



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

MODALIDAD ABIERTA

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**“EL NIVEL ÉTICO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN:
GAMAVISION, JC RADIO LA BRUJA Y DIARIO EL UNIVERSO,
DE LA CIUDAD DE QUITO”.**

Tesis previa a la obtención
del Título de Licenciada en
Comunicación Social

AUTORA: Carmen Yesenia Sala Morales

DIRECTOR DE TESIS: Mgs. Fanny Paladines G.

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

2007-2008

CERTIFICACIÓN

Mgs. Fanny Paladines G.

DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación, realizado por la Sra. Carmen Yesenia Sala Morales, sobre el tema: **“La aplicabilidad de la ética en los medios de comunicación: Gamavision, JC Radio La Bruja, Diario El Universo, de la ciudad de Quito”**, 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, 10 de Enero del 2007

Mgs. Fanny Paladines G.

AUTORÍA

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

Quito, 10 de Enero del 2007

f _____
Carmen Yesenia Sala Morales
C.I: 1309878609

CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Carmen Yesenia Sala Morales, 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”.

AUTOR

DEDICATORIA

La realización de este trabajo fue posible, gracias a mis padres *Jacinta y Virgilio* que con su cariño y comprensión me supieron no solo guiar sino también apoyar desde mi infancia hasta obtener la mayoría de edad, a mi querido y comprensivo esposo *Fausto* que sin lugar a dudas es uno de las personas que más me apoyó para lograr este sueño y a mi querida hija *Maria Martina* quien durante los nueve meses que me acompañó en mi vientre supo ser generosa y comprensiva conmigo, al igual que lo es en la actualidad, a mis hermanos que me apoyaron siempre, a un gran amigo y a su esposa *Ugo y Silvana* que mientras estuvo (Ugo) entre nosotros supo darme su apoyo incondicional no solo a mi persona, sino también a mi familia, él fue una guía en mi camino, y a mis compañeros más cercanos con los que compartimos momento angustiosos y felices durante estos años de estudio *Paola, Marcelo , Lourdes y Liliana*.

Todas estas personas forman parte muy importante en mi vida y es gracias a ellos que fue posible la culminación de este proyecto, a todos ellos dedico este trabajo y agradezco de todo corazón por su amor y paciencia para conmigo.

La Autora

AGRADECIMIENTO

Gracias a mis profesores que durante estos cuatro años me han ayudado a afianzar mis conocimientos, permitiéndome aprender de los suyos, a mis compañeros que semestre a semestre me acompañaron en esta lucha, brindándome una amistad sincera y sin interés de por medio, y sobre todo mis agradecimientos a todos quienes hacen posible la Universidad Técnica Particular de Loja, pues gracias a ellos muchos estudiantes con poca disponibilidad de tiempo hacen posible su sueño de culminar sus estudios, y no puedo dejar de agradecer de todo corazón la ayuda incondicional de mi directora de tesis Mgs. Fanny Paladines G.

La Autora

ÍNDICE

Certificación	I
Autoría	II
Cesión de derechos	III
Dedicatoria	IV
Agradecimiento	V
Resumen	4
Introducción	5
Objetivos	6
 CAPÍTULO I: MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR	
1.1. Introducción general de los medios en el Ecuador	7

1.2. Breve reseña de la creación de los medios con los que trabajará	9
1.3. Análisis del trabajo que realizan	13
1.4. Crítica sobre la aplicabilidad de la ética	19
1.5. El papel del comunicador en los medios, como es y como debería de ser.	24

CAPÍTULO II: DESARROLLO DEL TRABAJO INVESTIGATIVO

2.1. Análisis de datos y diseños de tablas estadísticas. Presentación de resultados.	30
2.2. Análisis de datos de las entrevistas.	71

CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE LOS SUPUESTOS

3.1. Antecedentes: Explicación personal de la aplicabilidad de la ética en los medios.	80
3.2. Supuesto uno: Los medios de comunicación colaboraron de forma positiva a la investigación.	80
3.3. Supuesto dos: Los principios de ética y deontología periodística son conocidos por los comunicadores ecuatorianos y muestran una alta predisposición a aplicarlos a futuro.	81
3.4. Supuesto tres: Un porcentaje significativo de medios de comunicación trabajan de alguna manera en base a los lineamientos de la ética.	83

CAPÍTULO VI: ANÁLISIS DE CONCEPTOS Y CÓDIGOS ÉTICOS DEL PERIODISTA ECUATORIANO.

4.1. Definición de los resultados de la investigación (encuestas, entrevistas)	84
4.2. Relación de los resultados con los puntos más relevantes del código ético del periodista.	84
4.3. Tomando como ejemplo fotografías, recortes de periódicos, programas televisivos o radiales, que vayan contra los lineamientos de la ética periodística; escoja uno de ellos y luego analice, explique y argumente lo que el código dice y que no se cumple en el mismo.	87

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones	89
5.2. Recomendaciones	90

BIBLIOGRAFÍA	92
---------------------	----

ANEXOS

RESUMEN

CAPÍTULO I: En este capítulo hacemos una breve reseña histórica de cuando los medios de comunicación comenzaron a formar parte de nuestra sociedad ; luego analizamos cuales fueron los primeros pasos de los medios que forman parte de la investigación que son: Gamavision, Diario El Universo, y JC Radio la Bruja , cuales fueron sus creadores y como se formaron hasta la actualidad, analizamos el trabajo que realizan los mismo (los medios en estudios) , acompañado de un análisis de la aplicabilidad de la ética en cada uno de ellos, para culminar con un análisis sobre como es el papel de los medios en general en el Ecuador y como debería de ser.

CAPÍTULO II: En este capítulo analizamos mediante cuadros estadísticos acompañados de gráficos estadísticos, barras, pasteles y columnas, etc. Los distintos porcentajes correspondientes a cada pregunta, luego analizamos las distintas entrevistas hechas a los directores y periodistas de los medios investigados (Gamavision, Diario El Universo y JC. Radio la Bruja., cuales fueron sus respuesta, en que coincidían y en que no.

CAPÍTULO III: El capítulo comienza haciendo un análisis de los conocimientos del tesista sobre la aplicabilidad de la ética antes de abordar el proyecto, luego analizamos si se cumplen o no, tres supuestos los cuales analizan la colaboración de los medios para con la investigación realizada, sobre los principios de ética y deontología, el conocimiento que los distintos comunicadores entrevistados tienen y sobre si a los comunicadores se les ve la disponibilidad de aplicar los mismos a futuro.

CAPÍTULO VI: Definimos los resultados que han arrojado las entrevistas y las encuestas, analizamos algunos de ellos con los puntos mas relevantes del código ético en nuestro caso el periodista como relacionador público y la ética en el periodismo, para culminar analizando un ejemplo de uno de los medios estudiados que falte a la ética periodística, en nuestro caso analizamos un programa de farándula que se presentaba en Gamavision y que hace escaso tiempo salió del aire, el cual atentaba mucho contra la ética periodística.

CAPÍTULO V: En este capítulo culmina la investigación, con unas conclusiones y recomendaciones dadas por cada tesista de lo observado durante el proceso investigativo.

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación son actores importantes en el desarrollo de la sociedad de la misma manera contribuyen en la educación, motivo por el cual los medios tienen el deber de tomar más en cuenta los temas éticos, más aun en estos tiempos donde la moral y las buenas costumbres están siendo amenazadas por corrientes modernistas y las nuevas formas de pensar y hacer negocios.

En nuestro país la aplicabilidad de la ética es algo cuestionada por mucha gente, aunque otras sin querer estén aportando para que dicha ética se deje de lado. Muchos medios en el país tanto en prensa, radio o televisión en algún espacio de sus diferentes programaciones incurrir en el olvido de dichos códigos, pero ello no quiere decir que desconozcan la ética.

Los periodistas o comunicadores y quienes trabajan dentro de estos medios son los que están llamados a hacer que estos códigos pesen cada vez más dentro de las

programaciones y del trabajo de los distintos medios de comunicación , ya que los mismos

(los periodistas y dueños de los medios) tienen que tener muy presente que el público, lector o radio escucha merece una información veraz, objetiva y libre de ataduras “ *la ética es la luz que ilumina el caminar de un periodista aún cuando el camino se torne lo más escabroso y oscuro*”

Objetivo General

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

Objetivos Específicos

- Demostrar que la aplicación de la ética en los medios de comunicación masivos (Gamavision, JC Radio La Bruja y Diario El Universo) es aún suficiente.
- Identificar los medios de comunicación masivos donde se trabaja con los lineamientos de la ética.
- Participar en el proceso de investigación universitario como medio de conocimiento de la cultura del profesional de la comunicación.

CAPÍTULO I

MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR

1.1. Introducción general de los medios en el Ecuador

Prensa:

La imprenta fue introducida por los jesuitas en 1760. En 1775 salía el primer periódico, Gaceta de Santa Fe, también de duración limitada. En los años siguientes vieron a la luz nuevos periódicos, de los que se conocen: Primicias de la cultura de Quito (1792), con sólo tres meses de vida y siete números publicados; había sido fundado por Francisco Eugenio Espejo, entre otros que se dedicaban a favorecer o a atacar a los distintos

regímenes de esa época. Estructura de la prensa actual. En 1948 aparecían 59 periódicos de los cuales 25 eran diarios, siete salían dos o tres veces a la semana, siete eran semanarios, y el resto de otra periodicidad. Los diarios lanzaban, en conjunto, 85.000 ejemplares correspondientes a 24% hab. De ellos 11 aparecían en Quito y Guayaquil, cubriendo más del 80% de la circulación. Actualmente existen 18 diarios, y su tirada global es superior a 250.000 ejemplares. No están ligados directamente a partidos políticos, y existen entre ellos algunas coaliciones periodísticas, cuyos propietarios explotan al mismo tiempo periódicos y emisoras de radio; tal es el caso de El Comercio de Quito, y El Telégrafo de Guayaquil. Los diarios de Quito y Guayaquil, en total siete, acaparan cerca del 90% de la circulación nacional. En Guayaquil hay cuatro, de los cuales, los de mayor difusión son El Universal (fundado el 21 nov. 1921), El Telégrafo (fundado el 16 feb. 1884) . Quito tiene tres diarios: El Comercio (fundado el 1 en. 1906) Ultimas Noticias (fundado en 1937) y El Tiempo, Aparecen tres diarios en Portoviejo (32.435 hab. en 1962), dos en Cuenca (60.817 hab. en 1962) y uno en otras poblaciones importantes. Quito y Guayaquil tienen un diario de difusión e influencia nacional, El Comercio y El Telégrafo, respectivamente. Un estudio hecho sobre el primero de ellos dio como resultado que el 50% de sus lectores eran de clase alta, el 35 de clase media y un 15% trabajadores: en a actualidad entre los principales tenemos: El Comercio, El Universo, el Telégrafo, Diario Hoy, El Extra, Ultimas Noticias, entre otros de carácter regional.

Radio

En Ecuador como en muchos países de principio de siglo, no disponían de la tecnología de avanzada de esa época y lo poco que se sabía era gracias a unos pocos entusiastas de esta nueva forma de comunicarse, las noticias técnicas llegaban en revistas o libros que leían unos pocos privilegiados. El Guayaquil Radio Club fue fundado el 9 de mayo de 1923, en una época en que las comunicaciones radiales recién se estaban iniciando en el país. En efecto para el Ecuador de 1923, la "Telegrafía sin hilos" era todavía una novedad, aunque ya estaba en uso desde comienzos del siglo en estaciones costeras y barcos en alta mar. Hay 195 emisoras. Una de ellas es del Estado, Radiodifusión

Nacional, con programas informativos de interés general y emisiones educativas. La radio a crecido mucho en los últimos años. Mientras que en 1948, sólo tenía 30.000, en 1956 poseía ya 100.000, y en 1968 llegaban a los 801.000.

Las radios más conocidas en la actualidad son: Radio Latina, Radio Concierto, JC Radio La bruja, Canela , Radio Sucre, Radio La Voz de los Andes ,CRE Satelital, Radio Sonorama , Alfa Súper Sterio, Radio caravana , Radio Zaracay, entre otras.

Televisión:

En 1960, nació la televisión cuando el Canal 4 obtuvo permiso para operar. La primera empresa comercial fue la compañía ecuatoriana de Televisión, formada por Jaime Nebot Velasco, José Rosenbaum y la publicidad "palacios". La televisión llega al puerto gracias a la feria de octubre de Guayaquil, y tras un convenio con la Casa de la Cultura se instaló la antena. La prensa de la época celebra esta noticia con la misma euforia que la llegada del primer avión. La televisión nace bajo el modelo norteamericano, era privada pero el estado desde entonces hasta hoy, dueño de las frecuencias, se reservaba el derecho de concederlas y esta ofrecería espacios, para programas estatales de educación y salud.

Los 60 marcan en Ecuador un notable desarrollo de la televisión, Canal 2 en Guayaquil, Canal 8 en Quito, Telecentro, Canal 4; y en cuanto a hombres destacan Alvarado Roca, Ismael Pérez. Jorge Mantilla Ortega, Luís Hanna, Leonardo Ponce, Marcel Rivas, Antonio Granda Centeno, Gerardo y Patricio Berborich.

