticos, los resuelve el Consejo Editorial. Las políticas que se utilizan son aquellas que rigen para la Asociación de Canales de Televisión, cuyos capítulos están claramente definidos”.

Recordó haber estado implicado en un dilema ético en su ejercicio periodístico, cuando trabajo en Teleamazonas y denunció un hecho sobre la corrupción en la función judicial. (No dio más detalles)

¿De lo que puede percibir del ejercicio periodístico en el Ecuador: ¿usted considera que la ética es una herramienta que se utiliza frecuentemente?

Cuando uno como profesional de la información, cumple esta actividad sabe que hay la declaración de principios, la cual debe encuadrarse dentro de los principios de la decencia, la honestidad y la veracidad sobre todas las cosas.

¿Qué hace falta para enfrentar dilemas éticos de mejor manera?

Eso tendrían que discutirlo los abogados de la Asociación de Canales. (Otra vez se refiere su labor en la televisión)

¿Hay una propuesta de capacitación permanente en su medio acerca de la ética?

Los comunicadores conocen del reglamento en nuestro país. Bajo esos parámetros se desenvuelven en el día a día de la comunicación.

Los códigos establecidos: ¿guían el trabajo periodístico?

Sin duda.

Los medios de comunicación en el país: ¿trabajan bajos los lineamientos de la ética?

Tanto en radio, prensa escrita y televisión, existe el código de ética, el cual se aplica en cada uno de los medios.

Al preguntarle si ¿la ética está en riesgo en el país?, Javier Segarra respondió enfáticamente:

Depende con la óptica que se mire. Pero lo si le puedo decir es que los medios siempre vamos a estar apegados al código de ética.

Los dos periodistas que acompañan a Javier Segarra en el noticiero matinal ¿Qué pasa? de radio FUEGO, Alexei Pesantes y Gioconda García, respondieron a las preguntas diciendo que como periodistas, conocen los códigos de ética que rigen a la profesión y cuando se presenta algún caso especial, si no es de gran magnitud lo resuelve el equipo del noticiero. Si es un dilema mayor. “Acudimos a Mariela, quien nos indica que hacer”, dijo Gioconda García, “Doña Gioco”, conductora del noticiero ¿Qué pasa?.

Comentario:

El periodista debe considerar su oficio como una labor apostólica o una misión social y muy especial. Debe saber de todo y sobre todo lo que ocurre, por más especializado que sea. Debe regir su vida bajo lineamientos morales claros y la ética debe formar parte de su ser (y parecer). Al ejercer el oficio periodístico, no se cambiará al mundo, pero si se puede ayudar a la gente, a que entienda los hechos como han ocurrido. Sobre todo

contextualizándolos. Brindando elementos de discernimiento, para que el público, al final, logré establecer una opinión propia: la opinión ciudadana.

Parafraseando a Javier Segarra, director nacional de noticias de ETV Telerama y del noticiero ¿Qué Pasa? de radio FUEGO: “Cuando uno como profesional de la información cumple esta actividad, sabe que hay la declaración de principios, la cual debe encuadrarse dentro de los principios de la decencia, la honestidad y veracidad, por sobre todas las cosas”.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE LOS SUPUESTOS

Los supuestos teóricos corresponden a las hipótesis elaboradas previo el inicio del trabajo de investigación. La Universidad planteó tres supuestos:

1. Los medios de comunicación colaborarán de forma positiva a la investigación.
2. Los principios de ética y deontología periodística son conocidos por los comunicadores ecuatorianos y muestran una alta predisposición a aplicarlos en el futuro.

3. Un porcentaje significativo de medios de comunicación trabajan de alguna manera en base a los lineamientos de la ética.

Antecedentes: conocimientos previos de la ética periodística.

¿Conocía de ética periodística, antes de iniciar esta investigación?

Mis conocimientos eran mínimos, pero los pude ampliar y asimilar para hacerlos parte de mis actividades, precisamente y gracias al estudio realizado de la profesión periodística en la UTPL. Y, en segundo lugar, a la preparación teórica complementaria. Esta última, leyendo a periodistas y a prestigiosos comunicadores quienes han aportado con las principales normas del manejo ético de la comunicación en las épocas pasadas, igualmente aplicables en la actualidad.

Aunque mi primera carrera y profesión fue la de doctora en medicina y cirugía, estuve vinculada al ejercicio del periodismo, aún antes de mi primer título profesional. Trabajé como médico del entonces prestigioso diario El Telégrafo, “Decano de la Prensa Nacional”. Luego, comencé a colaborar en el periódico, dirigiendo y editando el primer suplemento de “Salud y Medicina” que salió al público, en la ciudad de Guayaquil. Al mismo tiempo que inicié la transmisión radial del programa “Salud Tropical” en radio La Prensa-El Telégrafo, de dos horas diarias de duración y de alcance nacional, en A.M. Tanto el suplemento de salud y medicina como el programa radial tuvieron gran éxito y acogida, en el público y con los auspiciantes.

Lo interesante es el grado de interactividad con el público y con las empresas auspiciantes, al que se llegó a través de los dos medios. Logrando una sintonía insospechada y marcando un punto clave en la historia de nuestra comunicación, claro está con la ayuda y el apoyo de quienes eran los dueños y principales directores de dichos medios en aquellos años: Dr. Henry Raad Antón, Dr. Roberto Hanze Salem, Lcdo. Fernando Aguayo y Sr. Hugo Miranda Mestanza.

Dimos cobertura a gran cantidad de hechos y eventos, e iniciamos la participación de la ciudadanía con testimonios acerca de temas entonces intocables, como el SIDA, la homosexualidad, el maltrato, entre otros. Iniciamos también la publicidad de medicamentos de consumo masivo junto a laboratorios como Bayer, Roche, Organon, etc. Este tipo de publicidad no se había dado en el país.

Pero, anterior a todo esto, ya había incursionado en el periodismo. En un pequeño diario local llamado “La Tercera”. Editado por la misma empresa del diario guayaquileño: “La Segunda de Meridiano”. En “La Tercera” y bajo las órdenes del ahora conocido periodista deportivo Carlos Víctor Morales, escribí mis primeros artículos deportivos, en aquel mundial del Brasil de Sócrates y Zico. También mi primer artículo de género de denuncia social: “Sin el cajón”. En el que analicé la historia y los peligros que acechan a los niños betuneros de las calles de Guayaquil.

Me gustaba escribir para el periódico y trabajar en la radio. De hecho, hija de madre y padre periodistas, crecí mirando una gran fotografía de Joseph Pulitzer (padre del periodismo mundial) y escribiendo bajo su pie: ¿Cómo no me iba a gustar el periodismo? Pero, al pasar el tiempo, gracias a Dios, pude hacer lo que siempre quise:

estudiar periodismo. No basta con las ganas, los buenos deseos o la pasión en las venas. Para ser un periodista, sobre todo un ¡buen periodista!, con capacidad de análisis y discernimiento, se debe estudiar periodismo. Tal como el mismo Pulitzer lo dice en su famosa frase: *“La única profesión del mundo que no necesita preparación alguna, es la de idiota. Para todo lo demás: ¡hay que estudiar!”* Sin duda, al hablar así, tenía toda la razón. La preparación académica es imprescindible para llevar a la práctica el ejercicio de la profesión. Por falta de preparación cometí y llevé a otros jóvenes en preparación a cometer errores que sin duda han repercutido en nosotros y habrán repercutido en mi querido público y en su manera de entender las cosas.

Trabajé luego en CN3 como productora y conductora del programa “Gente Sana” y en del segmento de noticias “Cita con la Salud”. Además de conducir la campaña publicitaria para algunos productos de salud y nutrición. También puedo dar fe, que el medio que mas se presta para incurrir en faltas de ética es la televisión. No porque lo hayamos hecho. Sí porque pude darme cuenta, que se dan las condiciones, tal como se maneja la comunicación televisiva en nuestro país.

¿Qué condiciones?:

- ✚ Falta de preparación profesional de conductores, comentaristas, etc.
- ✚ Medio ambiente banal y frívolo
- ✚ Personas que laboran en el medio televisivo sin conciencia de los problemas sociales del país.
- ✚ Se trabaja en televisión para ganar popularidad, fama y escalar posición social.
- ✚ Se trabaja en televisión para ganar dinero.
- ✚ Se trabaja improvisando lo esencial (conocimiento e investigación) y dando prioridad a lo secundario: vestuario, maquillaje, peinado, físico).

Por todo lo mencionado anteriormente, decidí que era propicio, para no seguir cometiendo errores: estudiar periodismo. Gracias a Dios acerté con la UTPL. Agradezco a mis profesores, que lograron enseñar lo que querían. Y lo que querían era formar profesionales comunicadores críticos y responsables. Con una preparación intelectual y técnica adecuada. Promotores de la educación y la cultura, a través de los medios de comunicación social. Para que lo anterior se cumpla es básico conocer la ética periodística, asimilarla, aceptarla. Hacer que forme parte de nuestra propia vida y entonces ejercerla, como parte inseparable de la práctica profesional.

En la búsqueda de los hechos relevantes, que luego se hacen noticia, se ha pasado la responsabilidad social a un plano secundario. Se modifica o se cambia la verdad. Se intenta y muchas veces se logra, entrar en la intimidad de la gente, para ganar publicidad y audiencia, a cambio de entregarla a través de los medios. Se juega y se abusa de la dignidad las personas, aprovechando las limitaciones existentes para la replica de los afectados. Abundan los periodistas que, dejando a un lado la objetividad, fin del auténtico periodismo, toman partido por preferencias políticas. Enmarcando sus transmisiones en informaciones persuasivas que intentan llevar a la gran masa a favor o en contra de ideologías, partidos políticos o grupos económicos.

En la actualidad existe un cuestionamiento por parte del público, sobre la manera de ejercer la actividad periodística; pero al mismo tiempo y tal vez por falta de iniciativa o

de capacidad de llegada a los medios, hay un cierto conformismo ciudadano. Parece que todo está dicho, si lo dijo tal conductor, o lo transmitieron por x canal.

El periodismo se ha transformado en un negocio y en un espectáculo. Negocio, lo es. Ya que funciona a través de empresas, lo que ocurre desde la misma época de la Revolución Industrial. Cuando la actividad periodística se transformó en industria cuyo producto final era la noticia. Pero, tal industria, parece no tener un código establecido que garantice el buen manejo de la información. Al menos, aquí, en nuestro país.

Los medios de comunicación y por supuesto el periodismo que en ellos funciona, están llamados a ayudar a la gente a vivir mejor, a conocer su contexto histórico y actuar en consecuencia para cambiar aquello que impide el desarrollo humano y social. En definitiva, se trata de un apostolado, aunque sea empresarial (industria de la comunicación) que sirva a la dignidad del hombre y la mujer.

La libertad de los medios, de la que tanto han hablado los directores, editores y periodistas entrevistados en esta investigación, es un mito. Es una libertad “condicionada”. Por que cada medio sirve a los intereses de su grupo económico, y, cada periodista sirve a su medio.

A mi criterio, los medios colaboran con el mantenimiento de los poderes económico y político, y lo hacen con eficacia. Pues su mensaje es aceptado como definitivo, por la mayoría de los ciudadanos.

La investigación periodística es muy pobre y se queda en lo superficial.

Todo lo anterior es la antítesis real de lo que he conocido como parte fundamental de la ética periodística:

El periodista no debe emplear recursos inmorales ni delictivos para la obtención de informaciones.

No se deben realizar investigaciones encubiertas, salvo en casos específicos.

En caso de accidentes o catástrofes, el periodista debe formar parte del equipo que rescata, antes, que tratar de obtener información.

El periodista debe proteger la identidad de la persona que suministra información.

El periodista debe respetar el dolor ante la tragedia o la muerte. No debe reproducir imágenes de cadáveres o solicitar declaraciones a los familiares de las víctimas.

El periodista debe abordar con seriedad y respeto las convicciones morales o religiosas de los grupos humanos.

El periodista no puede dar a conocer la identidad de menores implicados en delitos, crímenes o abusos de cualquier tipo.

El periodista debe recordar, que ante todo, todas las personas tienen derecho a que su honor y su honra sean respetados.

El periodista debe respetar la intimidad y la vida privada de las personas.

En el manejo de cámaras y/o aparatos de video (planos televisivos), no se puede enfocar con preferencia a los actores sociales.

Las entrevistas realizadas a personajes públicos, deben ser hechas para dar información.

El periodista no puede apoyar o negar lo expuesto por el entrevistado; menos aún, crear un ambiente polémico, que no permita llegar a conclusiones de valor que generen un cambio positivo.

No se puede usar la inducción en las entrevistas.

Los medios de comunicación no pueden convertir sus espacios informativos o de opinión, en espacios para resaltar conflictos, como plataformas de ataques y de defensa; de enaltecimiento o desprestigio para las personas.

En cuanto al manejo de los horarios en la transmisión de los programas, los canales de televisión, deben respetar la franja horaria. Para nuestro país rigen restricciones específicas de 6 de la mañana a 9 de la noche. Tanto para programación en general como para avances de programación y publicidad.

En definitiva, son muchas y muy claras las normas que componen el manual de ética periodística y que los medios de comunicación no respetan. No pueden (los medios y los periodistas) aludir una defensa diciendo que “no las conocen”. Porque el desconocimiento de la ley, no los libra de culpa.

3.2. Análisis de los SUPUESTOS:

3.2.1 Los medios de comunicación colaborarán de forma positiva a la investigación.

La investigación que me asignaron fue a los siguientes medios: VISTAZO; radio Onda Positiva y ECUAVISA. El primer supuesto no se cumplió con la radio Onda Positiva. Por dos razones:

- 1.- La radio es casi en su totalidad, musical – tropical;
- 2.- El director del medio no aceptó dar la entrevista. Argumentó que no tenían tiempo para la misma, ni él, ni los pocos periodistas que laboran en la radio.

Previo aviso a la Directora de la Tesis, cambié el medio radial. La estación de radio que participó en la investigación fue radio Fuego, 106.5 FM. Cuyo único noticiero “¿Qué pasa?”, goza de amplia sintonía en la ciudad de Guayaquil.

La nómina de medios que participaron en la investigación asignada, quedó así:

Prensa escrita: Revista Vistazo

Radio: Radio Fuego, 106.5 FM

Canal de Televisión: ECUAVISA

3.2.1.1. Prensa Escrita: Revista VISTAZO

Existió total colaboración de parte de sus directivos y editores. Especialmente por medio de la Lcda. Gisela Raymond de Freire, quien hasta el mes de octubre desempeñó las funciones de editora de la revista América Economía y periodista de la revista VISTAZO. América Economía es una revista que forma parte del grupo VISTAZO – Editores Nacionales.

Participaron en las entrevistas las siguientes personas:

Gissella Raymond de Freire, directora de revista América Economía y periodista de revista VISTAZO.

María Teresa Escobar, editora de revista América Economía-Quito.

María Belén Arroyo, editora de revista VISTAZO-Quito.

Mabel Velasteguí Ledesma, responsable del periodismo digital, VISTAZO.

Tristana Santos Henríquez, editora de suplementos, revista VISTAZO.

Marco Antonio Cerquera, director de arte.

Existió una total predisposición positiva para responder al cuestionario, y, aunque fue una tarde maratónica, logré obtener toda la información requerida.

Tuve que realizar todas las entrevistas el mismo día, aprovechando que las editoras de Quito se encontraban en Guayaquil. Justamente habían venido a su reunión mensual para analizar los temas de controversia que debían salir en la edición sobre la que estaban trabajando.

3.2.1.2 Televisión: ECUAVISA

En ECUAVISA la colaboración fue excelente. Sobre todo por parte de sus directivos de noticias. A través del Ing. Carlos Jijón, director nacional de noticias, obtuve la respectiva autorización para entrevistar tanto al subdirector de noticias como a los periodistas.

En ECUAVISA entrevisté a:

Carlos Jijón, director nacional de noticias ECUAVISA

Ángel Sánchez, subdirector nacional de noticias ECUAVISA

Ruth Del Salto, periodista, ECUAVISA

Pedro Jiménez, periodista ECUAVISA

El supuesto fue confirmado y se llevó a cabo con éxito.

3.2.1.3 Radio FUEGO, 106.5 FM:

En radio FUEGO, las entrevistas fueron concedidas, especialmente gracias a la colaboración del Sr. Magno Cervantes Montiel, vicepresidente comercial y de negocios de radio FUEGO.

Se cumplió el primer supuesto y participaron en las entrevistas:

Javier Segarra, director del noticiero ¿Qué pasa? de radio FUEGO

Alexis Pesantez, coordinador de noticias, radio FUEGO

Gioconda García, periodista, radio FUEGO

Magno Cervantes Montiel, vicepresidente Comercial y de Negocios, radio FUEGO (conversación off de record)

Mariella Viteri, directora, radio FUEGO (conversación off de record)

Conclusión: se cumplió el primer supuesto.

3.2.2 Los principios de ética y deontología periodística son conocidos por los comunicadores ecuatorianos y muestran una alta predisposición a aplicarlos en el futuro.

En el segundo supuesto se plantea que: *los comunicadores ecuatorianos conocen los principios de ética y deontología y muestran una alta predisposición a aplicarlos (a futuro)*. Este segundo supuesto también se logró cumplir.

Todos los entrevistados de los tres medios de comunicación que participaron en la investigación: ECUAVISIA, revista VISTAZO y radio FUEGO, dijeron conocer los códigos de ética y deontología periodística. Los directivos respondieron afirmativamente cuando se trató el tema de la preparación y actualización constante acerca del manejo de la ética. Sus periodistas asisten a cursos y seminarios que se dan en el país y donde se trata el tema. Además existe la periódica revisión del manejo de la ética en el medio y de acuerdo a los hechos relevantes o temas polémicos que se van presentando en el ejercicio diario de la profesión.

Sin embargo, el único medio que me proporcionó el código de ética que manejan los directivos y periodistas fue ECUAVISIA, a través de su director de noticias, Carlos Jijón. Dicho código será parte de los anexos de esta investigación.

En referencia al segundo parámetro del segundo supuesto: "...muestran una alta predisposición a aplicarlos en el futuro", lo que puedo decir es que los directivos y periodistas entrevistados, dicen cumplir con el manejo de la ética en el ejercicio de su trabajo y lo seguirán haciendo así en el futuro.

3.2.3 Un porcentaje significativo de medios de comunicación trabajan de alguna manera en base a los lineamientos de la ética.

El tercer supuesto, que indica: "*Un porcentaje significativo de medios de comunicación trabajan de alguna manera en base a los lineamientos de la ética*". Yo no puedo afirmar que se cumpla (por parte de los medios o por un porcentaje significativo de los mismos). Pienso que existe la predisposición a cumplir con la ética o que se hace el intento. O, más bien, que se "maneja" la ética con una práctica superficial del compromiso y la responsabilidad social que significa ser periodista o dirigir un medio de comunicación social.

No me interesa entrar en controversias y prefiero decir que los medios, directivos y periodistas (que sí conocen las normas éticas) las aplican de la mejor manera posible. Además, con la investigación a tres medios no puedo generalizar mi respuesta y hablar de "un porcentaje significativo".

El hecho de que quienes laboran en dichos medios (asignados para la investigación), conozcan los principios de ética y digan que los aplican en el ejercicio de su profesión, no significa que sea siempre así. Es de esperar que su buena voluntad, su experiencia, su demostración del conocimiento teórico en la bien intencionada colaboración con esta investigación, reflejen lo que son en la realidad, al ejercer el periodismo.

En términos generales, los directivos y periodistas de los respectivos medios en los que laboran, trabajan en base a los intereses de la empresa que representan, y de acuerdo a estos intereses, plantean los lineamientos de la ética.

De acuerdo a las declaraciones de los entrevistados, el tercer supuesto se ha cumplido. De acuerdo a mi punto de vista, los medios de comunicación en el país (la mayoría), sus directivos y periodistas no cumplen con los lineamientos de la ética y está muy lejos de practicar el fin último del periodismo: el bien común.

CAPÍTULO IV

4.1. Resultados de la investigación.

Las funciones de los medios de comunicación se resumen en cuatro: informar, entretener, educar y culturizar. Las mismas que deben enmarcarse en el cumplimiento cabal de las normas éticas internacionales y aquellas específicas que rigen en el país. Se

aplican o no, las funciones de los medios y la ética con que los mismos se manejan, de acuerdo a los lineamientos y objetivos que guíen su trabajo (del medio de comunicación social).

Los resultados de las entrevistas a quienes son directivos o laboran en los medios y, al público en general, acerca de las preferencias de la programación mediática y la aplicabilidad de la ética, no dejan a grandes rasgos, nada nuevo. Es obvio que al analizar el tema de la **aplicabilidad de la ética en el medio que labora** los directivos y periodistas de cada medio hayan dicho que sí, “por supuesto”. Muchos fueron claros y concisos al momento de responder a las preguntas y sí referían ser conocedores del código de ética del medio al que representan, otros no. Lo cierto es que en detalles claves, si se ha obtenido información importante, sobre el pensamiento de los directivos y periodistas acerca de la aplicabilidad de la ética en los medios estudiados. Ha sido provechoso, tanto para la autora de la tesis, pienso que también para las respectivas autoridades de la Universidad, conocer la manera de pensar de quienes dirigen los principales medios del país y, sobre todo, conocer sus anécdotas y pensamientos, que han sido compartidos de una manera franca y cordial. Además ubicadas en su contexto histórico.

4.1.1 Resultados en cuanto a la aplicabilidad de la ética en los medios investigados:

4.1.1.1 ECUAVISA

Participaron en las entrevistas, directivos y periodistas. Todos con total accesibilidad: amables, sinceros y claros. En pocas palabras: muy buenos conversadores. El ambiente fue de acogida en un marco de transparencia al momento de contestar a las preguntas. Carlos Jijón, Director de Noticias de ECUAVISA dijo que este medio: *“debe enfrentar la lucha con los otros medios que informan sin restricciones y buscan ganar publicidad y audiencia”* Para Carlos Jijón: *“la ética no es una práctica que englobe a la mayoría de los ciudadanos... la falta de ética no es sólo en el periodismo. Vivimos en una sociedad en la que la ética no es un valor importante”*. Y, aunque ECUAVISA tiene un código de ética según el cual debe guiarse el departamento de noticias, llega un momento en que hay que competir con aquellos que no son éticos: *“Mi obligación es competir con ese medio y ganarle, aunque el otro viole las normas”*, dijo Carlos Jijón. Refiriéndose a casos específicos de violación de normas éticas al entregar información en los días de elecciones indicó: *“¿Qué hace usted cuando el cínico le va a ganar a usted porque usted respeta las normas? ¿Se mantiene con sus normas éticas y deja que los malos ganen? ¿Qué se hace? Yo creo que es bueno no dejar que los malos ganen, aunque en ese momento violemos las normas. Alguien debe valorar cual es el bien superior”*. Al preguntar, seguidamente - ¿Que se debería hacer?- La respuesta fue obvia: *“Hacer que se cumpla la ley”*.

Corresponde entonces a las universidades, colegiaturas y veedurías ciudadanas, así como a las autoridades judiciales competentes, en primer término, hacer que las normas que rigen el funcionamiento de los medios de comunicación en el país, se cumplan. Carlos Jijón, termino la entrevista insistiendo: *“Deseo recordarle que una constante política de ECUAVISA es la lucha contra la corrupción. Nuestro pilar de la política informativa es la lucha contra la corrupción”*.

De acuerdo a mi apreciación de los hechos, no es ECUAVISA justamente, el líder en el cumplimiento de las normas éticas, si de medios televisivos hablamos. Hay carencias serias que podrían ser solucionadas si se enfocará nuestro periodismo desde otras

perspectivas. Los noticieros dejan mucho que desear, al igual que el trabajo de periodismo investigativo, el mismo que no se ubica en el contexto histórico de cada temática tratada. En los noticieros se repite en la misma manera monótona de dar la información, reproduciendo no sólo la información que llega del exterior, sino también, hasta la forma de hablar y de gesticular de los reporteros extranjeros. Nada hay de original, propio ni investigativo. Lamentablemente asistimos al “sincretismo” diario de la información, y da lo mismo hablar de hechos sociales graves, cambios climáticos o tendencias de la moda. Peor aún, con los mismos rostros inmutables, de los que ECUAVISA se jacta para bien.