Entre los principales canales constan: Ecuavisa, Gamavision, TC televisión, RTS, Teleamazonas, Canal Uno, Telerama, RTU, entre otros muchos de carácter regional.

1.2. Breve reseña de la creación de los medios con los que se trabajó.

GAMAVISION

TELEVISIÓN DEL PACÍFICO TELEDOS S.A.

GAMAVISION empresa ecuatoriana parte de una de las más grandes Corporaciones Empresariales mas grande del país, con 27 años de experiencia y posicionamiento en el área de Televisión y publicidad; teniendo por objeto principal la realización de toda clase de actos y la celebración de toda clase de contratos referentes a las actividades radiales, de televisión, publicitarias y la promoción comercial, artística, cultura y cívica.

GAMAVISION comienza sus transmisiones de prueba durante el segundo semestre de 1976 y saliendo al aire comercialmente el 18 de Abril de 1977, fue fundado por la iniciativa de Marcel Rivas Sáenz y donde fue denominado Telenacional. El estudio se ubica en [Quito](#), en la capital ecuatoriana y en aquella época, hecho que lo convertía en el mejor lugar para la emisión de señales de televisión. Constituyéndose en un canal quiteño por excelencia, con únicamente 14 personas manejando el Canal.

En 1993 el canal se consolida como el principal canal deportivo de la televisión ecuatoriana al adquirir los derechos de Copa América* "Ecuador 93", haciendo una alta inversión en tecnología, para poder transmitir en vivo y en directo a nivel mundial las incidencias de esta Copa.

Para el año 1994 se termina la construcción del único edificio en el país con una infraestructura pensando en un canal de televisión, donde desde esa fecha funciona GAMAVISION hasta la actualidad, ubicado en la Eloy Alfaro 5400 y Granados, contando ahora ya con 150 en sus instalaciones en Quito.

En 1995 se consolida el convenio de afiliación con TELEVISA de México.

Para Octubre de 1998 se termina la construcción del edificio en la ciudad de Guayaquil, siendo este un edificio muy moderno contando con toda la tecnología para mantener a GAMAVISION primero en tecnología e infraestructura en el país.

En diciembre de 1998 se realiza una alta inversión en tecnología ubicando a GAMAVISION como el canal mejor equipado del país en cuanto a tecnología televisiva, transmisiones y producción se refiere, siendo uno de los cuatro países de sur América en contar con una tecnología similar, incorporando sistemas, con Digital Replay, Virtual

Replay, y Set Virtual de la israelita empresa ORAD. Lo que permitió tener la mejor transmisión del Fútbol en la historia del Ecuador en el Mundial Francia 1998.

A partir del año 2000 GAMAVISION se ubica como el canal líder en fútbol y transmisiones deportivas, a más de ser líder en telenovelas y programas de diversión familiar. En este mismo año se incorpora tecnología satelital con 6 Fly Away que permitió mantener la noticia y deportes en primer sitio de sintonía del país.

Para el Año 2003 se realiza una nueva inversión para mejorar los sistemas ORAD y se agrega CyberPlay, Product Placement digital para telenovelas y deportes.

Para este año GAMAVISION se vuelve el pionero en introducir la Televisión Interactiva incorporando el CRM y la fidelización de clientes al tener interacción del televidente por medio del SMS, MMS y WAP.

Para el presente año se realiza un cambio en estructura en el Departamento de Noticias y se adquiere el sistema más moderno de Televisión para esta área Solución ENPF, siendo uno de los primeros en tenerlo en toda América.

GAMAVISION ha incursionado en todas las áreas de la Televisión Ecuatoriana, manteniéndose siempre en los primeros sitios de sintonía y sin duda alguna en el primer lugar tecnológico del país y de los principales del Continente.

JC RADIO LA BRUJA

José Cueva inauguró JC Radio La Bruja el 7 de agosto de 1982, bajo la dirección del locutor Guillermo Jácome. Al poco tiempo, cuando Jácome dejó la estación, se inició un nuevo proceso.

Mientras el resto de emisoras deseaban llegar a todos los públicos, JC Radio La Bruja se enfocó en los jóvenes. Su línea es eminentemente musical y su éxito se debe al constante

estreno de hits, “puesto que todos los días se graba y se estrena música en el mundo”, explica Cueva ¿Por qué La Bruja?” La bruja es un personaje que cree saberlo todo y hace travesuras en las instalaciones. Es chispeante, jocosa y forma parte de la diversión, añade Cueva. “Es una parte llena de fantasía, porque todas las personas a pesar de los años, siempre llevaremos un niño dentro”.

La radio, para el empresario, crea sus propias imágenes a través de las palabras y exige mucha creatividad de los locutores.

Esta es la quinta ocasión que la emisora otorga la estatuilla “JC Radio” al artista local más destacado del año. Cueva asegura que es importante reconocer a los artistas nacionales cuando el Estado no lo hace.

.

Él no duda en destacar el positivismo de la radiodifusora: "hemos tratado de ser parte de una sociedad feliz porque nuestro carácter no puede ser diferente.

DIARIO EL UNIVERSO

El 14 de Septiembre de 1.921 Ismael Pérez Pazmiño compró el Diario El Universal a su amigo el periodista venezolano Luís Guevara Travieso pues el diario fue clausurado. Al día siguiente preparo la primera edición de "El Universo", se hizo bajo el epígrafe de "diario liberal de la mañana, órgano de intereses generales", que salió el 16 con un aviso a dos columnas donde se informaba al público del cierre de “El Universal” para dar paso a "El Universo”, diario que laborará por la libertad, la justicia y la verdad" bajo la dirección de Ismael Pérez Pazmiño, que también escribe una columna titulada "Desde el mirador". La administración general estaba a cargo del periodista español Nicolás Aguirre Bretón y la redacción, del periodista chileno Augusto Peterson.

Desde sus comienzos “El Universo” mantuvo una política de independencia frente a los gobiernos y aunque los inicios fueron duros, poco a poco enrumbó hacia el sitio que actualmente ostenta; para ello, requirió del capital de varios socios y el 7 de Agosto de 1923 firmó la escritura de constitución de El Universo S.A. que permitió montar una segunda prensa y la segunda linotipia. En 1925 inauguró la tercera prensa y alcanzó una circulación de 2600 ejemplares, cifra respetable para la época.

En 1931 era un hombre rico, realizó su primer viaje a Europa y los Estados Unidos y adquirió el edificio de cemento armado de la esquina de 9 de Octubre y Escobedo que había pertenecido al templo masónico. En 1932 fue electo Senador por el Oro y concurrió al Congreso, asistiendo a las sesiones donde se descalificó a Neptalí Bonifaz.

El edificio había sido embargado por el Banco La Previsora e iba a salir a remate. V. E. Estrada llamó a Ismael Pérez y se lo dio con facilidades de pago y buen precio, pues, a causa de la depresión, nadie lo quería comprar. En 1933 realizó un segundo viaje a Europa y a su regreso en 1934 publicó en Guayaquil "La República del Ecuador, palabras de verdad y justicia" en 67 páginas. Por entonces había cancelado sus deudas adquiridas con la compra de "El Universo."

En 1935 publicó "Desde Europa: el problema político del Ecuador" en 32 páginas, que firmó con el seudónimo de "Un Ecuatoriano". Ese año viajó por Sudamérica siendo recibido por varios gobernantes, a quienes se hizo presentar para entrevistarlos. El 4 de Mayo de 1936 y por iniciativa personal se fundó en Guayaquil el "Círculo de periodistas del Guayas". En 1937 la dictadura del Ing. Federico Páez clausuró "El Universo", pero poco tiempo después consiguió su reapertura tras una explicación que tuvo que dar al General Alberto Enríquez Gallo.

En 1939 editó "La forzada clausura" de "El Universo" en 282 páginas y "La ignorancia y otros azotes del hombre" en 69 páginas. En 1940 hizo construir una hermosa y acogedora villa de cemento en el barrio del Salado, donde se trasladó a vivir con los suyos. En 1941 y durante la invasión peruana, fue miembro de la Junta de Defensa Nacional. En 1943 presidió la Cruz Roja Provincial del Guayas y escribió "Surcos de una Vida", trabajo autobiográfico aún inédito. Poco después fallecía en Los Ángeles, California, Noviembre de 1944, a los 68 años de edad, de cáncer generalizado.

1.3. Análisis del trabajo que realizan

GAMAVISION

Gamavision es un canal que presenta una programación diversa, para todos los gustos y todas las edades, desde los más grandes hasta los más pequeños. En cada una de las programaciones que presenta siempre se procura poner el tipo de público al cual esta dirigido cada uno de los programa ,si es netamente programación la cual puede ser vista por niños, jóvenes, jóvenes con supervisión de un adulto o programación netamente para adultos, en pocas palabras la franja familiar .

Los noticieros del canal se emiten de lunes a viernes, (los fines de semana no hay emisiones del Noticiero Nacional) bien temprano por la mañana, al medio día y por la noche (a las 6: 00 AM (Primera emisión), 12:30 PM (Segunda emisión) y 19:45 PM (Tercera emisión) respectivamente, mantiene a su tele- audiencia bien informados a los ecuatorianos sobre los acontecimientos que hacen noticia, día a día nacional e internacionalmente, de manera clara y comprensible para todo tipo de público (dan muy poco espacio para la crónica roja) , dentro de las mismas no pueden fallar las noticias en el ámbito deportivo nacional e internacional, con un presentador tan apasionado por su trabajo y poético como el señor Roberto Bonafon, uno de los pocos comentaristas deportivos con ese ánimo y amor al deporte.

De lunes a domingo, el canal presenta dos informativos internacionales llamados "Noticiero Univisión"· y "Primer Impacto", (de la cadena UNIVISIÓN) los cuales se transmiten a las 4 y 5 de la mañana respectivamente. Primer Impacto, presenta las noticias mas importantes ocurridas en todo el mundo, dentro de las cuales se incluyen tragedias familiares, amorosas etc., presentan noticias deportivas entre otras. "El Noticiero Univisión" es netamente noticioso con poca cabida a la crónica roja.

El canal ofrece un servicio de compra por televisión llamado "TVentas" donde se le presenta al público artículos para todos los usos y todos los gustos, los cuales pueden adquirirlos vía telefónica en cada un de los locales del almacén del mismo nombre.

La mayor parte de la mañana, de la tarde y de la noche se presentan novelas para todos los gustos, desde niños, hasta jóvenes y adultos ("Mundo de fieras", "Dos mujeres un camino", "Amor real", "Rubí", "Muchachitas como tú", "Rebelde", "Lola érase una vez", "Así es la vida", "Juan querendón" y "Destilando amor". Los fines de semana (sábados y domingos) se

presentan otras como: “Rosa salvaje”, “Carita de ángel” y “Sueños y caramelos” (novelas para niños, jóvenes y adultos)

El canal se preocupa también de lo religioso, pues emiten también un programa corto de unos minutos de lunes a viernes y los días domingos, donde se les da un mensaje bíblico a la tele-audiencia.

El deporte siempre está presente de lunes a viernes no solo en el noticiero sino también en un programa llamado “Los Protagonistas”, incentivando el amor por el deporte y los sábados se presenta un programa llamado “Fedeguayas”, por medio del cual dicha organización deportiva de la provincia del Guayas presenta lo más destacado en cuestión de deporte (en todas sus ramas) de la provincia.

En cuanto al entretenimiento para jóvenes y adultos el canal presenta de lunes a viernes “Rojo rosa”, un especial en busca de los nuevos integrantes del grupo mexicano “Timbiriche” y “Conectados”, el primero un programa centrado en la vida y los chismes principalmente de la farándula nacional, los dos últimos son programas netamente para jóvenes, donde los mismos, están al día en lo que respecta a los grupos musicales y artistas favoritos, nacionales e internacionales.

Los fines de semana la programación, es similar a la presentada de lunes a viernes con algunas variaciones, los fines de semanas las novelas se reducen solo a 3, el noticiero que se presenta son los de la cadena Univisión (Primer Impacto y Noticiero Univisión) los dibujos animados son infalibles con Gamakids dirigidos por un grupo de tres jóvenes, dos mujeres y un hombre. Se presentan también películas para todos los gustos, en lo referente al entretenimiento tenemos “Buenos muchachos” un programa que está enfocado un poco en la farándula pero sobre todo en los errores y desatinos de la televisión nacional, presentan también un espacio sobre todo en épocas de elecciones (como la que estamos viviendo”, en la cual los candidatos presentan sus propuestas tipo debate. Presentan también “Sábado gigante” un programa de concurso, cantantes etc. Programas humorísticos como “Dervez en cuando”, “El chavo”, “La hora de la risa” entre otros.

Para los jóvenes presentan los domingos a una hora a la que pueden acceder los niños el programa "100% lucha", donde lo único que se puede apreciar es la agresividad de unos hombres contra otros. Todo lo contrario es "Cantando por un sueño" un programa donde se compete de una manera hermosa, cantando, para lograr hacer realidad un sueño.