Por otro lado están los programas de opinión, conducidos por personas que ni siquiera son periodistas, tal es el caso del sr. Carlos Vera, quien dirige y conduce, *Cero Tolerancia*, por ejemplo. ¿Con qué conocimiento teórico o estudios de comunicación puede basar sus entrevistas? No lo sé y no comparto que un canal de prestigio y renombre, tal vez el de mayor audiencia del país, siga manteniendo este tipo de programas que más mal que bien hacen al periodismo, a la opinión pública y al país.

Al analizar la programación, se salva ECUAVISA de los famosos “Talk Shows” pero no prescinde de las telenovelas y producciones locales de baja calidad. En estas últimas se pone de relieve el mal endémico de los ecuatorianos y sobre todo de los medios de comunicación ecuatorianos: “la improvisación, la falta de profesionalismo y de conocimiento”. Las franjas horarias no son respetadas, ya que los avances de telenovelas y aún, las mismas telenovelas se pasan a horarios prohibidos por las leyes que rigen a los medios audiovisuales en el país.

El trabajo de los canales de televisión debe estar regulado por las normas éticas del periodismo y la comunicación. Debe incluir tanto a los periodistas como profesionales individuales y a los medios, como la institución a la que los mismos representan.

Directivos, editores y periodistas debe estar de acuerdo en la aplicación de normativas reguladoras de la programación diaria.

Ruth del Salto, periodista de ECUAVISA, afirmó de manera contundente: *“la ética no está en el medio, sino en la persona”*. Sólo me toca recordar, que los medios están dirigidos y conformados por personas. Si en un medio televisivo dirigen y trabajan personas con ética, el medio se manejará con ética.

4.1.1.2 **Revista VISTAZO**

En revista VISTAZO, de Editores Nacionales, se tratan temas preferentemente de índole política, económica y social, con espacios dedicados a la salud, moda y farándula.

Tiene entre sus analistas de opinión y colaboradores a Carlos Vera, Alfredo Pinargote, Santiago Roldós, Ana María Raad, Jorge Vivanco y Alfonso Espinosa de los Monteros. Las personas que participaron en las entrevistas tuvieron un común denominador: su profesionalismo. Conocedores de su labor periodística y de la realidad de la misma en el país.

La editora de VISTAZO en Quito, María Belén Arroyo, dijo: *“para ejercer un periodismo que se enmarque en la ética, lo importante es que el medio no tenga ninguna relación de dependencia con los sectores de poder o con los auspiciantes. No es necesario que el medio entregue a sus periodistas un código de ética. Lo importante es tu formación profesional y el superactivo de la empresa. En el caso de VISTAZO el superactivo es la independencia. VISTAZO no tiene publicidad de municipios ni de gobiernos. Lo que le ha permitido tener independencia política y está vigente con cincuenta años de vida institucional”*.

Esta es la opinión generalizada de quienes forman el grupo de editores de revista VISTAZO. Hacen énfasis en la “independencia del medio” en cuanto a la relación con empresas económicas, bancarias y/o políticas y administrativas locales o del Estado. Más allá de que exista o no tal independencia o solvencia económica-política, nuestra prensa es “seria”, investigativa y cien por ciento profesional “entre líneas”. Vemos que desde la portada se maneja inadecuadamente la atracción al público y se denota una confrontación con la auténtica ética. En la mayoría de las portadas de revista VISTAZO, lo que encontramos son mujeres semidesnudas o lo que es peor: “semi -vestidas”. Representan un objeto de valoración sexual y de un manejo no sólo sin ética, sino indigno de lo que la mujer representa en la sociedad. Al igual que en la televisión, es mi apreciación que hace mucha falta el trabajo de periodismo investigativo y de denuncia real de los temas que afectan gravemente a nuestra sociedad e impiden el verdadero progreso de nuestro país.

4.1.1.3 **Radio FUEGO**

El trabajo que realizan las emisoras radiales locales y nacionales, es variado. Por sus características, la radio, tiene mayores posibilidades de llegada a un público más amplio y a través de variedad de programación. Para analizar un ejemplo específico del manejo ético del género informativo en radio, se analiza radio Fuego, 106.5 FM Guayaquil. Su único programa informativo es ¿Qué pasa? Y está dirigido por Javier Segarra. Incluye varios segmentos, y tiene una duración de dos horas.

Este noticiero tiene muchas carencias. Sobre todo, el mal que aqueja a nuestra producción radial, es la falta de profesionalismo específico para producciones radiales. Hablamos entonces, de la especialización periodística. Aunque quienes laboren en radio sean periodistas, por falta de preparación, cometen errores como estos: o se adapta la televisión a la radio, o se adapta la prensa escrita a la radio. Pero no se produce para radio, y, lo que es peor, esta “adaptación” es artificial. No se escriben guiones apropiados para manejar el lenguaje radial.

No es sólo una característica de radio FUEGO. Es común a la mayoría de emisoras. Lamentablemente, en el Ecuador se ha difundido una práctica de radiodifusión mediocre.

Los conductores no saben vocalizar, se entregan segmentos largos o párrafos sin los descansos correspondientes. Lo que lleva a escuchar su respiración agitada y la falta de un tono adecuado al pronunciar las palabras.

En el contenido de la información, se continúa utilizando el antiguo y legendario método de “tijera Express”. Esto es, leen textualmente lo que dice el periódico. Y, rara vez se realiza una investigación profunda que complemente la información. A veces se transmite desde el lugar de los hechos, pero igualmente, se carece de profesionalismo al realizar estas coberturas. Más que incurrir en faltas de ética, se cae más bien en faltas de preparación temática o conocimiento de la situación y fallas técnicas. Estas fallas técnicas repercuten en el manejo del sonido, lo que en radio constituye un grave error.

Insistiendo en el contenido, los periodistas entrevistados en radio fuego, Gioconda García y Alexei Pesantes, aseguran ejercer un periodismo ético, porque: “*contrastan las fuentes*”. Es decir, leen de dos o tres periódicos acerca de la misma noticia.

Asumo que no notan la diferencia entre contrastar las fuentes y leer sobre varias versiones de un hecho. Versiones que no salen de la fuente sino de las salas de redacción de los periódicos. La conocida “Doña Gioco” dijo en la entrevista: “*Nosotros*

nos regimos en leer la información de los medios escritos. Manejamos lo que son periódicos y citamos la fuente de información. Para investigar manejamos la herramienta que es Internet”.

La directora de la radio Mariela Viteri, manifestó la preocupación y el deseo de mejorar la presentación y el contenido del noticiero.

La situación es similar en la mayoría de emisoras del país. Los productores y conductores de programas radiales son gente que, unos periodistas y otros no, trabajan de manera improvisada y a quienes les falta formación profesional y de especialización. La radio es el medio de mayor alcance y que puede hacer uso de variedad de recursos. Al ser empleada de forma positiva, puede llegar a ser un importante instrumento de propagación de cultura y educación.

Falta un auténtico compromiso para hacer buenos programas radiales: culturales y educativos. Incluso parece no haber un deseo de cambio. Las cosas tal como son, están bien. Esto último es lo que se deja entrever, al analizar las entrevistas. Javier Segarra, periodista de radio FUEGO, no atribuye a los periodistas facultades para hacer las cosas mejor o diferentes de como se manejan en la radio actualmente. Al hablar de *que hace falta para enfrentar situaciones que involucren dilemas éticos*, en los noticieros de radio, dice: *“Eso tendrían que discutirlo los abogados de la Asociación de Canales”*. Pienso que si existiera un sistema de capacitación permanente, los mismos periodistas se percatarían de las carencias existentes en las producciones radiales y en los errores éticos en los que se cae, por desconocimiento o falta de preparación. Sin tener que esperar que un grupo de abogados piense en como mejorar las cosas, los mismos periodistas radiales se plantearían alternativas y soluciones viables para ejercer con mayor profesionalismo, el periodismo radial.

El mismo periodista, ratifica la acción de los periodistas y de los medios, como coherente al manejo adecuado de la ética. Dice que conocen bien como ejercer su profesión: *“Los comunicadores conocen del reglamento en nuestro país. Bajo esos parámetros se desenvuelven en el día a día de la comunicación. Tanto en radio, prensa escrita y televisión, existe el código de ética, el cual se aplica en cada uno de los medios...los medios siempre vamos a estar apegados al código de ética”*.

4.2. Comparación y análisis con algunos literales del código ético, que rige para periodistas y medios de comunicación social.

1.5. Crítica sobre la aplicabilidad de la ética.

La ética es la parte de la filosofía que trata de los fundamentos y normas de la conducta humana. La ética periodística es por tanto, aquella que trata sobre las normas que rigen la actividad periodística. Tal actividad que para principiar, debe ser ejercida por periodistas. Quienes en su preparación académica han aprendido y asimilado tales normativas. Un periodista es un profesional que constantemente está analizando situaciones. Un guía y un sincero amigo de la sociedad. Se dedica a buscar la verdad de los hechos positivos o no que ocurren en el mundo y en esa búsqueda interminable, va en post del bien común. Informa y forma, a través de los medios donde labora. Es un testigo insobornable de la realidad y la cuenta enmarcándola en su contexto actual y con sus antecedentes históricos. No omite los hechos por más duros o graves que sean, pero dentro de cualquier circunstancia, el periodista intenta ser positivo y presenta alternativas de posibles soluciones a los conflictos existentes. Jamás el periodista genera el punto de la discordia, porque su finalidad es llegar a consensos que

favorezcan a la mayoría de la población. Ya que en el ejercicio del periodismo, no solo hay que informar lo que ocurre, hay que conocer la realidad sobre la que se informa. Este análisis de lo que es un periodista abre las ventanas para visualizar cual debe ser su ejercicio de la ética. Como lo ha dicho María Teresa Aubach: *“no solo se ejerce éticamente la profesión siendo buenos periodistas, sino también y no en menor medida, siendo periodistas buenos”*. O como lo dijo Ryszard Kapuscinski: *“Para ser un buen periodista, hay que ser primero una buena persona”*. Es decir, si no existe una voluntad moral por parte de los profesionales de asumir las consecuencias de practicar la profesión siguiendo los códigos de ética, la ética resulta insuficiente en sí, ya que la fuerza de convicción debe nacer del propio periodista.

Entonces la ética es aplicable siempre y cuando quien ejerza el periodismo tenga una convicción moral y unos principios claros, sólidos y bien fundamentados. De lo contrario ningún código de ética le va a ser de utilidad. Pues, resultará ser fácilmente vulnerable, sobornable o manipulado.

María Belén Arroyo, editora de la revista VISTAZO en Quito, cuenta desde su experiencia, el comportamiento ético del periodista y el apoyo que debe darle el medio: *“el periodista es una herramienta para la búsqueda de una verdad y en ese proceso debe saber que le pueden utilizar para uno u otro lado. En ese proceso debe saber hacer una búsqueda objetiva y honesta, de elementos que le permitan al lector sacar su conclusión. Y, más allá de lo que el periodista crea o su posición frente al hecho, debe tratar de poner los elementos tan claros para que el lector tome su posición al final. También es importante que el periodista sepa que tiene un grupo de editores o consejo editorial al cual acudir.”*

En el ejercicio diario de la labor periodística siempre se van a encontrar casos de dilemas éticos: valorar a quien o a quienes se puede perjudicar con una noticia. Recibir intimidación por parte de los implicados en un hecho relevante, etc. Lo que lleva a preguntar ¿qué tan real es poder trabajar basados en una normativa ética? La misma María Belén Arroyo dice: *“Se han dado casos que hay gente que frente a un tema pretende poner intimidación utilizando órganos de poder. En marzo de este año se publicó un dato en la sección “radares” (noticias breves de nuestra propia elaboración, que no han sonado en otros medios). Salió un tema sobre un señor del Consejo de Evaluación y Acreditación Superior en Quito, (CONEAP) quien estaba demandado por acoso sexual por una de las trabajadoras de esa institución. A su vez esa empleada estaba acusada de haber falsificado un título. Aunque parezca exagerado, tras ese párrafo, hay un proceso de búsqueda de información, y, en la medida que el periodista tenga el sustento, la revista, publica la nota. Porque puedes tener un problema después, puede venirte un juicio, pero si estas documentado no vas a tener problema. Esa persona se sintió perjudicada y a través de un fiscal pidió el nombre del autor de la nota y la documentación, usando la intimidación. Estamos frente a un dilema ético: de pronto no te publicaban por temor a la intimidación o al problema que puede venir, pero cuando te publican te están dando confianza (el consejo editorial del medio). Porque existen las pruebas. En la medida en que uno cree que ha actuado en búsqueda de la verdad no pasa nada. Si en esa búsqueda alguien quiere hacerte caer, no te caes. En esta profesión tienes siempre dilemas: ¿le perjudico al notario Cabrera porque voy a manchar el nombre del notario Cabrera o le perjudico a las treinta mil personas afectadas, entonces haces una evaluación y un balance y llegas a la conclusión de que hay que ayudar al grupo y no al individuo. Esa es norma fundamental del oficio. Cuando tienes que decidir perjudicar a uno o perjudicar a un montón, te inclinas por perjudicar a uno, igual si se trata de beneficiar”*.

La ética no se está usando como una herramienta de trabajo en todos los medios, situación que no solo depende de los periodistas sino de cada medio de comunicación y sus políticas de funcionamiento en las distintas áreas. Además como ya mencioné, la voluntad de ejercer la profesión con ética nace en la persona. Esto será cierto si el periodista ha sido formado en valores, desde el hogar y luego en los colegios y las universidades: ¿Qué clase de personas son nuestros periodistas? Tema importante de considerar en este análisis. Para la editora de revista VISTAZO: *“Para enfrentar los dilemas éticos se debe impulsar la profesionalización, las dos cosas van de la mano. Si tú eres una persona que esta formada para buscar la excelencia, y hacerlo con profesionalismo nuca vas a tener dilemas éticos. (O al menos sabrás como manejarlos) Buscando la verdad a alguien le voy a afectar, a veces no hay dilemas sino tri-lemas, pero, si tienes gente capacitada, con más profesionalismo puedes llegar a estos niveles sin problema. Si no, en el camino, el periodista, va a violar cualquier norma ética o va a usar el medio para sus fines...*

Es drástico decir que la ética está en riesgo en el país. Pero de pronto no solo la ética, sino muchos valores están en riesgo en el país. Valores y principios como la honestidad, la transparencia. Valores que se enseñan en el hogar. Las familias no los están inculcando y los colegios y escuelas tampoco están siguiendo una posta de las familias. No hay que verle aisladamente a la ética sino, en general, se puede decir que un sistema de valores están en riesgo desde hace tiempo, en el Ecuador”.

Carlos Jijón, director de noticias de ECUAVISA basa su criterio sobre la aplicabilidad de la ética en el conocimiento y uso del código de ética que maneje el medio, además de la confianza de los periodistas con los directivos del canal: *“ECUAVISA tiene un código de ética del Departamento de Noticias. Es un instrumento que el canal ha elaborado y que sigue elaborando en una experiencia de 40 años. Se lo revisa y se lo discute, ya que la ética es una preocupación permanente dentro del departamento de noticias. La ética es nuestro material de trabajo. Un trabajo sin ética pierde credibilidad. Y, la credibilidad es la base de nuestro negocio. Es un ejercicio diario. Por ejemplo: uno tiene que realizar un noticiero de televisión en que las noticias son tan rápidas, aún así, deben ser reconfirmadas. Nosotros no podemos informar de rumores. Pero a veces es difícil antes del noticiero reconfirmar una noticia... ¿...? Estamos totalmente claros del código de ética y de los lineamientos básicos del código de ética periodística. Una ventaja de nuestro medio es que los periodistas del canal son antiguos; no existe una gran rotación laboral. El promedio de tiempo que tiene un periodista en ECUAVISA es de cinco años. Conocen bien el funcionamiento del departamento de noticias, pero en el ejercicio del trabajo se les va recordando lo que pueden o no hacer. El trabajo es muy supervisado. En ocasiones hemos tenido problemas de ética con periodistas jóvenes. Se les ha llamado la atención y se ha conversado sobre el tema. Se le explica los funcionamientos éticos. Para poder aplicar la ética es importante la confianza. Hubo un caso en que se había violado una norma ética elemental: se había falsificado una noticia. Si existiera un dilema así, el periodista, acude a mí. Ahora, es difícil en el día a día estar recordando las normas éticas. Estas son muy elementales. Principalmente: ¡no se puede dar una información sin haberla comprobado! Esa es la norma de este canal. Nuestro canal quiere tener primicias, pero hay un límite”.*

Para la aplicabilidad de la ética en el ejercicio de la profesión, es necesario que los códigos de ética diseñen una manera moral de realizar la profesión. Esto va más allá del

simple cumplimiento de deberes y normas, implica además un grado de conciencia de la responsabilidad social que tiene o debe tener todo periodista.

Lo importante es que esta asimilación de la moral profesional, debe darse por entero en el interior de la persona, para que luego fluya por sí, sin necesidad de que alguien le esté recordando como debe ser su proceder ante las circunstancias. El periodista tendrá una conciencia moral clara y una conciencia social responsable.

Las normas y deberes profesionales que existan en un código, serán aplicables cuando no sean normas y deberes impuestos, y sean más bien una actitud comprometida con entera libertad por parte del profesional. Debe ser el periodista el que considere estas normas y deberes como las normas morales de su propia vida.

Por lo tanto, un código ético debe incluir la práctica de normas, el conocimiento de valores y el fomento de virtudes. Las normas concretan los deberes y los derechos; los valores incluyen los ideales socio-culturales; y, las virtudes acercan al deseo y a la práctica del bien. Cuando hacemos de la virtud un hábito, será más fácil cumplir las normas y más difícil incurrir en faltas éticas. Así, normas, virtudes y valores, son claves, no sólo para la aplicabilidad de la ética profesional, sino también, para el desarrollo armónico de cada persona en su vida privada.

Lo que un periodista sea en su vida privada, de alguna manera se reflejará en su actividad profesional/pública.

En términos generales: ¿qué exigen al periodista los códigos de ética?

Virtudes como: integridad, honradez, veracidad, profesionalidad...

Valores e ideales: la práctica de: tolerancia, pluralismo, paz, democracia, justicia...

Ejercicio de la profesión: cumplir y hacer cumplir las normas y deberes, con responsabilidad y en mira de la justicia social.

Pero, también es cierto que el trabajo de cada periodista se verá afectado por el medio en el cual labora. Es necesario que no existan dicotomías, y, que tanto periodista como medio, coincidan en las normas a seguir. En otras palabras, que ambos conozcan las reglas de la profesión y se respalden mutuamente en la práctica de su cumplimiento. Tristana Santos Henríquez, editora de suplementos de revista VISTAZO comparte esta reflexión: *“Mas que de cada periodista, (la aplicabilidad de la ética, dependerá) de los lineamientos que le pongas. Porque uno también responde al medio donde llega. Imagínate la gente que se ha quedado trabajando en el Telégrafo. ¿Con que imparcialidad van a trabajar las noticias? Ellos saben a lo que se atienen si se quedan. Deberán informar solamente la parte que le conviene al gobierno y eso ya no es ético. Porque ya no es imparcial y entonces ya no están haciendo una labor objetiva”*.

Si la aplicabilidad de la ética periodística está en riesgo en el país, es porque se ha dado una corriente mundial en este sentido. Para Tristana Santos, en el mundo se dan los mismos dilemas: “No creo que (la aplicabilidad de la ética esté en riesgo) en el país mas que en otra parte”.

Pero, para tener un mayor control sobre el trabajo que realizan los medios y lograr que tanto en el ejercicio periodístico como en la programación general se respeten las normas éticas, aporta con una idea interesante: “Yo creo que hay que seguir el ejemplo de países como Inglaterra que tienen un comité formado por los medios. Es independiente y autorregula y auto critica. Algo así como una entidad similar a las defensorías de lectores, pero que no sea regulada por el Estado. Que sea una iniciativa de los medios de auto criticarse, de querer mejorar y de ser más éticos”.

La solución para evitar comportamientos ilícitos y/o no éticos, que afectan a la profesión periodística y al cumplimiento de las funciones positivas de los medios de comunicación, incluye varios puntos: fomento de valores en el hogar y en las escuelas y colegios; fomento de estos valores en las universidades; preparación académica de excelencia; trabajo conjunto de los periodistas y comunicadores en general con los directivos del medio; conocimiento y aplicación de normas éticas; práctica de virtudes; conocimiento de los valores, deberes y derechos universales del ser humano, etc. Pero, para que todo lo anterior sea cumplido con regularidad, la idea de Tristana Santos, es correcta. Las veedurías, ayudan mucho a que los medios se rijan por las normas que benefician a la sociedad.

En el Ecuador se han dado los primeros pasos para desarrollar este tipo de veedurías. En Guayaquil con la asociación Comunicación Positiva, que se presentó al público desde octubre del año pasado, y en Quito con TVO, veeduría para canales de televisión. Las dos asociaciones pretenden estar pendientes del tipo de mensajes que transmiten los medios de comunicación social. Y, sugerirles los cambios oportunos para establecer una comunicación con valores, que eduque y cultive a la ciudadanía.

Comunicación Positiva tiene su página WEB: www.comunicaciónpositiva.com y, desde noviembre del 2006 comenzó un ciclo de charlas y conferencias acerca de cómo lograr un uso adecuado, eficiente y positivo, de los medios de comunicación.

(Adjunto video promocional).

Para que este tipo de veedurías funcione es necesario el trabajo conjunto con la ciudadanía: colegios, universidades, comités de padres de familia, asociaciones barriales, municipios, etc. Lo importante no es buscar el desprestigio o censura de los medios, sino, llegar a consensos en el análisis de la programación y la información que los mismos entregan al público, que permitan establecer vías de acción conjunta con miras al bienestar de todos los ecuatorianos. Somos parte de un mundo globalizado, en el cual el progreso y el uso continuo, cada vez más intenso de las telecomunicaciones, es inevitable y hasta imprescindible. Por eso, lo mejor es aprender a hacer buen uso de las mismas. Tomar lo positivo de la globalización comunicativa y aprender a discernir los mensajes de la cultura de masas; distinguir lo que es bueno de lo que no lo es, y de esta forma no dejarse atrapar por el sugerente consumismo y el hedonismo latente, presente en los mensajes mediáticos.

La aplicabilidad de la ética, es posible, en base a la preparación constante, la actitud moral y el conocimiento de las normas, por parte de los periodistas y de los medios. La crítica limpia, bienintencionada y oportuna de la comunidad. Y, la acción conjunta de todos, encausada al servicio de los derechos humanos y a la práctica del bien común.

4.3. Ejemplo de los medios estudiados que vaya en contra de los lineamientos de la ética. Analice tomando en cuenta lo que dice el código ético (artículos vinculados con el periodista y la ética).

“Hay que arraigar en el humus de la verdad, porque solo ella tiene humedad para que la savia surja y nos haga vivos... Valor para buscar, atrevimiento para analizar, coraje para expresar... La verdad hace verdaderos a los hombres, les confiere dignidad, limpieza y transparencia. Quien se alimenta de ella puede descubrirla a los demás. Quien la prostituye y envilece, ensucia a los hombres y termina conduciéndolos a la desesperanza” Olegario González de Cardenal.

4.3.1 ECUAVISA

Tomado de: TV METRO, autor Cesar Ricaurte, diario El Universo.
Fecha de publicación: domingo 28 de octubre del 2007

✚ CONTACTO DIRECTO

Transmitido por: ECUAVISA
Horario: Lunes a Viernes, 6:55 a 8:00.

“En la emisión del jueves de Contacto Directo, Carlos Vera apareció molesto en diversos pasajes. Hasta que explotó al final: no soportó la sobredosis de promoción de El Cholito y renunció a entrevistar en apenas tres minutos a una bióloga experta en Bioética. La escena final fue del “anchor” de ECUAVISA quitándose la corbata, hasta que los sorprendidos productores atinaron poner la presentación del siguiente noticiario local”. (Tomado textualmente de la columna de Cesar Ricaurte, diario El Universo)

Comentario: Este espacio de opinión, el de mayor importancia de ECUAVISA, es dirigido y conducido por un señor que no es periodista profesional. En consecuencia, en este espacio de opinión, se cometen errores que un profesional del periodismo (adecuadamente preparado) no los cometería.