Entre otras programaciones de entretenimiento como: "Blanco y negro", "Que madre tan padre", "Los locos Adams" (programa que se debería de ver bajo supervisión de un adulto pues hay situaciones de peligro que realizan los protagonistas que los niños lo podrían llegar a realizar), las diferentes películas que se presenta cada semana que sirven de relax, entretenimiento y diversión para el público.

En general la programación del canal es variada, respeta la franja familiar, aunque hay algunas excepciones como "Rojo rosa" pero tienen programas educativos y muy interesantes como "Salud Si", donde la gente puede ver y escuchar consejos de los profesionales de la salud, "Fedeguayas", netamente deportivo, "Quito eres tú", un programa de la alcaldía de Quito donde se presenta lo que está haciendo la alcaldía por la ciudad. Programas como los de "Molinari" que son muy importantes y que en muchas ocasiones sacan de apuro a las amas de casa, y no podemos dejar a tras el "Noticiero Nacional", que ayuda a la comunidad local, regional y nacional a mantenerse informada de todo cuanto ocurre.

En conclusión tiene una programación equilibrada, con una que otra programación desagradable, pero también educativa e informativa, aunque la mayor parte de la programación se la ocupen para presentar novelas.

Algo muy interesante y útil que presenta el canal en su página web, son los mensajes a los migrantes de gran ayuda para sus familiares para estar en contacto y tener noticias de ellos. También hay un espacio donde la gente o la comunidad pueden presentar sus denuncias para ser presentadas por el noticiero y acudir al lugar de los hechos.

JC RADIO LA BRUJA

JC Radio la Bruja es una radio netamente musical, presenta una programación muy novedosa para todas las épocas pues brinda espacios musicales para los jóvenes de ayer de hoy. En cada una de las programaciones presentan pequeñas cápsula de noticias (llamado "Cortísimo") de la farándula (cine, grupos musicales, solistas etc.) En una de las programaciones como los "10+7" presentan pequeñas notas sobre el significado de palabras o sobre inventos. Los días sábados en el programa "Zona mágica", presentan opciones para vacacionar dentro de la provincia y del país y qué pueden hacer los chicos en sus vacaciones (pues en la sierra los chicos están de vacaciones) presentan también a sus oyentes una programación interesante sobre "reflexiones" para ayudar de cierta manera a los oyentes a reflexionar sobre su vida y sobre las diferentes situaciones de la misma (la vida) que son un tanto complicadas.

JC Radio presenta una programación sana, para jóvenes, es una radio que puede ser escuchada a toda hora sin restricción alguna, le enseña a la juventud sobre la historia de la música, sus inicios. En pocas palabras los jóvenes pueden disfrutar de una información musical variada, de los pasos de sus artistas (pero una información no mal intencionada), los jóvenes pueden escoger la música que más les guste, una ventaja que les ofrece a los jóvenes es poder interactuar con los distintos animadores de la radio mediante el correo de brujas, mismo permite a los animadores la oportunidad de chatear no solo con los seguidores nacionales sino también con los seguidores de la radio en el exterior..

JC Radio nos presenta una serie de opciones mediante su página Web, en la cual las personas pueden obtener mucha mas información no solo musical sino también lo más destacado de la noticia nacional e internacional, al igual que noticias deportivas, temas turísticos sobre lugares del Ecuador, nos ofrece la opción de ver "Que ocurrió un día como hoy", que son biografías de los famosos entre otras noticias de carácter musical.

La programación de esta radio es informativa, educativa y entretenida, es una radio que te brinda una información veraz, y siempre con el objetivo de informar a sus radioescuchas de lo último en el ámbito musical.

DIARIO EL UNIVERSO: Diario El Universo como su palabra lo indica es un periódico de circulación diaria, cuenta con las siguientes secciones: Política , economía ,sucesos ,el país , internacionales , deportes, El Gran Guayaquil, en escena , vida.

En la primera sección, podemos encontrar temas de actualidad, hay un espacio dedicado a la migración, otra para que se expresen los lectores, encontramos también temas económicos y deportivos

En su primera sección el diario procura mostrar a sus lectores los temas principales o temas de actualidad que hacen noticia diariamente a nivel nacional local e internacional.

El editorial que es la opinión del medio propiamente, en ella podemos encontrar reflejado el compromiso del medio con el pueblo, al felicitar las buenas cosas que se hacen en el país , pero también al censurar las que se están haciendo mal, sobre todo porque esto no solo afecta a la empresa sino sobre todo y principalmente al pueblo, mismo que confía en la imparcialidad y veracidad de la información que se presenta, es por ello que se ha mantenido como uno de los diarios de mayor circulación nacional.

También el diario les brinda un espacio a la migración, para informarles no solo a sus familiares sino también a la ciudadanía completa y a las principales autoridades del país los problemas que enfrentan nuestros compatriotas en el extranjero.

Hay un espacio dentro de esta sección también dedicada al deporte nacional e internacional, donde se presenta a la ciudadanía sobre todo masculina los pormenores del fútbol sobre todo local.

La segunda sección es dedicada sobre todo a la ciudad de Guayaquil, donde se presentan las obras que se hacen en la misma, los festejos si es que los hay, los problemas que afectan a la ciudad, los diferentes servicios que presentan ciertos sectores

de la ciudad como por ejemplo las actividades religiosas que se van a realizar en la ciudad, en las diferentes parroquias.

Inseguridad que es uno de los temas que más afecta a la ciudad y a sus habitantes.

El diario trae al presente los acontecimientos más importantes ocurridos tanto, de la ciudad, del país y el mundo en “UN DÍA COMO HOY” (presentado diariamente). En “TRÁMITES”, se les ofrece a los lectores o a la ciudadanía un espacio donde se les informa a los guayaquileños como o donde pueden dirigirse para realizar ciertos trámites, se presenta también el informe del tiempo diariamente no solo de la ciudad, sino también del país y algunos países del mundo. Al ser un periódico de una ciudad costera, presentan también un informe sobre la marea (diariamente)

El diario también dedica un espacio a las actividades a realizarse en la ciudad tales como seminarios, actividades dentro de las cuales podemos encontrar bingos etc.

En la tercera sección encontramos “Vida y estilo”, en el mismo encontramos farándula tanto nacional como internacional, además de la agenda cultural de la ciudad, cultura, cartelera del cine, los clasificados y entretenimiento (crucigrama, caricaturas, etc.

El Universo emite todos los domingos “La Revista” (una revista) misma que presenta temas sobre cultura, teatro, cine, lugares o destinos para visitar en el Ecuador, moda, gastronomía, salud, historia etc.

Como podemos ver las diferentes secciones del diario presentan no solo información sino también soluciones a la ciudadanía. Es que El Universo es un diario que maneja temas para todos los gustos y para todas las edades, manteniendo, los lineamientos éticos que la profesión de periodista y mejor aún de comunicadores así lo exige, respetando el derecho que tiene la ciudadanía a estar informada, a tener una información que no los confunda que les informe sobre los problemas que aquejan sobre todo al país y a la comunidad en general, dando seguimiento a las principales noticias. Un ejemplo de ello, son en la actualidad la noticia de las campañas adelantadas que están haciendo algunos de los asambleístas; el problema de la pesca incidental de tiburones, etc. misma que el diario de manera responsable le está dando seguimiento.

El Universo contribuye también a la comunidad en sí, dándole la oportunidad para expresarse mediante las cartas que envían al diario, y el mismo (el diario) les ha designado unas de sus primeras hojas mostrando de esa manera, respeto e interés por los diversos comentarios emitidos por sus lectores.

Este diario contribuye también a la educación de los ecuatorianos, presentando temas de interés para todos los gustos, mostrándonos un poquito más de la ciudad, del país y del mundo, haciéndonos conocer lo que muchas veces desconocemos en temas culturales, políticos, científicos, tecnológicos, ambientales, etc.

Es un periódico que le da poca cabida (y bien poca) a la crónica roja y a los chismes mal intencionados, que son en la actualidad para muchos, temas principales para conseguir más popularidad.

Es un diario que demuestra que no solo las cosas banales son noticia y te dan el éxito, sino todo lo contrario que el esfuerzo diario, las ganas de servir y decir la verdad lo han colocado como uno de los más vendidos a nivel nacional.

1.4. Crítica sobre la aplicabilidad de la ética

Comenzaremos definiendo la etimología de la palabra ética:

Ética proviene del griego "ethos" que significa "modo de ser" o "carácter", o sea forma de vida adquirida o conquistada por los hombres. Al ser la ética una forma de vida adquirida, primero la debemos adquirir en el hogar de donde venimos. Por lo tanto la primera escuela de ética que tenemos los seres humanos es nuestro hogar ese círculo en donde comenzamos a desenvolvernos; luego nos las enseñan en nuestras escuelas, colegios (que por cierto materias como moral y urbanidad ya no se contemplan en los pensum de estudios de las escuelas y colegios y que a decir verdad son un pilar fundamental para que las sociedades no carezcan de ética) y en las universidades en donde vamos ya a decidir por que línea queremos dirigirnos (vale la pena aclarar que la ética es una conducta o un modo de actuar que rige a todas las profesiones del mundo, pero la que es motivo de este estudio es la ética en el periodismo). Para que la ética sea finalmente conquistada por los hombres como dice en el significado etimológico debemos de ponerla

en práctica todos los días en las labores que realizamos sobre todo en el quehacer periodístico que es el que nos atañe en este momento y que por ser una profesión dedicada a servir al pueblo y para el pueblo, no debemos de descuidar pues al hacerlo le estaríamos fallando no solo a la gente que confía en nosotros, sino también a nosotros mismos, pues sin ética una profesión y sobre todo la de comunicador no tiene razón de ser, pues si la ética no es nuestra brújula , estaríamos divagando en un mar inmenso de engaños mentiras y falsedades.

1.4.3. Crítica sobre la aplicabilidad de la ética (Gamavision)

La televisión al igual que la radio ofrece a su teleaudiencia una de las ventajas más grandes, la de ver y escuchar.

La gente ve la televisión un promedio de 1 a 3 horas, los días de semana sobre todo la gente que trabaja de lunes a viernes, los fines de semana de 4 a 9 horas por ser días de descanso y porque muchos no trabajan.

En cuanto a la aplicabilidad de la ética, el medio al parecer no falta a la ética periodística, solo en algunos casos o en algunos programas donde se dedican a hablar de la vida de los famosos nacionales a irrumpir en su intimidad para hacer noticia. La imparcialidad en los medios sobre todo en la televisión a decir de muchos no es tanta pues algunas personas opinan que sobre todo en estos medios (los televisivos) no existe dicha imparcialidad, las noticias y los diferentes programas presentados por el medio no se los ve que favorezcan o no a determinados grupos, por lo observado.

El sensacionalismo es uno de los principales problemas que a decir de mucha gente afecta o les desagrada de la televisión y no es para menos ya que el trabajo periodístico se ha visto amenazado en los últimos tiempos debido a las nuevas formas de entretener a la teleaudiencia donde los programas de chismes y de farándula (termino que se refiere a las personas que gozan de mayor prestigio o fama en una sociedad) han invadido todos los medios de comunicación pero principalmente a la televisión (al ser un medio que muestra con imágenes hasta lo más detallado de la nota) , programas o mejor dicho periodistas o simplemente periodistas improvisados que están encargados de

vigilar hasta los más mínimos pasos que dan esta gente famosa y que sobre todo los mismos medios de comunicación se han encargado de idealizar es por todo ello que la gente los ve como un modelo, o un ejemplo a seguir. Programas como estos hacen que la palabra ética se borre de la memoria de quienes producen o cubren estas notas o mejor dicho de quienes dirigen las empresas de comunicación. Si presentamos una nota sobre nuestros artistas favoritos sean estos cantantes, etc., no es una falta a la ética, mientras no se viole la privacidad de los mismos. Aunque en esta materia hay que acotar algo que algunos de estos famosos personajes (muchos, cantantes, actores etc.) muchas veces ellos mismos se prestan para que hablen de ellos y así adquirir más fama (no son todos los casos), pero de una u otra manera el periodista es quien toma la decisión de que cosa se publica o no. El código de ética de la FENAPE, lo señala muy claramente en el Capítulo I del Periodista y la Comunidad, en el artículo 5 el cual dice: El periodista no debe utilizar su profesión para denigrar o humillar la dignidad humana; también lo deja muy claro en el Capítulo IV que habla sobre el Periodista y el Ejercicio Profesional en el artículo 30 el cual dice. Le está prohibido al periodista comunicar de mala fe informaciones que atenten contra la dignidad, el honor o prestigio de personas, instituciones y agrupaciones. El código del respeto a la fama y de la intimidad ajena es un código universal y por lo tanto principal para todos los periodistas del mundo, es por ello que no importa en la sociedad en la que nos encontremos este es un código que todo periodista debe tener presente a la hora de realizar su trabajo.

Las noticias tiene una gran aceptación no solo en este canal sino es los muchos otros Gamavision es vista mucho por sus novelas, pues tienen una gran variedad.

Gamavision se maneja por códigos éticos que el medio mismo les hace saber a los diversos periodistas o comunicadores que ingresan al medio (a decir de uno de sus colaboradores), y la ética que los caracteriza como profesionales las cuales se deben adquirir dentro del hogar como manifiesta uno de sus periodistas.

De todo lo antes expuesto podemos decir que cada comunicador decide en donde y para quien quiere trabaja, pues al ingresar a un medio el mismo debe y tienen todo el derecho de informarse de las políticas que rigen al mismo, es innegable que muchos de ellos responderán a intereses económicos y políticos, pero no podemos dejar de tener en cuenta que como ya manifestábamos nosotros somos lo que vamos a decidir que es lo

que más nos conviene, pero ojo no tenemos que pensar solo en lo material sino también en lo moral.

La Felap está consciente de las dificultades en la aplicación de una normativa deontológica en los marcos del sistema informativo vigente regido por la tenencia privada de los medios, y la conversión de la noticia en mercancía. Considera la conciencia moral como una de las formas de conciencia social, producto histórico concreto, determinado por la estructura económica, por lo que es mutable y en cada caso prevalecen las normas de los sectores dominantes.

La Felap está convencida de la existencia del progreso moral y de que con la sucesión de etapas históricas la humanidad ha logrado e impuesto puntos de vista éticos que expresan intereses comunes y son válidos para el género humano. Asegura, asimismo de que la libertad moral individual sólo es posible con la toma de conciencia sobre los intereses sociales, la Felap opina que la ética profesional debe ser conquistada dentro de la batalla para alcanzar en nuestras naciones un periodismo auténticamente libre.

En el país la libertad de expresión estas siendo amenazada, pues el hecho que un medio de comunicación (sea este radio, prensa o televisión) informe de manera objetiva y veraz, con el único objetivo de mantener informada a la gente de todo cuanto ocurre en la sociedad en la que se desenvuelven, no quiere decir que esté atentando contra nadie y sobre todo faltando a la ética, no podemos asegurar que todos los medios son absolutamente veraces, pero si estamos defendiendo la imparcialidad y veracidad en la información que aun existen y la ética periodística que aunque debilitada, todavía sirve de guía, de brújula para la profesión.

1.4.2. Crítica sobre la aplicabilidad de la ética en la radio (JC. Radio La Bruja)

La radio es uno de los medios de comunicación que junto con la televisión, gozan de gran aceptación y por lo tanto una gran audiencia. Los promedios de horas que se escucha la radio varían mucho y van desde 1 a 9 horas diarias. En el caso de JC Radio podemos decir que es una radio que tiene una gran aceptación sobre todo por parte de los jóvenes, pues ha sido pensada para y por los jóvenes (aunque también encontramos programaciones para personas de épocas anteriores, pero siempre en la misma línea la

música pop, el rock entre otras). En lo referente a la aplicabilidad de la ética propiamente dicha, podemos decir que la radio cumple con todas por lo menos dentro de la programación para la que fue hecha la radio, pues al ser una radio netamente musical no tiene nada de emisión de noticias al aire, mas que una que otra nota de deportes, de la farándula (artistas, actores, grupos musicales etc.). Se presentan notas faranduleras moderadas no invasoras de la privacidad de los involucrados, mensajes de reflexiones e informaciones turísticas, por lo tanto ninguna de estas violan la ética de la profesión.

JC Radio se preocupa de en su página web poner lo más importante de la información nacional e internacional, para los que ingresan a esta página web. A muchas de las personas entrevistadas, les desagrada de la radio la falta de profundidad, la falta de veracidad, la información poco objetiva y descontextualizada, entre otras. JC Radio al ser netamente musical no se le pueden aplicar este tipo de sentencias, por lo menos a lo que a emisiones al aire se refiere. En lo referente a la página web, donde si se presentan noticias podemos decir que se dedican a darle importancia a lo que creen que es necesario informar. La radio se mantiene siempre en su línea, la cual es una programación dedicada a la juventud (también las personas mayores o adultos que gusten de la música que se presenta) por lo tanto su enfoque primordial es lo que les gusta a los jóvenes, noticias sobre cantantes, actores grupos musicales de ayer y de hoy, etc.

Lo que el agrada a la gente en su mayoría de la radio en general es que siempre está abierta a la opinión ciudadana, que es uno de las principales deberes de la comunicación darle la oportunidad a la gente de expresarse y mantener una conversación aunque sea telefónica con el comunicador, JC Radio lo hace pero siempre en su línea la música, cumpliendo con las peticiones musicales que les hacen los radio- escuchas. *Es que la forma más natural de comunicación de los seres humanos es el habla, el escuchar un mensaje oral con palabras precisas, claras y bien escogidas, con buenas voces , pues en un tono de conversación se crea una empatía y una identificación que no se da con la palabra escrita , pues el lenguaje hablado persuade, genera reacciones y emociones en el oyente, paralelamente , se crea una atmósfera de intimidad entre el emisor y el receptor mediante esas voces suaves, melódicas con buena dicción y naturalidad¹*

¹ PILAR Victoria : Producción radiofónica : Editorial Trillas México 2001

La bruja no les da a sus comunicadores o locutores un código ético específico sino que cada comunicador o persona que ingresa a trabajar dentro del medio son personas que realizan su trabajo con ética. Sus comunicadores o locutores reciben solo información de como es la forma de trabajo de la misma, a decir de sus comunicadores.

1.4.1. Crítica sobre la aplicabilidad de la ética en la prensa (El Universo)

El diario el universo es un medio escrito que trata de ser lo más imparcial al informar a sus lectores, las diferentes notas o noticias , las cuales son presentadas de manera objetiva , siempre teniendo presente que la labor del comunicador en el país , en todo el mundo y en todo momento es la de servir informando a la ciudadanía. En lo que a ética se refiere, podemos decir que es uno de los diarios que menos faltan a la ética, se cuidan mucho sobre cada una de las notas presentadas, tratan de ser lo más imparciales posibles , llevan la noticia de manera rápida cumpliendo no solo con lo ético sino también con lo informativo. Muchas de las personas encuestadas opinan que lo que más les desagrade de la presa es la falta de periodismo comprometido y la información poco objetiva y descontextualizada y a unos pocos el sensacionalismo, el amarillismo, así como les agrada de la misma (la prensa) la diversificación de información. Este diario ofrece muy poco o diría escasa información sensacionalista o amarillista, más bien procura presentar o cubrir con otro tipo de informaciones ese espacio que otros ofrecen (el amarillismo o sensacionalismo) tales como cultura, tecnología servicios a la comunidad (informes de instituciones donde se puedan realizar tramites etc.). En cuanto la objetividad y descontextualización, no podemos decir mayor cosa, ya que abran cosas que uno pueda comprobar que están bien dichas o bien informadas, pero otras muchas no. En lo que a imparcialidad se refiere, se ve que es un medio interesado en informar aunque algunas personas piensen lo contrario, como en el caso de decreto 486 que permite la comercialización de las aletas de tiburones que fue uno de los casos que mayor trascendencia a tendido no solo en el Diario El Universo sino también en otros diarios, pero como en este se sigue paso a paso la información, para algunos eso quiere decir que hay intereses de por medio. Temas como estos no se deben dejar sueltos hasta que no haya una solución satisfactoria para ambas partes. Ya lo dice la **FELAP, en el Capítulo II El periodista y el Estado en su artículo 14.- el cual dice: El periodista exigirá del Estado la plena vigencia de la libertad de expresión, libre acceso a las**

fuentes de información y el derecho del pueblo a una información objetiva, veraz y oportuna.

Los comunicadores o periodistas de Diario El Universo reciben un código del medio, pues el mismo tiene un manual de estilo en donde caben las nuevas modificaciones de la DRAE, el significado de las nuevas siglas de las instituciones nuevas que se han creado, información nueva del estilo periodístico, como por ejemplo sobre como se deben presentar los artículos periodísticos, en pocas palabras de las modificaciones que se hacen en cuanto géneros periodísticos entre otras informaciones que se encuentran dentro del manual, es que el medio quiere que el trabajo que realicen sus comunicadores sea de la manera más óptima.

1.5. El papel del comunicador en los medios, como es y como debería de ser.

El comunicador social debe tener como una norma “IRRENUNCIABLE” “LA VERDAD”, fuera de esa norma, se convierte automáticamente en un ser que ejerce la profesionalidad del periodismo sin escrúpulos. El comunicador social, cuando transmite una información, debe hacerlo despojándose totalmente de sus opiniones y sentimientos personales, ya que de otra manera dejaría de ser objetivo².

El periodista es el intermediario profesional, ello lo hace ser un factor importante del proceso informativo, y su ética profesional estará orientada al desempeño correcto de su oficio, así como a contribuir a eliminar o reducir las actuales deformaciones de las funciones sociales informativas.

Como debe de ser el periodista, o comunicador

El periodista debe ser un servidor de intereses colectivos, con funciones eminentemente sociales dirigidas al desarrollo integral del individuo y de la comunidad.

El periodista o comunicador debe participar activamente en la transformación social orientada al perfeccionamiento democrático de la sociedad; debe consagrar su conciencia y quehacer profesional a promover el respeto a las libertades y a los derechos humanos.

² <http://www.aporrealos.org/ddhh/a20286.html>

El periodista o comunicador debe contribuir al fortalecimiento de la paz, la coexistencia pacífica, la autodeterminación de los pueblos, el desarme, la distensión internacional y la comprensión mutua entre los pueblos del mundo, luchar por la igualdad de la persona humana sin distinción de raza, opinión, origen, lengua, religión y nacionalidad.

Es un elevado deber del periodista contribuir a la independencia económica, política y cultural de nuestras naciones y pueblos, al establecimiento de un nuevo orden económico internacional y la descolonización de la información.

El periodista o comunicador tiene que:

- Impulsar, consolidar y defender la libertad de expresión y el derecho a la información, entendido éste como el derecho que tienen los pueblos a informar y a ser informados.
- Promover las condiciones para el establecimiento del flujo libre y equilibrado de la noticia en los niveles mundial, regional y nacional.
- Luchar por un nuevo orden informativo acorde con los intereses de los pueblos que sustituya al que actualmente impera en la mayoría de los países de Latinoamérica, deformando su realidad.
- Pugnar por la democratización de la información, a fin de que el periodista ejerza su misión de mediador profesional y agente de cambio social y de que la colectividad tenga acceso a esa misma información.

En su labor profesional, el periodista deberá adoptar los principios de la veracidad y de la ecuanimidad, y faltará a la ética cuando silencie, falsee o tergiverse los hechos, sucesos y acerca de las opiniones que sobre ellos emitan, a fin de que el receptor del mensaje noticioso pueda interpretar el origen y la perspectiva de los hechos. En la difusión de ideas y opiniones, el periodista promoverá la creación de las condiciones para que ellas puedan expresarse democráticamente y no sean coartadas por intereses comerciales, publicitarios o de otra naturaleza.

El periodista debe de ser responsable de sus informaciones y opiniones; aceptará la existencia de los derechos de réplica y respetará el secreto profesional relativo a sus fuentes.

El periodista deberá evitar acciones violatorias a la ética profesional:

- El plagio y el irrespeto a la propiedad intelectual;
- La aceptación del soborno, el cohecho y la extorsión;
- La omisión de información de intereses colectivos
- La difamación y la injuria,
- El sensacionalismo.

El periodista deberá contribuir a la defensa de la naturaleza y denunciar los hechos que generen la contaminación del medio ambiente.³

Como es el comunicador en nuestro país:

Al hacer una comparación con lo que debería de hacer o ser un comunicador y como es, hay un gran abismo.

El periodista o comunicador en nuestro país defiende aparentemente mucho la libertad de mantener informada a la comunidad. En dicha misión últimamente, han sido atacados muy duramente por el gobierno de turno que pretende castigarlos o sancionarlos por presentar a la ciudadanía videos un tanto comprometedores para uno de sus funcionarios el ministro de economía Ricardo Patiño el cual se encontraba discutiendo con inversionistas temas de como asustar a los mercados para beneficiarse por la venta de deuda⁴. La cinta provocó una investigación judicial y Patiño enfrentó una moción de censura en el Congreso. El ministro de economía alega que él mismo ordenó esas filmaciones, y que con las cuales (Patiño) buscaba revelar prácticas poco éticas en los mercados de deuda. Lo cierto es que los periodistas o mejor dicho los medios han cumplido con su misión de informar, por mucho que al mandatario no le parezca. Pero vale la pena preguntarse si muchos de los medios lo hacen por informar a la comunidad o por defender sus intereses. Los medios de comunicación tal como lo manifiesta Luís López Forero en su libro “Ética comunicación y códigos del periodismo” funcionan con la estructura de gran empresa capitalista, refuerza el poder de las clases dominantes. Esto

³ FORERO Luís López y GONZÁLEZ Luís José :Ética, comunicación y códigos del periodismo: Editorial el Búho Bogotá 1990

⁴ <http://www.20minutos.es/noticia/259530/0/ecuador/censura/videos/>

resulta evidente en el caso de aquellos medios cuyos propietarios son personas o empresas particulares. Los medios de comunicación como prensa, radio, o televisión, pertenecen a familias y grupos de gran poder económico ,el hecho de tener estas condiciones a la hora de presentar una noticia no nos garantiza la imparcialidad en la misma o de que el interés de dichos medios sea el de verdaderamente informar y no poner en contra del pueblo a X persona o sector , ya que como empresario y dueño de un medio no voy a clavarme un puñal por la espalda, y a presentar notas que vayan en mi descrédito.