○ Se falta, según mi opinión, a lo expresado en la *Declaración Fundamental del Código de Ética del Periodista Profesional. Que dice así:*

“La libertad de expresión se plasma esencialmente en la libertad de información y de opinión a través de los medios de comunicación social. Este derecho es, en consecuencia, inalienable por lo que le corresponde al periodista profesional su plena aplicación práctica...El periodista profesional debe cumplir en este contexto un rol esencial”.

Pero, se contradice con el artículo 16 del Ejercicio de la Profesión, CAPÍTULO III de la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista:
Art. 16: Los cargos...de aquellas que representen la opinión del autor, no son de desempeño exclusivo de periodistas profesionales”.

✚ CARTA (Sobre la telenovela El Cholito)

“Es necesario apoyar a la producción nacional de televisión, es un gran logro poder presentar una novela basada en un personaje de una parodia. Pero la telenovela El Cholito presenta algunas injusticias, revela el trauma que tiene la sociedad ecuatoriana con el tema de los cholos...De esta manera se trata injustamente a los ecuatorianos autóctonos, se los menosprecia, se discrimina a los cholos, indios, negros y mestizos”. (Rodrigo Páez Jorquera) (Tomado textualmente de la columna de Cesar Ricaurte, diario El Universo, 28 de octubre del 2007, Guayaquil)

Comentario: Entre las funciones de la televisión como medio de comunicación social está: el fomento de la educación y la cultura. Se entiende que el fomentar la educación y la cultura incluye ineludiblemente transmitir valores y enseñar a respetar la dignidad de las personas en sus distintas etnias y formas de vida. La telenovela *EL Cholito*, cuyo personaje principal representa una parodia

sarcástica de un periodista de carne y hueso: José Delgado. Para mi criterio es una burla al ciudadano común de la costa ecuatoriana: el cholo. Se acentúa la forma de hablar y de comportarse. Haciendo mofa de estas situaciones a las que, en vez de buscarles una salida para mejorar la manera de ser del personaje, se las hace más profundas y son objeto de burla por parte de los televidentes. Esta telenovela promueve antivalores, y es, anticultural.

La telenovela *El cholito* es transmitida por ECUAVISA.

Cuando a David Reinoso, quien es el creador y protagonista de *El Cholito*, le preguntan sobre que estará sintiendo José Delgado, el periodista que inspiró el personaje, responde: “Yo saqué lo inicial de lo que Delgado proyectaba en televisión, luego el personaje adquirió vida propia. Yo le diría a él que disfrute de la novela como hace el resto de ecuatorianos...”
¡Así de simple, así de fácil!

- Se falta a lo establecido en: el literal a del artículo 48 de LA PROGRAMACIÓN, Capítulo XIII del Reglamento a la ley de radiodifusión y televisión. (Decreto Ejecutivo No. 3398. RO/ Sup 864 de 17 Enero de 1996. Dice así:

Pondrán énfasis, con espíritu objetivo, en el conocimiento y divulgación de la realidad nacional e internacional, en la información científica y técnica, en la promoción de la cultura nacional y derechos humanos y en la educación y formación moral de la niñez y juventud, y, en general de la población;

- Además se falta a lo establecido en el literal b, del mismo artículo 48, capítulo XIII: *Defenderán, promoverán y exaltarán los aspectos positivos de las tradiciones, usos sociales, costumbres, creencias religiosas y demás valores propios de la cultura nacional.*

✚ Horario de programación (algunos programas de ECUAVISA):

13H00: Televistazo.
14H15: La niñera (telenovela)
14H45: La esclava Isaura (telenovela)
16H00: La viuda de blanco (telenovela)
20H00: Televistazo
20H45: Cobras y lagartos (telenovela)

Comentario:

1. Noticieros: ECUAVISA no es un canal 100% informativo. Mantiene sus noticieros alternándolos con la programación regular. Esto sucede con la mayoría de los canales locales en el país. El problema está en que los noticieros suelen pasar información de todo tipo, la misma que no puede ser vista por menores de edad ni adolescentes. Debido en ocasiones a la recarga de violencias, crónica roja, etc., que forman parte de las noticias transmitidas por el canal.
2. Telenovelas: En una franja horaria en la cual no se deberían pasar programas de este tipo, ECUAVISA, transmite tres telenovelas extranjeras y una telenovela nacional “supuestamente producida para niños”, *La Niñera*. Todas con escenas

violentas, con escenas de sexualidad y sensualidad; con todo tipo diálogos y actos que fomentan antivalores y anticultura. Son un atentado al desarrollo psicológico sano de los niños y adolescentes. Incluso a la vida armónica de personas adultas que por su escasa educación y cultura, al mirar estas telenovelas, sufren una influencia grave y directa de los mensajes que estas envían.

- Se falta a lo expuesto en el literal d del artículo 48 de LA PROGRAMACIÓN, Capítulo XIII del Reglamento a la ley de radiodifusión y televisión. (Decreto Ejecutivo No. 3398. RO/ Sup 864 de 17 Enero de 1996. Dice así:

La programación, incluida los avances de los programas y la publicidad, será apta para todo público, desde las 06h00 hasta las 21 h00. En consecuencia, este periodo de tiempo se evitarán escenas o imágenes de violencia; crueldad, actos sexuales explícitos o de promiscuidad. El objetivo será de la prevención y regeneración de los vicios u otras desviaciones de la conducta individual o social, y el lenguaje utilizado debe ser de uso moralmente admisible para todo público. Por tanto en la programación se evitará la improvisación y el empleo de frases y términos vulgares, sin incurrir en la proscripción de aquellos elementos de la lengua popular que la hacen más rica y característica.

4.3.2 Revista Vistazo

- ✚ Portada:
No. 959, agosto 2 del 2007
(Modelo: Verónica Coronel)
- ✚ Portada:
No.961, septiembre 6 del 2007
(Modelo: María Fernanda Cornejo)

➤ Anexo foto de portadas.

Comentario: Este tipo de portada, en dónde aparecen las modelos semidesnudas, o para expresarlo más acorde a la realidad: “con poca ropa”, constituye un atentado contra la dignidad de la mujer. Se la degrada a símbolo sensual y sexual. Se utiliza a las modelos como una especie de “anzuelo” para atrapar el interés de los lectores. Entonces, ¿existe una similitud entre la revista VISTAZO, supuestamente la “más seria del país” y el periódico vespertino El Extra, “el abanderado de la crónica roja” del Ecuador? Bien, yo pienso que sólo es cosa de mirar sus portadas.

- ✚ Sección “Radar” No. 962, septiembre 20 del 2007, p 10.

La publicación titulada: *Imitador de Chávez sin petróleo*, entre otras cosas, dice: “La revista inglesa The Economist sostiene si bien en el Ecuador los políticos tradicionales

han sido responsables del desastre económico y la corrupción, el presidente Correa, ha desilusionado. “Parece encarnar los mismos vicios, que supuestamente debía erradicar (...) A diferencia de los mandatarios venezolano o boliviano, Correa no cuenta con un movimiento político fuerte. Su mejor carta es el descrédito de sus oponentes (...) Sin embargo en contraste con Chávez, Correa no será salvado por la bonanza petrolera...”
Comentario: A esta publicación le faltan muchos datos, sobre todo bibliográficos. Esto es, tratándose de un tema tan serio sobre el Presidente de un país y, además, su futuro. Porque dice: “no será salvado por la bonanza petrolera”, entre otras cosas.
En VISTAZO se debe indicar: nombre de la revista de donde se extrajo la nota, número de edición, lugar y año de publicación, y autor (responsable) de la misma.

✚ Estilo:
“Grasas asesinas”, p 46.

Comentario: este es el título de un artículo sobre la llamada “comida chatarra”. El autor de la nota publicada en VISTAZO, llama a este tipo de comida: *las villanas de todas las comidas*” Lo cierto es que no hay “grasas asesinas” ni “comidas villanas. Hay grasas perjudiciales y comidas no nutritivas o que favorecen al desarrollo o gravedad de ciertas enfermedades. Este manera de titular los artículos es sensacionalista y busca atraer lectores. Dicho título, poco tiene de real o de científico, al igual que el artículo, dónde se atribuye a las “grasas asesinas” tener en el Ecuador ¡licencia para matar!

○ Se falta a lo establecido en el artículo 8 SENSACIONALISMO, del código de Deontología Periodística Latinoamericana. Dice así:
El sensacionalismo es una deformación interesada de la noticia, implica manipulación y engaño y, por tanto, burla la buena fe del público.

4.3.3 Radio Fuego

Comentario:
Difusión de acontecimientos superficiales, frívolos y banales.
Básicamente he analizado el noticiero ¿Qué pasa? único noticiero de la emisora. Su contenido es superficial. Sus periodistas por lo que se escucha a través de la radio necesitan preparación especializada y profundizar en la investigación de la información que esta emisora transmite. No he notado ninguna falta a los códigos de ética o deontología periodística. El problema radica en la falta de preparación para transmisión radiofónica.

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones:

1. Los medios masivos de comunicación:

Los medios de comunicación social, como medios de comunicación masiva, son un resultado de la revolución industrial, que tuvo su origen en Inglaterra, siglo XIX. Desde los primeros periódicos, la comunicación de masas se caracterizó, por publicar información persuasiva.

Desde sus inicios, la comunicación de masas y sus medios representativos, han estado relacionados con la concentración del poder político y económico de las sociedades. Tal afirmación sigue en vigencia. Constituyendo uno de los puntos comunes de mayor preocupación, mencionado por los periodistas que fueron entrevistados en esta investigación.

Se requiere, entonces, de una prensa: libre, objetiva y seria. Desligada del poder en cualesquiera de sus manifestaciones.

2. Los periodistas:

Los periodistas que trabajan para los medios masivos de comunicación y los periodistas independientes tienen la facultad de ser figuras representativas de la opinión pública y el poder ciudadano.

Están en el deber moral de usar su potencial de llegada para entregar a la sociedad:

- ✚ Una información verás, oportuna, completa, concisa, breve y objetiva.
- ✚ Elementos que faciliten y/o motiven al público en su capacidad de discernimiento, ante la realidad y los hechos.
- ✚ Historias enmarcadas en la ética periodística.
- ✚ Historias vividas en el lugar de los hechos.
- ✚ Los hechos relevantes que tengan valor social.

El periodista debe ser una persona en permanente estudio, que investigue los hechos y no deje espacio alguno para la duda, al momento de hacer denuncias públicas. Tiene el deber de formarse bajo los cánones de la ética profesional, ante todo, deber ser una buena persona. Sólo así, logrará ser después, un buen periodista.

Una buena persona es quien mira y analiza el mundo, saliendo de sí. Bajo la perspectiva de la objetividad y buscando ejercer su actividad con caridad y justicia para todos. Un buen periodista debe fijar sus objetivos encaminados hacia el bien común.

3. La práctica del periodismo en el Ecuador:

Al periodismo ecuatoriano le hace falta: autocrítica, originalidad, investigación, profundidad, seriedad y, sobre todo, profesionalismo.

Le falta también:

- ✚ Cumplimiento de las normas éticas establecidas para los medios de comunicación y los periodistas.
- ✚ Revisión y mejoramiento de las reglas y normas de comunicación; además implementar las sanciones correspondientes a quien incumpla la ley. Las que existen son irrelevantes.
- ✚ Fomentar la práctica del ejercicio periodístico desde las universidades, en sus respectivas escuelas y facultades de comunicación y periodismo. Así, los estudiantes aprenderán a aplicar la teoría a los hechos reales. Y, desde el inicio, bien supervisados y siguiendo los lineamientos de la ética.
- ✚ Dejar de ser un monopolio familiar, dónde no se prioriza lo periodístico, sino, lo comercial.

4. Trabajo de los medios que participaron en la investigación: revista VISTAZO, radio FUEGO 106.5 y ECUAVISA.

Las funciones de los medios de comunicación social o medios masivos de comunicación, se resumen en cuatro: informar, entretener, educar y culturizar.

Todo lo que publique un medio, debe tener sustento.