Entre los deberes insoslayables del periodista está el defender la libertad de expresión, en el Ecuador, se defiende la libertad de expresión, al menos eso es lo que promulgan muchos periodistas (lo manifiestan muchos por no decir la mayoría de los periodistas entrevistados) Algunos de los periodistas entrevistados, dicen tener la libertad para presentar sus notas siempre y cuando las mismas no atenten contra la sociedad y que no hay imposición algunas de noticias y notas de ninguna clase. El periodista siempre tiene que defender su nota por sobre todas las cosas, para llevarla a la teleaudiencia y mantenerla informada, pero hay sus excepciones en que no se puede informar por seguridad de la comunidad como por ejemplo lo que el paso al Sr. Fabián Loza reportero de Gamavision el cual, a pedido de la Defensa Civil no presento al aire , el verdadero riesgo que estaban corriendo los pobladores que vivían muy cerca o casi en las faldas del volcán Tungurahua, pues ellos les pidieron al periodista (la Defensa Civil) que no presente la nota y que dejara que ellos iban a tomar cartas en el asunto de manera urgente . En casos como estos es imposible que una persona o un profesional pueda presentar una nota como ésta, pues estaría poniendo en riesgo las vidas de las personas. En este caso el periodista actuó con conciencia pues al presentar esta nota al momento que descubrió la magnitud del problema lo que hubiese provocado era una avalancha de gente desesperadas por salir, claro que su primicia luego fue presentada por otros colegas de otros medios. Lo que nos demuestra que aún se está trabajando con conciencia, y enfocado a defender el bienestar de la comunidad y sobre todo el comunicador de hoy en día lucha mucho por que la libertad de expresión prime en su trabajo diario.

Entre las nuevas formas de hacer periodismo en el país últimamente y que atentan contra la ética es el sensacionalismo. En el periodismo es lo que está últimamente de moda, con

los famosos talk shows , los programas dedicados netamente a la farándula, los cuales se dedican a explotar y a explorar la vida ajena de los más famosos no solo dentro sino fuera del país(en el caso de los primeros) y a explotar y explorar la miseria humana (en el caso de los segundos) todo esto atentan contra la ética tal como lo manifiesta el código de ética de la **FENAPE en el capítulo 1 que habla del Periodista y la Comunidad en el artículo 5** que dice: el periodista no debe utilizar su profesión para denigrar o humillar la dignidad humana. **El código del periodista de Bogotá lo hace ver en su artículo octavo** sobre el sensacionalismo el cual dice: el sensacionalismo es una deformación interesada de la noticia, implica manipulación y engaño por lo tanto burla la buena fe del público.

- El periodismo debe respetar la vida privada, la dignidad y la intimidad de las personas y sólo referirse a aquellos sucesos o circunstancias de carácter privado que adquieren claro interés público.
- Debe abstenerse de explorar la morbosidad del público y la curiosidad malsana.
- Especial cuidado ha de observarse en las informaciones sobre procesos judiciales en curso, ya que, incluso sin incurrir en ilegales violaciones de la reserva sumarial, es posible influir en la condena o absolución de los inculcados⁵.

La televisión es donde mayormente podemos ver como se rinde culto al sensacionalismo. La televisión nacional no se queda atrás, donde cada vez y cuando vemos como se van incrementando este tipo de prácticas.

El periodista al igual que la mayoría de los seres humanos, tienen la obligación de preservar el medio ambiente y defenderlo. En el caso muy particular del país es noticia de todos los diarios y medios la defensa y el desacuerdo con el decreto 486 que el Presidente de la República a impuesto el cual legaliza la comercialización de las aletas de tiburones y por la cuál a tendido grandes enfrentamientos con los medios de comunicación, los cuales a su vez han defendido y repudiado estas acciones que atentan contra el ecosistema marítimo.

No debemos de olvidarnos que el profesional en comunicación es ante todo un ser humano un ciudadano por lo tanto , posee una concepción de vida y una conciencia de

⁵ HERRÁN María. Teresa y RESTREPO Javier Darío: Ética para periodistas: Editorial: Tercer Mundo Bogotá 1995.

sus deberes y derechos sociales, independientemente de su profesión posee una responsabilidad política, cívica y familiar. *Los valores que en este triple nivel de vivencia social pueden orientar su comportamiento giran en torno a dos ejes: la persona y la comunidad, lo que le recuerda las exigencias de la dignidad inherente a todo ser humano, prójimo, lejano amigo o enemigo, comenzando por los derechos fundamentales: derecho a la vida, al trabajo, a la seguridad de la persona , a la privacidad, a fundar una familia, a la propiedad sobre los bienes necesarios para vivir , a la libertad de pensamiento, de conciencia , de religión y de expresión, etc*⁶ . “El periodista debe de luchar por concebir la libertad de información como un factor de la elevación espiritual, moral y material del hombre. Por lo tanto, no debe dejar que intereses mercantiles o sensacionalistas deformen la información. No obstante, una conducta profesional ajustada a los lineamientos éticos no es suficiente garantía de una información honesta y veraz. Se hace necesario establecer por esto responsabilidades de los propietarios de los medios de comunicación, quienes con frecuencia guían su conducta en busca de objetivos materiales antes que en la prestación de un servicio público⁷”.

“El periodismo sólido y profesional es la piedra angular de la ética periodística. Los estándares del profesionalismo y de ética periodística deben ser una parte integral del entrenamiento del periodismo⁸.”

Los periodistas en cada país tienen que trabajar juntos para establecer y revisar estándares comunes de ética y de profesionalismo, para lograr que el ejercicio profesional del periodismo se desenvuelva en un ambiente de entendimiento entre todos los que ejercen esta profesión.

CAPÍTULO II

DESARROLLO DEL TRABAJO INVESTIGATIVO

⁶ FORERO Luís López y González Luís José : Ética, comunicación y códigos del periodismo: Editorial el Búho Bogotá 1990

⁷ <http://simon-bolivar-org.blogspot.com/2007/06/codigo-de-etica-del-periodista.html>

⁸ <http://www.ijnet.org/> Ética de Medios y Auto-Regulación IFJ Declaración de Tirana

2.1 Análisis de datos y diseño de tablas estadísticas. Presentación de resultados.

Nota: De la muestra tomada (52 personas) 4 de ellos, han trabajado o trabajan dentro de un medio de comunicación, el resto son profesionales en distintas carreras, amas de casa (bachilleras) y/o estudiantes en formación, que van desde los 20 a 50 años de edad , la muestra fue aplicada en la ciudad de Quito .

INFORMACIÓN GENERAL:

<u>EDAD</u>			
EDAD: Rango de 5	FRECUENCIA	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
20 a 25	12	23.07	23.08
26 a 31	15	28.85	51.93
32 a 37	9	17.3	69.23
38 a 43	9	17.3	86.53
44 a 49	6	11.53	98.06
50 a 55	1	1.92	99.98
	52	100%	

Fuente: La autora

CIUDAD

CIUDAD	TOTAL ENCUESTADOS
Quito	52

Fuente: La autora

TITULO

NIVEL DE ESTUDIOS	CANTIDAD
-------------------	----------

Bachilleres	7
Lcdo. Jurisprudencia y/o abogados	3
Ing. Comercial	4
ing. Adm. De Empresas	6
Estudiantes en Formación	11
Lcdo. Turismo Ecológico	3
Otras Profesiones	18
TOTAL	52

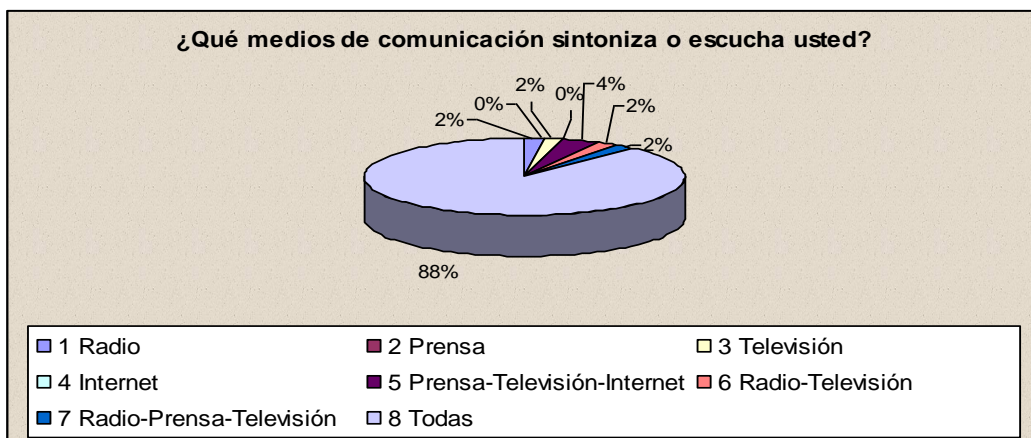
Fuente: La autora

OCUPACIÓN

OCUPACIÓN	CANTIDAD
Amas de casa	3
Estudiantes varias carreras	4
Abogados	3
Auxiliares dep. contable	3
Empleados privados	8
Secretarias	4
Administradores empresas	3
Otras ocupaciones	24
TOTAL	52

Fuente: La autora

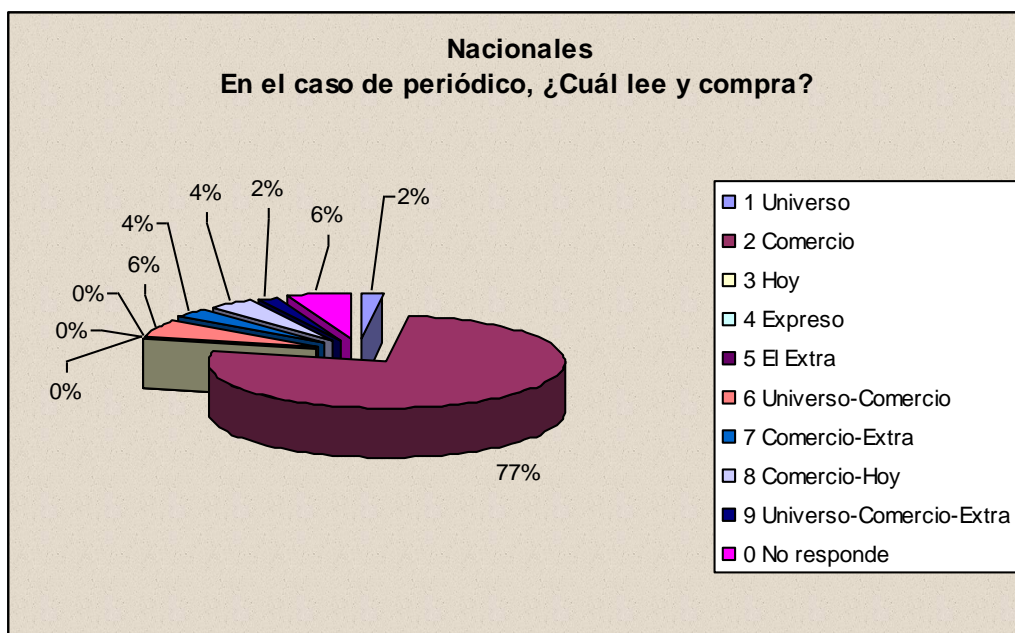
Pregunta			
Código	Valor		
1	¿Qué medios de comunicación sintoniza o escucha usted?		
<i>Opciones</i>			
Código	Valor	Frecuencia	Porcentaje
1	Radio	1	1.92%
2	Prensa	0	0%
3	Televisión	1	1.92%
4	Internet	0	0%
5	Prensa-Televisión-Internet	2	3.84%
6	Radio-Televisión	1	1.92%
7	Radio-Prensa-Televisión	1	1.92%
8	Todas	46	88.46%
		52	100.00%



Fuente: La autora

Los medios de comunicación tradicionales siguen siendo los preferidos de la mayoría, pero la gran revelación el Internet, en pocos años ha logrado alcanzar la aceptación que ostentan los siempre favoritos (prensa, radio y televisión) a nivel de todas las edades.