Los medios que han sido seleccionados y estudiados en este trabajo de investigación, son un reflejo del manejo de la comunicación periodística en nuestra sociedad. (Tal como consta en el numeral 3 de las conclusiones)

Cumplen su papel de reforzamiento ideológico y de persuasión. Informan y entretienen, en base a sus intereses.

Las funciones de educación y cultura, no se cumplen.

Tienen un papel preponderante en nuestra sociedad.

No se cumplen las normas y reglamentos para el funcionamiento de los medios masivos de comunicación en el país. (Casos analizados en el capítulo 4, de esta investigación)

Se manejan bajo códigos de ética universales y / o particulares, como el caso de ECUAVISA (Único medio que facilito a la autora de la investigación, su código de ética del departamento de noticias).

5. En cuanto al público (Universo de 60 personas encuestadas):

De un universo de 60 personas encuestadas, el 40% corresponde a ciudadanos entre 31 y 40 años de edad. La edad más productiva del hombre y la mujer, en nuestra sociedad actual. El 40% de los encuestados son universitarios, un 20% se dedica al comercio.

La televisión es el medio predilecto de los participantes en la encuesta, con un 31.67%, seguida por la combinación: prensa / televisión, 13.33%.

El canal de televisión mas visto es ECUAVISA, 10%, y, el periódico más leído El Universo, 65%.

Los programas más vistos son los de noticias, entretenimiento y deportes, 30% (ítem “otros” del numeral 9, ¿Qué programas observa con más frecuencia?) y en la prensa escrita se leen más las noticias de información y deportes, 51.67%.

Las encuestas indican que las personas ven un promedio de 1-3 horas al día de televisión, 81.67%. Igual tiempo utilizan para escuchar la radio, 53.33%, sobre todo programas de deportes, 55%.

Lo que más le desagrada al público es:

- ✚ De los medios escritos: Información poco objetiva, 31.67% y, poco contenido, 25%.
- ✚ De la televisión: el sensacionalismo, 41.67%.
- ✚ De la radio: falta de profundidad, 33.33%.

Existe una correlación en las respuestas dadas, aunque difiera la condición de los medios. El público, que “no es bobo” prestando la expresión a uno de los periodistas entrevistados, sabe lo que le conviene y está consciente de las grandes fallas de nuestros medios de comunicación y obviamente, del ejercicio periodístico ecuatoriano: Información poco objetiva, sensacionalismo (dos símiles) y falta de profundidad.

Lo que más le agrada de los medios es:

Prensa escrita: la diversidad, 51.67%.

Televisión: la diversidad en la programación, 48.33%

Radio: después de “nada”, 33.33%, sigue diversidad de programas, 20%.

La diversidad de programación o de información es aquella que, de alguna manera, proporciona al público variedad de elementos que facultan el discernimiento. Por lo que el público puede elegir, seleccionar y formar su propia opinión sobre los hechos. Esta constante que se manifiesta en las encuestas, es una prueba más, de que el público, “la masa”, la ciudadanía, está en condiciones para opinar a conciencia y decidir por sí. Prescindiendo de cualquier tipo de alienación ideológica.

▪ **Resultados de la encuesta aplicada a quienes son periodistas o han trabajado en un medio de comunicación social:**

En un universo de sesenta encuestados, tres, son periodistas. Coinciden sus respuestas, en cuanto a la aplicabilidad de la ética en el país:

- La ética debe ser parte de la vida de la persona, sea cual fuere su profesión. Lo que una persona es en su vida privada se reflejará en su trabajo.
- Los problemas éticos que han enfrentado: falta de seriedad; prepotencia; poca comunicación; compromiso con los auspiciantes.
- Han resuelto los problemas éticos con la guía del editor o director del medio; con la guía de colegas, y, con su propio conocimiento.
- Existe un desconocimiento sobre la labor que deben desempeñar los directores y editores.
- El periodista puede ejercer el trabajo de relacionista público, aunque trabaje en un medio de comunicación. Pero no debe trabajar en un cargo público o gubernamental, ya que esto, genera conflicto.

- Un periodista no debe recibir obsequios de las fuentes ni militar en un partido político, pues esto afecta su trabajo.
- Un periodista puede introducir su opinión en la información, si así se requiere en el tratamiento de dicha información. Pero no puede prescindir de detalles.
- Un total de 100% de los tres periodistas encuestados, conoce los códigos de ética y piensan que los medios los aplican totalmente.

Finalmente, la ética en el periodismo sirve:

Para que el periodista diga la verdad con responsabilidad. Entregar una información veraz e imparcial; para ser justos en los comentarios. Para respetar la dignidad e integridad de las personas, buscando ejercer con justicia y responsabilidad social. Para informar con objetividad y ser guías de la opinión ciudadana (no manipuladores de la opinión ciudadana).

Para orientar en la realidad, educar, culturizar y luchar contra la corrupción.

Recomendaciones:

Los medios de comunicación social deben ser empresas periodísticas sin vinculación con otro tipo de industria, ni poderes privados o públicos. Única manera de intentar ejercer la objetividad periodística.

Si se desea ejercer en el país una prensa: libre, objetiva y seria, hay que fomentar la investigación. Sin investigación no existe el periodismo.

La libertad de prensa concierne, no sólo a los medios, sino y con mayor derecho, a la ciudadanía. La misma que debe estar bien informada.

Los medios lo deben entender y asumir así.

Los periodistas deben gozar de credibilidad. Se refiere, a un compromiso con la verdad y el respeto a la dignidad de los demás.

Deben ser profesionales en constante preparación. Y, ejercer su profesión de tal forma que todo aquello que investiguen e informen, sea útil a la sociedad y favorezca al desarrollo integral del país.

Hay que proponer y propiciar las veedurías ciudadanas, como existen en otros países. Para que las mismas proporcionen la crítica formativa necesaria, a los medios y a los periodistas. Incentivando lo que está bien y denunciando lo que no está bien, en el ejercicio de la comunicación de masas y el periodismo.

(Ejemplo en Ecuador: TVO de Quito, Comunicación Positiva de Guayaquil)

En Reino Unido, existe la “Comisión de Quejas a la Prensa” o Press Complaints Commission. A decir de Tristana Santos, periodista de VISTAZO: *“Es un organismo que funciona casi como un juzgado a donde el público puede acudir a quejarse cuando les parece que la prensa ha faltado a la ética en su contenido. Tienen un código muy claro y conciso, y si a un lector le parece que un periódico ha faltado en un punto (falta*

de precisión, irrespeto a la privacidad, no les dieron la oportunidad de contestar, publicación de identidades de niños o sospechosos de un crimen, etc.), manda una queja a la comisión, y esta se encarga de resolver el asunto con el periódico y luego publican en la WEB cómo se resolvió cada caso. Generalmente los periódicos se ven obligados a publicar rectificaciones. La comisión está conformada por un directorio de ciudadanos que incluye representantes de los periódicos y medios, pero la mayoría de sus miembros NO son parte de la prensa, sino académicos y ciudadanos respetados, para que la comisión se mantenga independiente”.

La página WEB es: <http://www.pcc.org.uk>

Los ingleses también tienen un organismo independiente donde se manejan quejas del contenido de televisión, radio y telecomunicaciones: <http://www.ofcom.org.uk/>

Las universidades, el Estado ecuatoriano y los mismos medios, deben crear y patrocinar los espacios de preparación formal, teórico-práctica, de los estudiantes de comunicación y sus diversas áreas, incluido por supuesto, el periodismo.

Los medios masivos de comunicación deben priorizar lo periodístico, no lo comercialmente rentable. Lo que tiene injerencia con la publicidad y la propaganda política. Aunque este es otro tema, de igual importancia, se relaciona íntimamente con la aplicabilidad de la ética y también necesita de un mayor control por parte de las autoridades pertinentes.

Los medios deben hacer un alto en su manejo de la información y de la programación en general. Auto criticarse y auto censurarse (¿utopía?). Dejar el espectáculo, el sensacionalismo y lo banal. Cumplir su función de agentes promotores de información, educación y cultura. Aquí son de gran ayuda las veedurías, los gremios, y, las funciones del Estado que exijan el cumplimiento de la ley.

Ejercer un periodismo a conciencia es un compromiso, en el que deben participar tanto los dueños de los medios, los periodistas y comunicadores, la sociedad civil y el Estado. El derecho a una buena información y a una programación que respete la dignidad del ser humano en cuanto a la moral y a los valores, es una responsabilidad que deber ser compartida.

En mi opinión, todo ser humano, lo que incluye a los periodistas y comunicadores, deben tener una ideología clara y una postura política. Una religión, una bandera y ser hinchas de un buen equipo. Es decir, hay que ser gente que de la cara y que asuma sin temor, la responsabilidad, de ser protagonistas activos de la historia. Pero, respetando con la mayor objetividad posible, la realidad y los hechos.

Dra. Karyna Arteaga de Abad.

-FIN-

BIBLIOGRAFÍA

BARAN Stanley j, HIDALGO Jorge, *Comunicación Masiva en Hispanoamérica: cultura y literatura mediática*, 3a edición, México DF, 2004.

BUITRON Rubén Darío, *Periodismo por dentro*, INTIYAN, ediciones CIESPAL, 43, Quito - Ecuador, 2005.

Catecismo de la iglesia católica, librería Juan Pablo II, Santo Domingo, República Dominicana, 1992.

Código de ética, Departamento de noticias ECUAVISA, Quito - Ecuador, julio 1996.

GONZALEZ Portela María Luján, *Ética profesional: compilación*, UTPL. Loja, Ecuador.

Ética en las comunicaciones sociales, documento del pontificio del Consejo para las Comunicaciones Sociales.

LEXUS diccionario enciclopédico color, editoriales Trébol, Barcelona, 1997.

Páginas WEB:

www.ecuavisa.com

www.éticaenlacomunicación

www.radiofuego.com

www.símbolosdelibertad.com

www.vistazo.com

www.vatican.va

Revista VISTAZO, no. 959, agosto 2, 2007.

Revista VISTAZO, no. 960, agosto 16 2007.

Revista VISTAZO, no. 961 septiembre 6, 2007.

Revista VISTAZO, no. 962, septiembre 20 del 2007.

VILLAMARIN José, *Síntesis de la Historia Universal de la Comunicación Social*, Radmandí proyectos editoriales, Quito - Ecuador, 1997.

Entrevistas a:

Grupo ECUAVISA:

JIJÓN Carlos, director nacional de noticias ECUAVISA

SÁNCHEZ MENDOZA Ángel, subdirector nacional de noticias ECUAVISA

DEL SALTO Ruth, periodista, ECUAVISA

JIMÉNEZ Pedro, periodista ECUAVISA

Grupo: Editores Nacionales (Revista VISTAZO):

ARROYO María Belén, editora de revista VISTAZO-Quito.

ESCOBAR María Teresa, editora de revista América Economía-Quito.

RAYMOND Gissella de Freire, directora de revista América Economía.

SANTOS HENRÍQUEZ Tristana, editora de suplementos, revista VISTAZO.

VELASTEGUÍ Ledesma Mabel, responsable del periodismo digital, VISTAZO.

CERQUERA Marco Antonio, director de arte, VISTAZO.

Radio FUEGO, 106.5 FM:

CERVANTES Montiel Magno, vicepresidente Comercial y de Negocios, radio FUEGO

GARCÍA Gioconda, periodista, radio FUEGO

PESANTEZ Alexis, coordinador de noticias, radio FUEGO

VITERI Mariella, directora, radio FUEGO

ARCHIVO PERSONAL, doctora Karyna Arteaga García de Abad,

Bouganville 21, KM 2.5 vía La Puntilla- Samborondón, Guayas – Ecuador.

victorar@gye.satnet.net

ANEXOS

Anexo 1: entrevista sin editar a Carlos Jijón, director nacional de noticias ECUAVISA.

Anexo 2: entrevista sin editar a Ruth del Salto, periodista ECUAVISA.

Anexo 3: entrevista sin editar a Javier Segarra, periodista radio FUEGO, 106.5 Guayaquil.

Anexo 4: Temática de las entrevistas a periodistas y directores de medios.

Anexo 5: Modelo de encuesta al público.

Anexo 6: Modelo de encuesta al público.

Anexo 7: portada de VISTAZO, agosto 2 del 2007.

Anexo 8: portada de VISTAZO, agosto 16 del 2007.

Anexo 9: portada de VISTAZO, septiembre 6 del 2007.

Anexo 10: Radar, sección de VISTAZO, página 10, septiembre 20 del 2007.

Anexo 11: Código de Ética, Departamento de Noticias ECUAVISA, julio 1996.

Anexo 12: Programación /TV, EXPRESIONES, diario Expreso, 19 de noviembre del 2007.

Anexo 13: Frente a la TV / TV metro, César Ricaurte, diario El Universo, septiembre 30 del
2007.

Anexo 14: Frente a la TV / TV metro, César Ricaurte, diario El Universo, octubre 28 del
2007.

Anexo 15: Casete con grabación de entrevista al subdirector de noticias de ECUAVISA,
Ángel Sánchez.

Anexo 16: Casete con grabación de entrevistas a periodistas del staff de revista VISTAZO:

María Belén Arroyo, María Teresa Escobar, Mabel Velasteguí, Tristana Santos y

Marco Antonio Cerquera (esta última entrevista no ha sido utilizada para el

análisis de la investigación).

Anexo 14: Video promocional de asociación sin fines de lucro: COMUNICACIÓN POSITIVA, Guayaquil.

Anexo 1:

Entrevista a Carlos Jijón, director nacional de noticias de ECUAVISA:

La entrevista a Carlos Jijón, director nacional de noticias de ECUAVISA, no puedo presentarla en casete. El día de la entrevista falló mi grabadora y mi casete. Carlos Jijón me prestó una grabadora y casete del canal, que debí devolver a las pocas horas, pues contenía información adicional de interés para el canal. La transcribí y envié textualmente y sin editar el contenido de la entrevista.

KA: ¿Cuáles son los códigos o instrumentos éticos que se aplican en este medio de comunicación?

¿Sus periodistas conocen el código de ética del medio?

¿Cuándo sus periodistas ingresan a este medio, se les entrega un código de ética?

CJ: ECUAVISA tiene un código de ética del Departamento de noticias. Es un instrumento que el canal ha elaborado y que sigue elaborando en una experiencia de 40 años. Tenemos ahora un código de ética que se revisa y se lo discute. La ética es una preocupación permanente dentro del departamento de noticias. La ética es nuestro material de trabajo. Sin un trabajo con ética se pierde credibilidad. Y la credibilidad es la base de nuestro negocio. Es un ejercicio diario. Uno tiene que realizar un noticiero de televisión en que las noticias son tan rápidas. Por ejemplo, las noticias deben ser re confirmadas. Nosotros no podemos informar de rumores. Pero a veces es difícil antes del noticiero reconfirmar una noticia.

Estamos totalmente claros del código de ética y de los lineamientos básicos de código de ética periodística. Normalmente los periodistas del canal son antiguos; no existe una gran rotación laboral. El promedio de tiempo que tiene un periodista en ECUAVISA es de cinco años. En el ejercicio del trabajo se le va recordando lo que puede o no hacer. El trabajo es muy supervisado. En ocasiones hemos tenido problemas de ética con periodistas, generalmente periodistas jóvenes. Se les ha llamado la atención y se ha conversado sobre el tema. Se le explica los funcionamientos éticos. Hubo un periodista joven con un problema de ética serio. Yo conversé con él, le explique porque no se podía hacer. Hubo un curso de ética y lo inscribí para que el vaya a aprender y no cometa nuevamente las mismas fallas.

KA: ¿Qué sucede en el caso de que haya dilemas éticos en su medio? ¿Cómo y quién lo resuelve?

CJ: Hubo un caso en que se había violado una norma ética elemental. Se había falsificado una noticia. Si existiera un dilema así, el periodista, acude a mí. Ahora es difícil en el día a día estar recordando las normas éticas. Estas son muy elementales. Principalmente, no se puede dar una información sin haberla comprobado. Esa es la norma de este canal. Nuestro canal quiere tener primicias, pero hay un límite. Hace unos meses habíamos terminado el noticiero de las 8: 35, cuando a las 8: 45 recibí una llamada en la que me dicen que el helicóptero en el que viajaba la Ministra de Defensa se había caído. Una noticia muy difícil de creer. El gobierno estaba recién inaugurado, tenía un mes en sus funciones. Me dijeron que aparentemente la Ministra había muerto. En ese momento nos pusimos alertas a ver que es lo que había pasado. Obviamente nosotros queríamos dar la noticia antes que los demás. Tratamos de reconfirmar la noticia y nos demoramos alrededor de hora y media. Teníamos una fuente muy buena y dos recomendaciones pero ninguna fuente oficial lo quería confirmar. El gobierno estaba en shock y nadie quería contar lo que estaba pasando. Nosotros no dijimos lo que había ocurrido hasta que no lo confirmo el Presidente de la República. Yo tenía todo listo. En hora y media pudimos trabajar con los videos, etc. En el momento en que el Presidente lo confirmó, informamos del hecho. Recuerdo haberle dicho al vocero presidencial: “necesito que me lo diga a mí”. Me dijo: “no se lo puedo poner al teléfono, está llorando. Entonces dije: esta bien y en ese instante dimos la noticia.

El problema es que era una noticia muy grave y nosotros nos demoramos más de una hora en confirmarla. Evito errores serios. Pero yo he visto un medio de comunicación diciendo que el Presidente Palacio acababa de huir del país. Ese medio no reconfirmo la noticia, a veces por apuro, por sensacionalismo. Por falta de experiencia sales y dices algo. A la media hora sale el Presidente Palacio y dice: “yo estoy aquí no me he ido a ningún lado”.

No se puede dar solo la versión de una parte, se debe dar la versión de todas las partes involucradas. Es importante el derecho a la defensa. Si hay un dilema depende que transmitir. Por ejemplo, actualmente el derecho a la privacidad que tanto se discute. Hay un derecho que tiene la persona que es el derecho a la privacidad y hay un derecho que tiene la persona que es el de estar informado de lo que ocurre. Entonces, en ese momento se genera un conflicto y se esta discutiendo cual derecho es el que debe ser legitimado, protegido. Si existe una grabación clandestina, por decirle algo, el Ministro de Economía entregándole un maletín de dinero al Presidente del Congreso, y se ha grabado sin el consentimiento de ellos. Ellos pueden alegar que esa es su privacidad. Pero, ¿hay derecho a grabar a alguien, clandestinamente sin que esa persona sepa?

¿Cuál es el derecho superior ahí?, ¿El de ellos o el de la sociedad? A Cecilia Boloco la filman en su casa con un amante. Hay quien dice que la sociedad tiene derecho de informarse. En este momento se habla de defender la privacidad de las personas.

Un caso como estos es el ocurrido en El diario Miami Herald con un Consejal Público. La información sobre este Consejal le acusaba de corrupción y de haber favorecido a un contratista con sobrepagos y que ese contratista era amante del Consejal. El Consejal era homosexual y de esa manera se explicaba. Veo lo trágico: el Consejal se suicidó, se pegó un tiro en el mismo periódico. Llamó al periodista y le dijo: “usted ha destruido mi vida”. Ese hombre era casado tenía una familia y era verdad que era homosexual, nadie lo sabía. Tenía un amante, favoreció al amante y cuando se supo lo que había pasado el hombre se suicidó. Hubo un gran debate. Si el Herald tenía derecho a publicar que el hombre tenía un amante. El periodista decía que sí porque era lo que demostraba que hubo corrupción.

En Chile hubo una cosa parecida. Un juez de la Corte Suprema que debía juzgar a Pinochet. Ese juez fue filmado en ciertos lugares que frecuentaba. Lugares de homosexuales, saunas para homosexuales. El juez fue filmado entrando a estos lugares. Parece que iba con mucha frecuencia. Un periodista de diario Mercurio dijo que el juez que iba a juzgar a Pinochet era homosexual y el juez fue destituido por conducta impropia. Se discutió que porque era relevante que el juez era homosexual y se llegó a la conclusión de que era objeto de chantaje. Si una persona puede ser objeto de chantaje no puede ocupar un cargo tan importante. Esos son dilemas: ¿cual es el bien más importante? ¿El derecho a tener una vida íntima (la privacidad de la persona) o el derecho a la sociedad de informarse sobre lo que está ocurriendo?

KA: ¿Qué casos recuerda usted que le ha implicado en un dilema ético en su ejercicio periodístico?

CJ: Nosotros no hemos tenido casos de dilemas éticos. No que yo recuerde. Hemos tenido casos muy claros en que hemos cometido errores. No hemos confirmado convenientemente una noticia. No hemos consultado a la persona que hemos acusado. ¿Que es lo ético cuando se han cometido errores? Reconocer que se los ha cometido. Cuando hemos cometido un error tenemos la obligación y lo hacemos, de decir que nos hemos equivocado. Esto ocurre con más frecuencia de lo que nos gustaría. Pero, pedimos disculpas.

KA: De lo que puede percibir en el entorno, el ejercicio periodístico en el Ecuador. ¿Usted considera que la ética es una herramienta que se la utiliza frecuentemente?

CJ: Hay medios que tienen una tradición ética. Hay medios en el Ecuador para los cuales la ética es muy importante. Y, hay medios que no les importa. No se manejan con un código de ética y que a sabiendas de que están violando las normas lo hacen sin ningún problema, sea por obtener una posición política importante o simplemente por ganar dinero.

KA: ¿Que hace falta para enfrentar los dilemas éticos de mejor manera?

CJ: Bueno, hay leyes en el país que deben ser cumplidas por todos. Hay autoridades que deben hacer cumplir la ley. Eso no ocurre en el Ecuador. En el país hay franjas familiares que los medios con mucha frecuencia irrespetan. Basta con hacer cumplir la ley. El problema es que en el Ecuador solo algunos cumplen la ley, otros no.

KA: ¿Hay algún programa o una propuesta de capacitación permanente en su medio acerca de la ética?

CJ: Bueno en Guayaquil hay permanentes cursos de ética periodística, al menos unas tres veces al año. Nuestros periodistas normalmente van. Nos preocupamos de ver quien lo necesita. Por ejemplo, Fundación del Universo, a través de Nila Velásquez está organizando uno, a donde expondrá el colombiano Javier Darío Restrepo.

KA: ¿Los códigos establecidos, guían el trabajo periodístico?

CJ: En ECUAVISA, siempre.

KA: ¿La ética esta en riesgo en el país? ¿Qué se debería hacer?

CJ: La ética no es una práctica que englobe a la mayoría de los ciudadanos. Hay mucha falta de ética en la vida, entre los abogados, los médicos. Por ejemplo nos parece normal para salir del paseo darle coima al vigilante de tránsito. Él también espera la coima. Nos parecía normal ir al registro civil y pagar a un tramitador para sacar más rápido la cédula. El taxista no usa el taxímetro. Es el tratar de estafar a las personas, es una cosa cotidiana. En el mercado hicieron una batida el fin de semana y ninguna de las balanzas pesaba con exactitud. Así que la falta de ética no es sólo en el periodismo. Vivimos en una sociedad en la que la ética no es un valor. No se cuan común sea copiar en las escuelas. No vivimos en una sociedad en la que la ética sea un valor importante. Hay que enseñar a nuestros hijos que la ética es importante, mientras que el que no tiene ética te puede ganar. Porque ese es un problema. Si yo me comporto con ética y otro medio no lo hace, ese canal tienen alguna ventaja. Si yo no pongo crónica roja, sexo, descuartizados, es probable que ese noticiero tenga alta sintonía y no el mío. Mi obligación es competir con ese medio y ganarle, aunque el otro viole las normas. Hay otros que violan las normas al momento de competir. En época de elecciones, por ejemplo, la ley permite dar los resultados a las cinco de la tarde. Se había prohibido que los medios difundan encuestas. Yo me reuní con el Presidente del Tribunal Supremo, y todo quedo muy claro. A las cinco de la tarde otro medio comenzó a difundir las encuestas. Llamo al Presidente del Tribunal Supremo y le digo este canal esta violando la ley. Él me dice: ¿què quiere que yo haga? - Bueno usted lo pude clausurar- ¿Cómo voy a cerrar un canal de televisión? - Pero está violando las normas- ¿Pero qué quiere que yo haga?