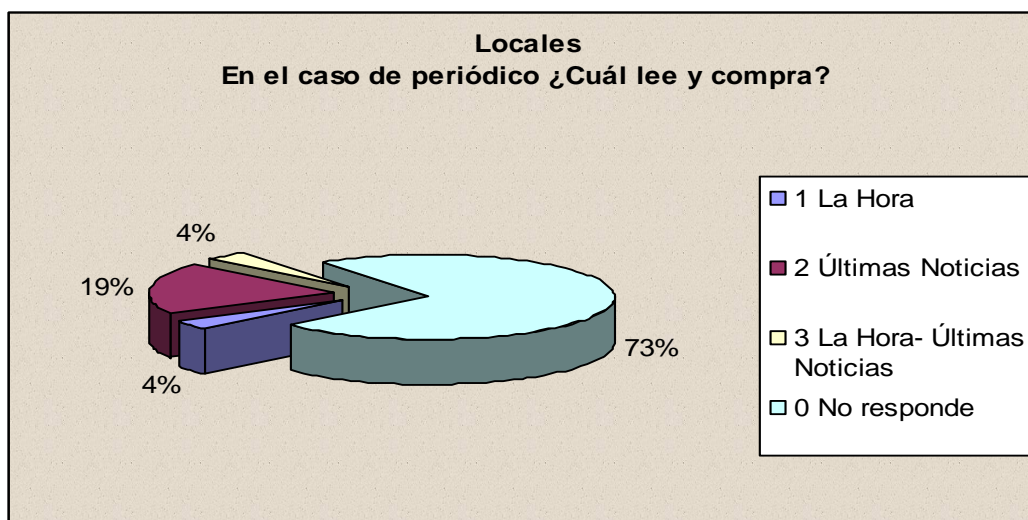
PRENSA			
Pregunta			
Código	Valor		
2.a	En el caso de periódico, ¿Cuál lee y compra?		
Opciones			
Código	Valor	Frecuencia	Porcentaje
	Nacionales		
1	<i>Universo</i>	1	1.92%
2	<i>Comercio</i>	40	76.92%
3	<i>Hoy</i>	0	0
4	<i>Expreso</i>	0	0
5	<i>El Extra</i>	0	0
6	<i>Universo-Comercio</i>	3	5.76%
7	<i>Comercio-Extra</i>	2	3.84%
8	<i>Comercio-Hoy</i>	2	3.84%
9	<i>Universo-Comercio-Extra</i>	1	1.92%
0	<i>No responde</i>	3	5.76%
		52	100%



Fuente: La autora

El Comercio es el diario de mayor venta en la ciudad de Quito, seguido por el Diario El Universo y el Extra manteniendo su aceptación entre la ciudadanía quiteña.

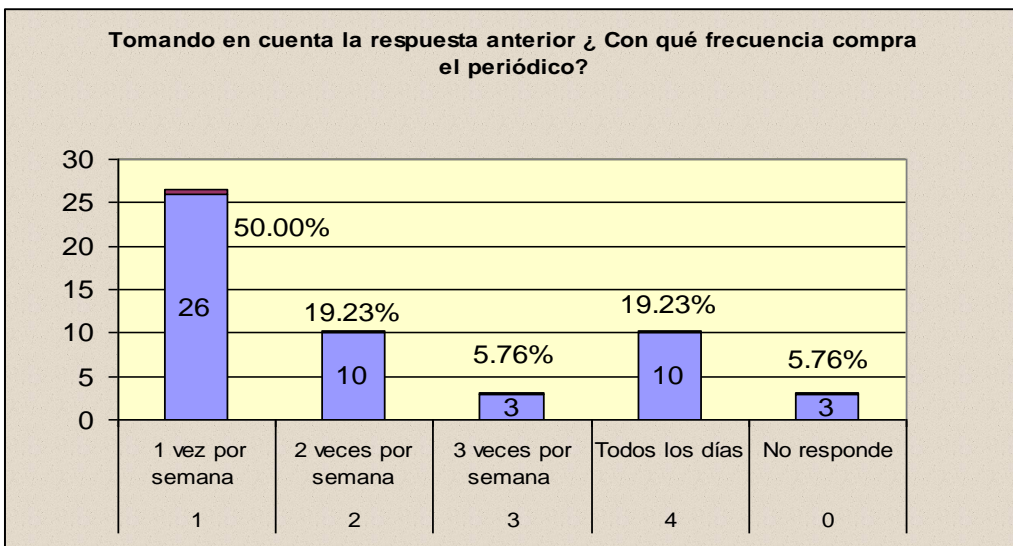
Pregunta			
Código	Valor		
2.b	En el caso de periódico, ¿Cuál lee y compra?		
Opciones			
Código	Valor	Frecuencia	Porcentaje
	Locales		
1	<i>La Hora</i>	2	3.84%
2	<i>Últimas Noticias</i>	10	19.23%
3	<i>La Hora- Últimas Noticias</i>	2	3.84%
0	<i>No responde</i>	38	73.07%
		52	100%



Fuente: La autora

De los diarios locales, el vespertino “Últimas Noticias” del grupo “El Comercio” lidera las ventas de periódicos en la ciudad de Quito, a pesar de ello se observa una baja considerable de lectores.

Pregunta			
Código	Valor		
3 Tomando en cuenta la respuesta anterior. ¿ Con qué frecuencia compra el periódico?			
Opciones			
Código	Valor	Frecuencia	Porcentaje
1	<i>1 vez por semana</i>	26	50.00%
2	<i>2 veces por semana</i>	10	19.23%
3	<i>3 veces por semana</i>	3	5.76%
4	<i>Todos los días</i>	10	19.23%
0	<i>No responde</i>	3	5.76%
		52	100%



Fuente: La autora

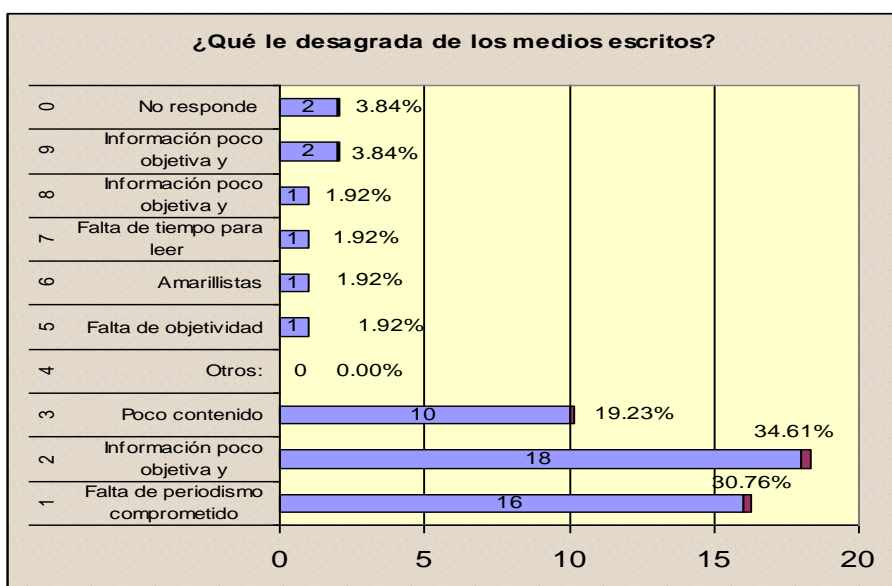
De los datos recabados podemos observar que la prensa cada vez, va perdiendo interés por parte de la ciudadanía, convirtiéndose en uno de los medios de comunicación menos adquirido diariamente.

Pregunta				
<i>Código</i>	<i>Valor</i>			
	¿Qué partes del periódico 4 consulta?			
<i>Opciones</i>				
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		Frecuencia	Porcentaje
1	<i>Noticias</i>		6	11.53%
2	<i>Página editorial y de opinión</i>		1	1.92%
3	<i>Entretenimiento y farándula</i>		1	1.92%
4	<i>Educación y cultura</i>		0	0.00%
5	<i>Deportes</i>		0	0.00%
6	<i>Salud</i>		0	0.00%
7	<i>Comunidad</i>		0	0.00%
8	<i>Infantil</i>		0	0.00%
9	<i>Noticias-entretenimiento y farándula</i>		3	5.76%
	<i>Educación y cultura- salud</i>			
10	<i>Noticias -educación y cultura</i>		2	3.84%
11	<i>Noticias -entretenimiento y farándula</i>		3	5.76%
	<i>Educación y cultura</i>			
12	<i>Mezcla entre: noticias-página editorial-</i>		33	63.46%
	<i>Entretenimiento y farándula-educación</i>			
	<i>y cultura - deportes-salud-comunidad- infantil</i>			
0	<i>No responde</i>		3	5.76%
			52	100%

Fuente: La autora

La ciudadanía quiteña, al consultar el periódico lo hace de una manera variada. Las noticias ocupan el primer lugar, para después pasar a las demás opciones que les brindan los diferentes periódicos que circulan en la ciudad.

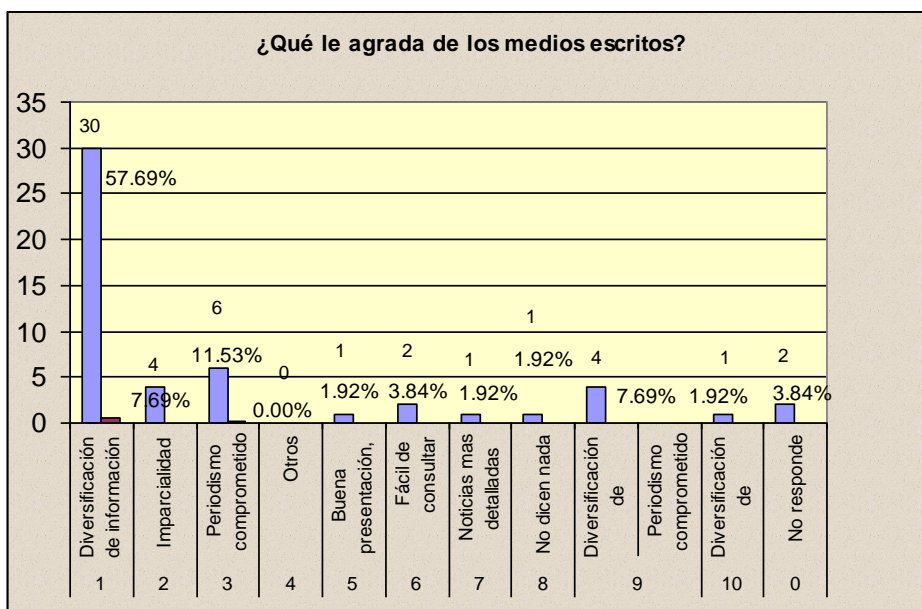
Pregunta			
Código	Valor		
5	¿Qué le desagrada de los medios escritos?		
Opciones			
Código	Valor	Frecuencia	Porcentaje
1	<i>Falta de periodismo comprometido</i>	16	30.76%
2	<i>Información poco objetiva y descontextualizada</i>	18	34.61%
3	<i>Poco contenido</i>	10	19.23%
4	<i>Otros:</i>	0	0.00%
5	<i>Falta de objetividad</i>	1	1.92%
6	<i>Amarillistas</i>	1	1.92%
7	<i>Falta de tiempo para leer</i>	1	1.92%
8	<i>Información poco objetiva y descontextualizada-poco contenido</i>	1	1.92%
9	<i>Información poco objetiva y descontextualizada-poco contenido-otros</i>	2	3.84%
0	<i>No responde</i>	2	3.84%
		52	100.00%



Fuente: La autora

La falta de periodismo comprometido con la verdad y la información poco objetiva y descontextualizada, son las cosas que más le desagradan de los medios escritos a la ciudadanía. La falta de tiempo que la gente tiene para leer aunque se presenta en un muy bajo porcentaje de la muestra tomada (en la ciudad de Quito), es una razón de peso que se debería tener en cuenta al igual que las anteriores, para que la prensa escrita como medio no desaparezca, o no se convierta en privilegio de unos pocos.

Pregunta			
Código	Valor		
6	¿Qué le agrada de los medios escritos?		
Opciones			
Código	Valor	Frecuencia	Porcentaje
1	<i>Diversificación de información</i>	30	57.69%
2	<i>Imparcialidad</i>	4	7.69%
3	<i>Periodismo comprometido con la verdad</i>	6	11.53%
4	<i>Otros</i>	0	0.00%
5	<i>Buena presentación,</i>	1	1.92%
6	<i>Fácil de consultar</i>	2	3.84%
7	<i>Noticias mas detalladas</i>	1	1.92%
8	<i>No dicen nada</i>	1	1.92%
9	<i>Diversificación de información-</i>	4	7.69%
	<i>Periodismo comprometido con la verdad</i>		
10	<i>Diversificación de información/ imparcialidad</i>	1	1.92%
0	<i>No responde</i>	2	3.84%
		52	100.00%

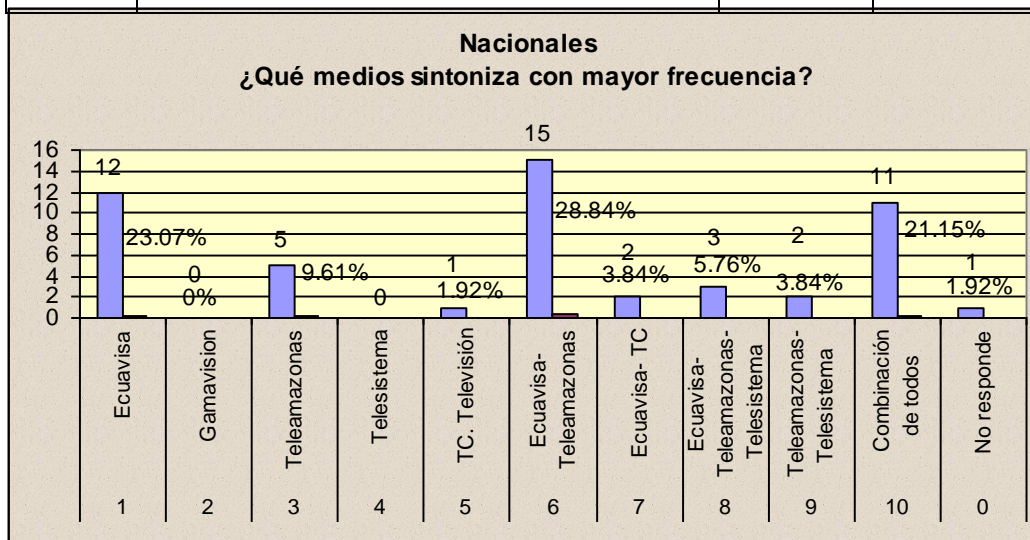


Fuente: La autora

La diversificación de la información es una de las principales cualidades que la gente le

atribuye a la prensa dándole los primeros lugares.