Y, ¿si yo violaba las normas? Ese canal de ley tuvo mayor sintonía. Hay unas normas y hay que respetarlas. Sin embargo, en la siguiente elección yo estaba preparado a no respetar las normas... porque uno puede ser ético pero no puede ser imbécil. Entonces las normas son para todos., en la siguiente elección dije: “sí él da los resultados yo también los voy a dar. Efectivamente lo hice, en el momento en que ellos empezaron a dar yo dije bueno, -estos son los resultados que nosotros tenemos-
¿Qué hace usted cuando el cínico le va a ganar a usted porque usted respeta las normas? ¿Se mantiene con sus normas éticas y deja que los malos ganen? ¿Qué se hace? Yo creo que es bueno no dejar que los malos ganen, aunque en ese momento violemos las normas. Alguien debe valorar cual es el bien superior.

KA: ¿Que se debería hacer?

Hacer que se cumpla la ley.

Esto corresponde a los jueces. El Presidente de la República no debería tener injerencia. Deseo recordarle que una constante política de ECUAVISA es la lucha contra la corrupción.

Nuestro pilar de la política informativa es la lucha contra la corrupción.

KA: Gracias.

-FIN-

Anexo 2:

Entrevista a la periodista de ECUAVISA: Ruth del Salto.
Medio: INTERNET (Sin editar)

----- Original Message -----

From: "Sonia Viejo" <sviejo@ecuavisa.com>

To: "Victor Abad" <victorar@gye.satnet.net>

Sent: Monday, August 06, 2007 6:25 PM

Subject: Env: Re: IMPORTANTE: preguntas para entrevistas

>>>> "Sonia Viejo" <sviejo@ecuavisa.com> 08/06/07 6:23 >>>

> Adjunto respuesta de Ruth del Salto,

> Slids

> Sonnia

>

>>>> Ruth Del Salto 08/01/07 11:44 >>>

> UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

>

> La Universidad Católica de Loja

>

>

> TEMÁTICAS DE LAS ENTREVISTAS

>

> ¿Cuáles son los códigos o instrumentos éticos que se aplican en este

> medio de comunicación? (DIRECTOR Y PERIODISTA) En cada nota debemos

> reflejar el principio ético del canal. Informar si dar y recibir nada

> a

> cambio.

> Sus periodistas conocen el código ético del medio (DIRECTOR)

> Conoce usted el código ético del medio (PERIODISTA) SI
> ¿Cuándo los periodistas ingresan a su medio se les entrega un código
> de
> ética? (DIRECTOR)
> ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético?
> (PERIODISTA) S, DESDE EL PRIMER DÍA QUE UNO OCUPA UN CARGO
DENTRO DEL
> NOTICIERO, NO SÉ EN OTRAS AREAS.
> Qué sucede en el caso de que haya dilemas éticos en su medio ¿cómo y
> quién lo resuelve? (DIRECTOR Y PERIODISTA) SE RESUEVE EN CONJUNTO,
> NUNCA PASAN POR ALTO LA OPINIÓN O CONCEPTO DE UN PERIODISTA
SOBRE UNA
> COSA.
> Los periodistas le plantean como director del medio dilemas éticos.
> (DIRECTOR)
> ¿El director del medio le ha ayudado a resolver algún dilema ético?
> (PERIODISTA) SIEMPRE.
>
>
> DIRECTOR Y PERIODISTA

> ¿Qué políticas hay en el medio para resolver los dilemas éticos?
> Qué casos recuerda usted que le ha implicado en un dilema ético en su
> ejercicio periodístico.
> PUEDE SUCEDER SEGUIDO, EN EL CASO DE MENCIONAR O NO COMO
DELICUENTE A
> UNA PERSONA QUE HA SIDO APREHENDIDA POR LA POLICIA. PERO
EXISTEN
> PALABRA QUE PUEDEN EVITAR EL DILEMA ÉTICO, PRO EJEMPLO, EL
SUJETO
> APREHENDIDO POR LA POLICIA ES SEÑALADO COMO EL AUTOR DE.....
>
>
>
> De lo que puede percibir en el entorno, el ejercicio periodístico en
> el
> Ecuador. Usted considera que la ética es una herramienta que se la
> utiliza frecuentemente.

> SI X

> NO

>
>
> ¿Por qué?.....NO SOLO EN LO PERIODISTICO, EN CUALQUIER ÁMBITO
LA
> PEROSNA DEBE MANEJARSE CON ÉTICA.

>
> 12. ¿Qué hace falta para enfrentar dilemas éticos de mejor manera?
> LO QUE RESEÑÉ ANTERIORMENTE, HABLAR CON LOS JEFES.

>

> ¿Hay un programa o una propuesta de capacitación permanente en su
> medio
> acerca de la ética?
> Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico.
>
> NO COMO PROGRAMA, PERO LOS PERIODISTAS LO TOMAMOS COMO
> NORMA DE
> TRABAJO. SIEMPRE SE HABLA DE LO QUE NO SALIÓ BIEN, PORQUE SE
> TRATÓ UN
> TEMA DE UNA FORMA NO DEBIDA.
> Su opinión sobre el trabajo que realizan los medios de comunicación.
> ¿Lo hacen bajo los lineamientos de la ética?
> LA MAYORÍA. REPITO, LA ÉTICA NO ESTÁ EN EL MEDIO, SINO EN LA
> PERSONA.
>
> ¿La ética está en riesgo en el país? MIENTRAS HAYA GENTE INVOLUCRADA
> EN
> EJERCER CORRECTAMENTE EL PERIODISMO, NO HAY RIESGO, Y PIENSO
> QUE
> EXISTIMOS PERSONAS COMPROMETIDAS.
> ¿Si la respuesta es SI, qué se debería hacer?
>
>
>
>>>> Sonia Viejo 30/07/07 9:54 >>>>
> Estimados Ma. Cecilia, Ruth y Pedro
>
> La Dra. Karyna Arteaga de Abad es profesora de la UESS y
> esta preparando una Tesis para la UTPL sobre el "Nivel de Ética en los medios de
> Comunicación" y han escogido a ECUAVISA como el medio de mayor
> credibilidad y transparencia para realizar esta Tesis.
> Carlos Jijón, ya fue entrevistado y refirió sus nombres para continuar
> con las entrevistas. Debido al corto tiempo de ustedes se esta
> remitiendo las preguntas por escrito para que las contesten...porfa me
> reenvían cuando la tengan lista.
> Gracias,
> Slds
> Sonnia
>
>
>
>
>>>> "Victor Abad" <victorar@gye.satnet.net> 07/30/07 5:01 >>>>
> Estimada Sonnia: envio las preguntas para los periodistas del canal.
> Espero me recuerde, soy la dra. Karyna Arteaga de Abad, quien estuvo
> en el canal el día viernes entrevistando a Carlos Jijón. Aprovecho la
> oportunidad para reconfirmar mi asistencia mañana a las 4:45, para la
> entrevista al subdirector de noticias. Este es mi mail, por alguna
> novedad. Saludos cordiales,
> Karyna
>

Anexo 3

Entrevista a Lcdo. Javier Segarra, miembro del staff del noticiero ¿Qué pasa? de radio Fuego, 106.5 Guayaquil.

Las preguntas y respuestas fueron realizadas a través de INTERNET, luego de una conversación telefónica con el periodista. Quien, también labora en ETV Telerama.

Lcdo. Javier Segarra
Director de noticias, radio FUEGO.

Solicito a usted contestar a las siguientes preguntas que corresponden a un trabajo de investigación sobre el manejo de la ética (en medios nacionales) de la Universidad Técnica Particular de Loja.

Atentamente:

Dra. Karyna Arteaga de Abad.

1. ¿Cuáles son los códigos o instrumentos éticos que se aplican en este medio de comunicación?

LOS CODIGOS SON ETICA, RESPONSABILIDAD Y
PROFESIONALISMO, EN BIEN DE LA SOCIEDAD

2. Sus periodistas ¿conocen el código ético del medio?

ES LO PRIMERO QUE SE LES ENTREGA AL MOMENTO DE INGRESAR Y SABEN MUY BIEN COMO APLICARLO

3. ¿Conoce usted el código ético del medio?

POR SUPUESTO

4. ¿Cuándo los periodistas ingresan al medio, se les entrega un código de ética?

ASI ES

5. ¿Cuándo usted ingreso a este medio, le entregaron algún tipo de código de ética?

EN TODOS LOS MEDIOS DONDE HE LABORADO HA EXISTIDO UN CODIGO DE ETICA

6. ¿Qué sucede en el caso de que se den dilemas éticos, cómo y quién los resuelve?

EN EL CASO PARTICULAR DE TELERAMA, COMO DIRECTOR NACIONAL DE NOTICIAS FORMO PARTE DEL CONSEJO EDITORIAL DEL CANAL Y CUANDPO EL CASO AMERITA SE ANALIZA EL MISMO Y SE RESUELVE

7. Los periodistas, ¿le plantean los dilemas éticos?

LOS PERIODISTAS DE NUESTRO SERVICIO INFORMATIVO SON PROFESIONALES CON EL CONOCIMIENTO ELEMENTAL DE LA ETICA, PERO HAY OCASIONES EN QUE SI PLANTEAN ¿CIERTAS INQUIETUDES

8. El director (a) del medio ¿le ha ayudado a resolver algún dilema ético?

INSISTO HAY UN CONSEJO EDITORIAL QUE CUANDO SE PRESENTAN LOS CASOS, RESUELVE

9. ¿Qué políticas hay en el medio para resolver dilemas éticos?

LA QUE RIGE A LOS CANALES QUE SOMOS MIEMBROS DE LA ASOCIACION DE CANALES DE TELEVISION DEL ECUADOR, CUYOS CAPITULOS CON SUS RESPECTIVOS ARTICULOS ESTAN CLARAMENTE DEFINIDOS

10. ¿Qué casos recuerda usted que le ha implicado en un dilema ético en su ejercicio periodístico?

CUANDO TRABAJE EN TELEAMAZONAS Y DENUNCIE UN HECHO SOBRE LA CORRUPCION EN LA FUNCION JUDICIAL

11. De lo que puede percibir del ejercicio periodístico en el Ecuador: ¿usted considera que la ética es una herramienta que se utiliza frecuentemente?

Si No
¿Por qué?

CUANDO UNO COMO PROFESIONAL DE LA INFORMACION, CUMPLE ESTA ACTIVIDAD SABE QUE HAY LA DECLARACION DE PRINCIPIOS, LA CUAL DEBE ENCAJARSE DENTRO DE LOS PRINCIPIOS DE LA DECENCIA, LA HONESTIDAD Y LA VERACIDAD POR SOBRE TODAS LAS COSAS

12. ¿Qué hace falta para enfrentar dilemas éticos de mejor manera?

ESO TENDRIAN QUER DISCUTIRLOS LOS ABOGADOS DE LA ASOCIACION DE CANALES

13. ¿Hay una propuesta de capacitación permanente en su medio acerca de la ética?

LOS COMUNICADORES CONOCEN DEL REGLAMENTO INTERNO DEL CANAL Y DEL CODIGO DE ETICA DE LA TELEVISION EN NUESTRO PAIS, BAJO ESOS PARAMETROS SE DESENVUELVEN EN EL DIA A DIA DE LA COMUNICACION

14. Los códigos establecidos: ¿guían el trabajo periodístico?

SIN DUDA

15. Los medios de comunicación en el país: ¿trabajan bajo los lineamientos de la ética?

TANTO EN RADIO, PRESNSA ESCRITA Y TELEVISION EXISTE EL CODIGO DE EITCA, EL CUAL SE APLICA EN CADA UNO DE LOS MEDIOS

16. ¿La ética está en riesgo en el país?

DEPENDENDE CON LA OPTICA QUE SE MIRE, PERO LO QUE SI LE PUEDO DECIR ES QUE LOS MEDIOS SIEMPRE VAMOS A ESTAR APEGADOS AL CODIGO DE ETICA

Nota: Las entrevistas a los demás miembros del noticiero de radio FUEGO (Gioconda García y Alexei Pesantes), fueron breves y se pueden leer casi en su totalidad dentro del contenido de la tesis.