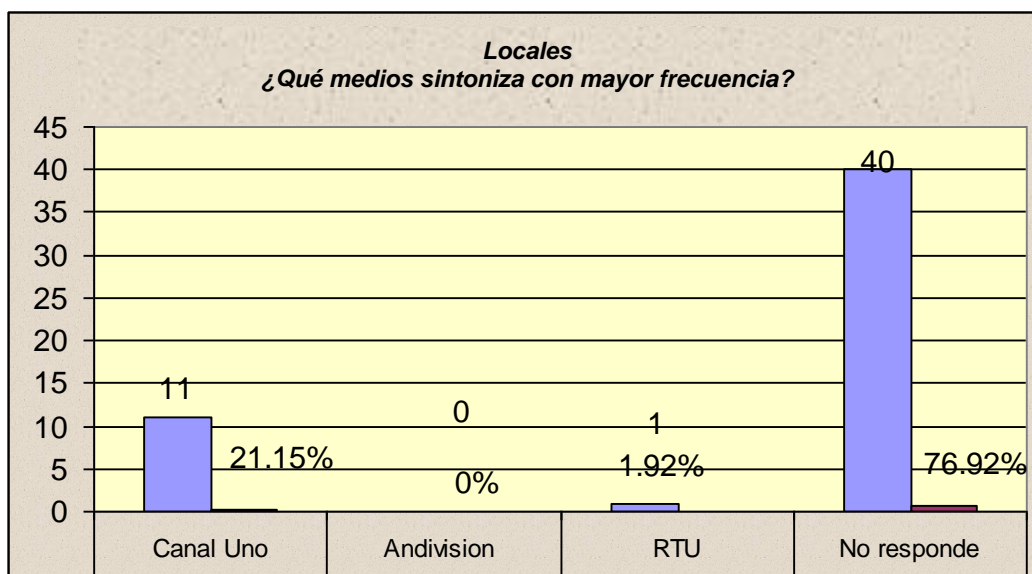
TELEVISIÓN			
Pregunta			
Código	Valor		
7a.	¿Qué medios sintoniza con mayor frecuencia?		
Opciones			
Código	Valor	Frecuencia	Porcentaje
Nacionales			
1	Ecuavisa	12	23.07%
2	Gamavision	0	0%
3	Teleamazonas	5	9.61%
4	Telesistema	0	0%
5	TC. Televisión	1	1.92%
6	Ecuavisa-Teleamazonas	15	28.84%
7	Ecuavisa- TC	2	3.84%
8	Ecuavisa-Teleamazonas-Telesistema	3	5.76%
9	Teleamazonas- Telesistema	2	3.84%
10	Combinación de todos	11	21.15%
0	No responde	1	1.92%
		52	100.00%



Fuente: La autora

En medios nacionales Ecuavisa es el medio televisivo con mayor sintonía entre la audiencia quiteña, seguido de Teleamazonas.

Pregunta			
Código	Valor		
	¿Qué medios sintoniza con mayor frecuencia?		
Opciones			
Código	Valor	Frecuencia	Porcentaje
	Locales		
1	<i>Canal Uno</i>	11	21.15%
2	<i>Andivision</i>	0	0%
3	<i>RTU</i>	1	1.92%
0	<i>No responde</i>	40	76.92%
		52	100.00%



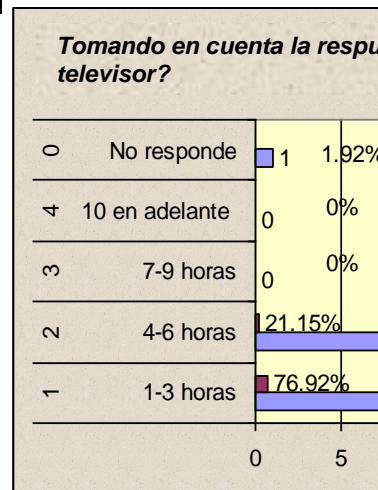
Pregunta			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
8	<i>Tomando en cuenta la respuesta anterior ¿Cuál es el promedio que pasa frente al televisor?</i>		

Fuente: La autora

En medios locales, Canal Uno es el más sintoniza

do, por la audiencia quiteña.

<i>Opciones</i>			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>	Frecuencia	Porcentaje
1	<i>1-3 horas</i>	40	76.92%
2	<i>4-6 horas</i>	11	21.15%
3	<i>7-9 horas</i>	0	0%
4	<i>10 en adelante</i>	0	0%
0	<i>No responde</i>	1	1.92%
		52	100.00%



Fuente: La autora

El promedio que pasan los televidentes frente al televisor es de 1 a 3 horas (liderando las preferencias), en un segundo lugar se ubica el promedio de 4 a 6 horas. Ubicando a la televisión como uno de los medios de comunicación más utilizados por la ciudadanía quiteña.

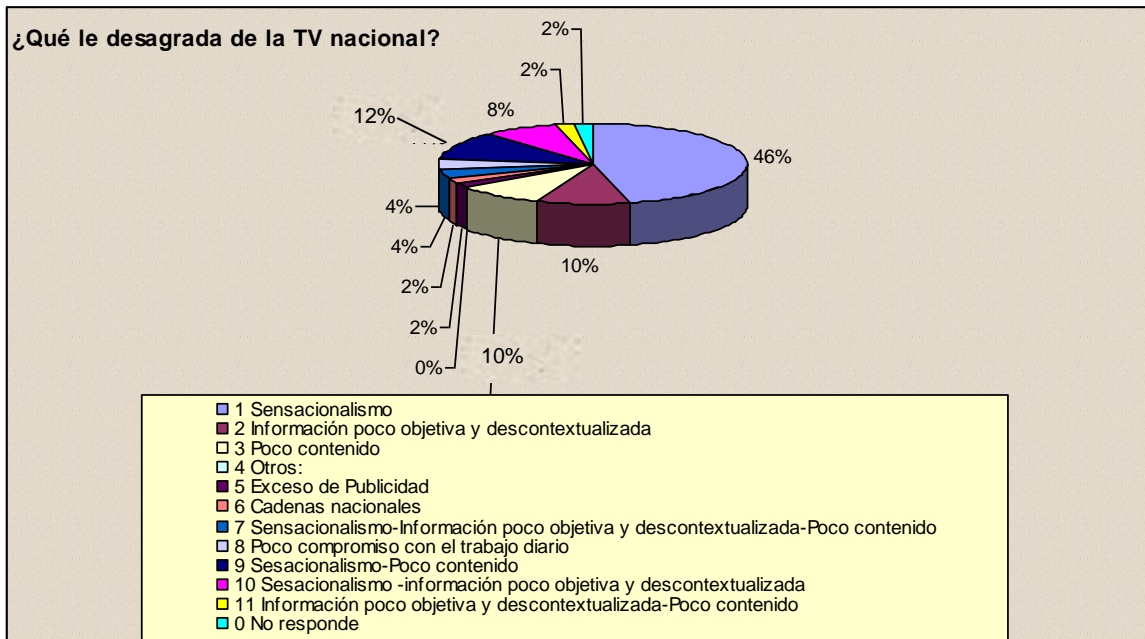
Pregunta			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
9	¿Qué programas observa con mayor frecuencia?		

<i>Opciones</i>			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>	Frecuencia	Porcentaje
1	<i>Noticias</i>	7	13.46%
2	<i>Entretenimiento y farándula</i>	0	0.00%
3	<i>Educación y cultura</i>	0	0.00%
4	<i>Deportes</i>	0	0.00%
5	<i>Salud</i>	0	0.00%
6	<i>Programas investigativos</i>	2	3.84%
7	<i>Comunidad</i>	0	0.00%
8	<i>Infantil</i>	0	0.00%
9	<i>Segmentos de cocina</i>	0	0.00%
10	<i>Noticias-salud-programas investigativos</i>	2	3.84%
11	<i>Noticias-deportes</i>	3	5.76%
12	<i>Noticias-deportes-programas investigativos</i>	2	3.84%
13	<i>Noticias-programas investigativos</i>	3	5.76%
14	<i>Noticias -entretenimiento y farándula</i>	3	5.76%
15	<i>Noticias-entretenimiento y farándula – programas investigativos</i>	3	5.76%
16	<i>Noticias -educación y cultura- programas investigativos</i>	2	3.84%
17	<i>Otros: Mezcla de todas</i>	24	46.15%
0	<i>No responde</i>	1	1.92%
		52	100.00%

Fuente: La autora

De la muestra tomada las noticias se encuentran entre las preferencias de las personas, los programas investigativos también son la otra opción muy vista por el público quiteño. Aunque se pueden observar opciones muy diversas. Por lo tanto se puede decir que la televisión se constituye en un medio más de información dada las preferencia del público por las noticias.

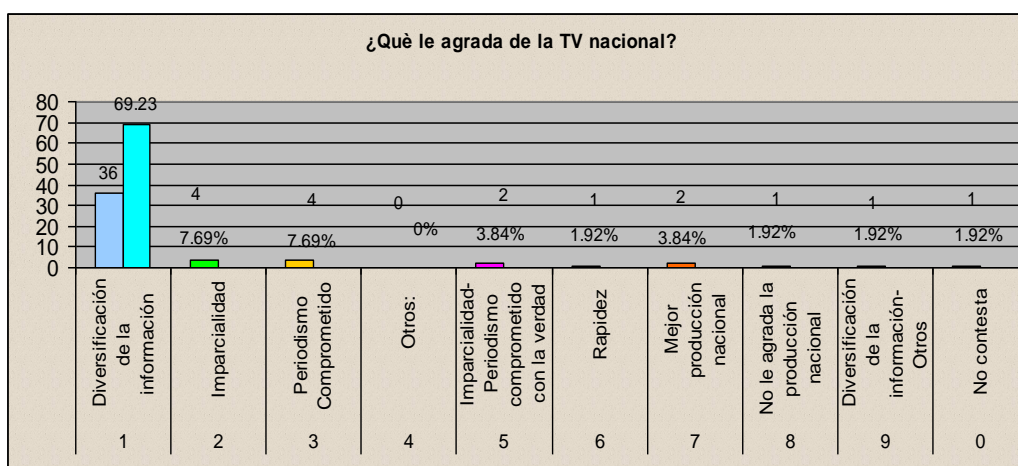
Pregunta			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
10	¿Qué le desagrada de la TV nacional?		
<i>Opciones</i>			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>	Frecuencia	Porcentaje
1	<i>Sensacionalismo</i>	24	46.15%
2	<i>Información poco objetiva y descontextualizada</i>	5	9.61%
3	<i>Poco contenido</i>	5	9.61%
4	<i>Otros:</i>	0	0.00%
5	<i>Exceso de Publicidad</i>	1	1.92%
6	<i>Cadenas nacionales</i>	1	1.92%
7	<i>Sensacionalismo-Información poco objetiva y descontextualizada-Poco contenido</i>	2	3.84%
8	<i>Poco compromiso con el trabajo diario</i>	2	3.84%
9	<i>Sensacionalismo-Poco contenido</i>	6	11.53%
10	<i>Sensacionalismo -información poco objetiva y descontextualizada</i>	4	7.69%
11	<i>Información poco objetiva y descontextualizada-Poco contenido</i>	1	1.92%
0	<i>No responde</i>	1	1.92%
		52	100.00%



Fuente: La autora

El sensacionalismo es lo que más desagrada a la ciudadanía, a este se suma la información poco objetiva y descontextualizada y el poco contenido, aunque estos últimos en menos cantidad por separado, pero son representativos y muy tomados en cuenta unidos a otros. Lo que me permite determinar que los medios televisivos deberían reestructurar su parrilla de contenidos.

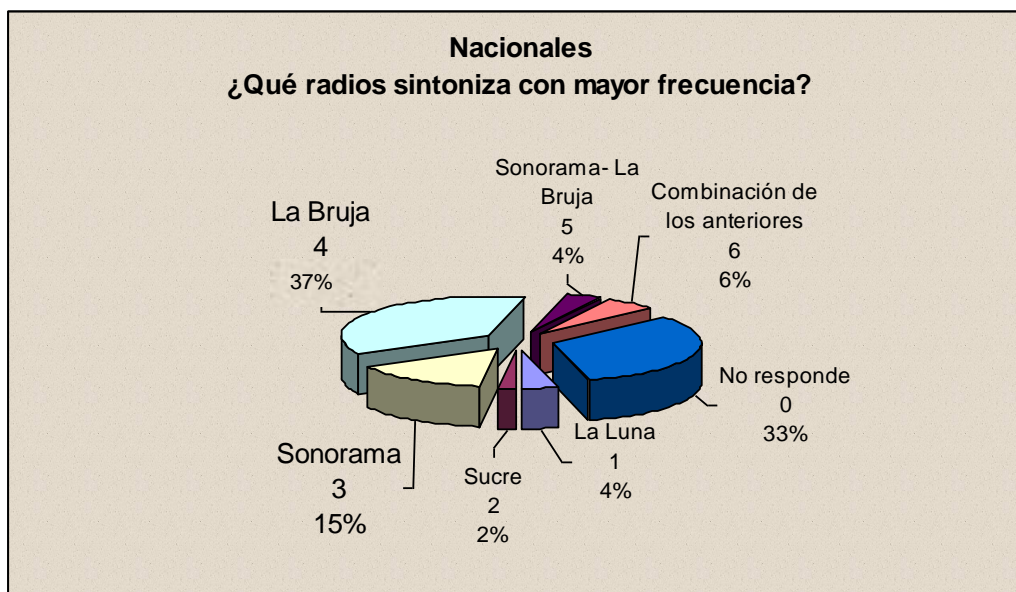
Pregunta			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
11	¿Qué le agrada de la TV nacional?		
<i>Opciones</i>			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>	Frecuencia	Porcentaje
1	<i>Diversificación de la información</i>	36	69.23
2	<i>Imparcialidad</i>	4	7.69%
3	<i>Periodismo Comprometido</i>	4	7.69%
4	<i>Otros:</i>	0	0%
5	<i>Imparcialidad-Periodismo comprometido con la verdad</i>	2	3.84%
6	<i>Rapidez</i>	1	1.92%
7	<i>Mejor producción nacional</i>	2	3.84%
8	<i>No le agrada la producción nacional</i>	1	1.92%
9	<i>Diversificación de la información-Otros</i>	1	1.92%
0	<i>No contesta</i>	1	1.92%
		52	100%



Fuente: La autora

La diversificación de la información es lo que más le agrada a la gente de la televisión. Aunque como podemos observar en la actualidad aun hay gente que cree en la imparcialidad.

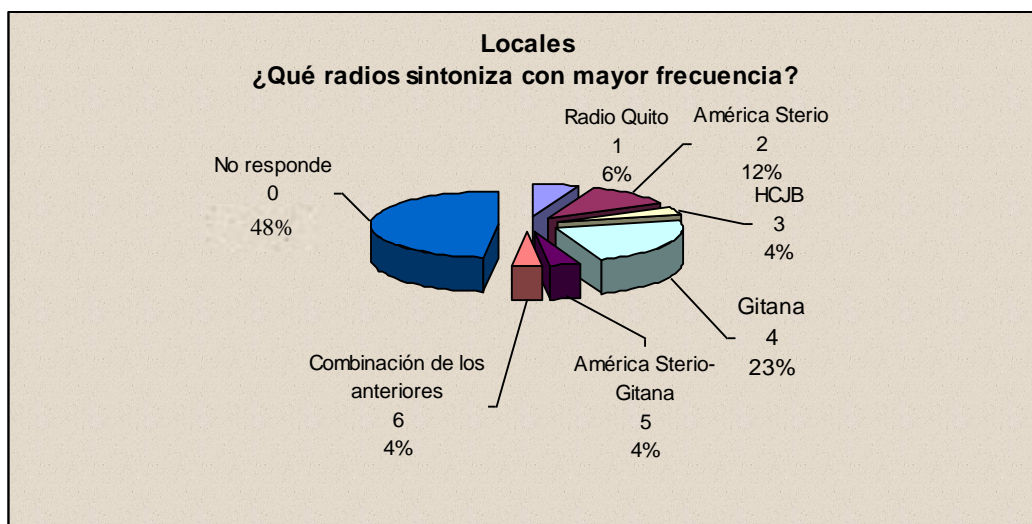
RADIO			
Pregunta			
Código	<i>Valor</i>		
12.a.	¿Qué radios sintoniza con mayor frecuencia?		
Opciones			
Código	<i>Valor</i>	Frecuencia	Porcentaje
	Nacionales		
1	<i>La Luna</i>	2	3.84%
2	<i>Sucre</i>	1	1.92%
3	<i>Sonorama</i>	8	15.38%
4	<i>La Bruja</i>	19	36.53%
5	<i>Sonorama- La Bruja</i>	2	3.84%
6	<i>Combinación de los anteriores</i>	3	5.76%
0	<i>No responde</i>	17	32.69%
		52	100.00%



Fuente: La autora

De la muestra tomada, se puede observar que la gente prefiere escuchar música, se encuentra liderando las preferencias del público radio La Bruja una radio netamente musical, seguida de Sonorama con una programación más variada.

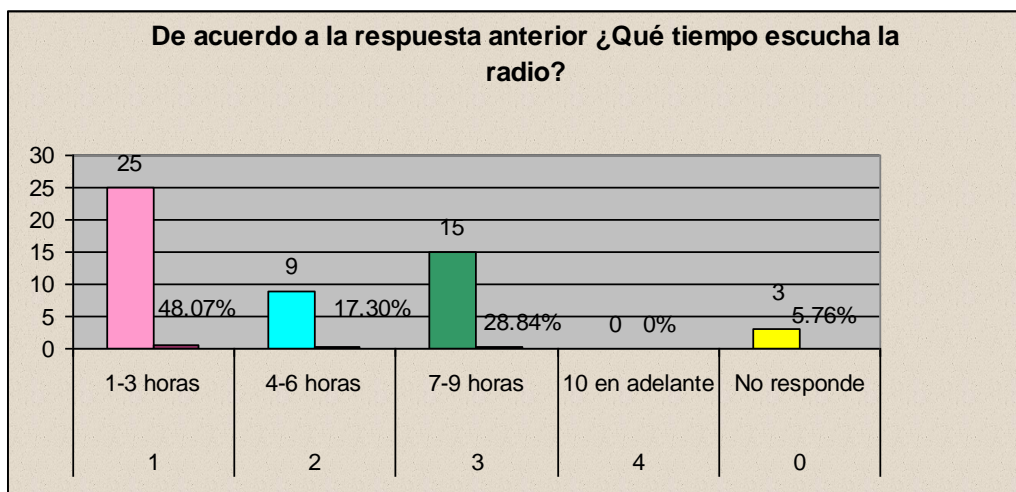
Pregunta			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
12.b.	¿Qué radios sintoniza con mayor frecuencia?		
<i>Opciones</i>			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>	Frecuencia	Porcentaje
Locales			
1	Radio Quito	3	5.76%
2	América Sterio	6	11.53%
3	HCJB	2	3.84%
4	Gitana	12	23.07%
5	América Sterio-Gitana	2	3.84%
6	Combinación de los anteriores	2	3.84%
0	No responde	25	48.07%
		52	100.00%



Fuente: La autora

A nivel de radios locales, la gente gusta de una programación mas variada, liderando Gitana (de los mismos dueños de radio la Bruja) seguida de América Sterio.

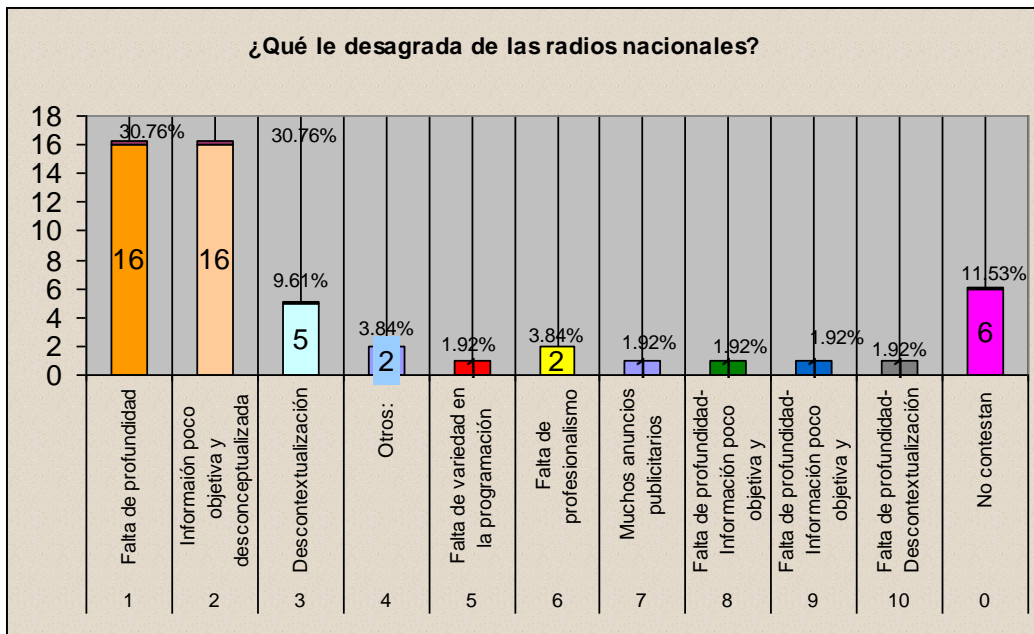
Pregunta			
Código	Valor		
13	De acuerdo a la respuesta anterior. ¿Qué tiempo escucha la radio?		
<i>Opciones</i>			
Código	Valor	Frecuencia	Porcentaje
1	1-3 horas	25	48.07%
2	4-6 horas	9	17.30%
3	7-9 horas	15	28.84%
4	10 en adelante	0	0%
0	No responde	3	5.76%
		52	100.00%



Fuente: La autora

El promedio de horas que la gente escucha música con mayor frecuencia es de 1 a 3 y de 7 a 9 horas, liderando la primera, pero la opción 2 tiene un porcentaje significativo. Por lo que podemos deducir que la radio al igual que la televisión forma parte de las preferencias del público.

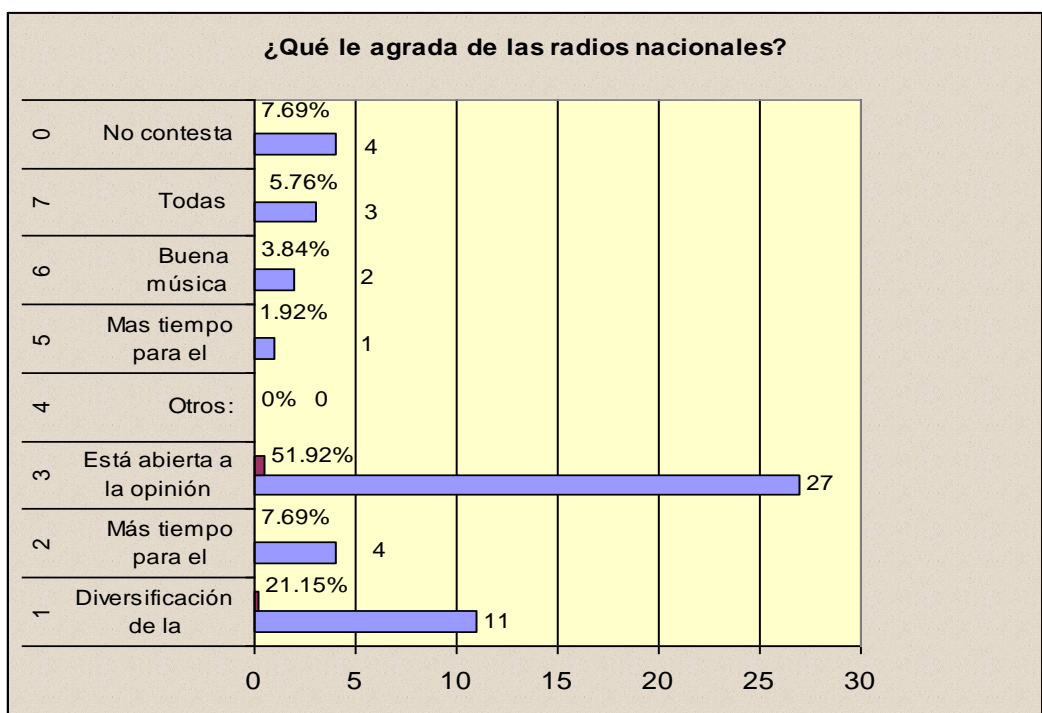
Pregunta			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
14	<i>¿Qué le desagrada de las radios nacionales?</i>		
<i>Opciones</i>			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>	Frecuencia	Porcentaje
1	<i>Falta de profundidad</i>	16	30.76%
2	<i>Información poco objetiva y desconceptualizada</i>	16	30.76%
3	<i>Descontextualización</i>	5	9.61%
4	<i>Otros:</i>	2	3.84%
5	<i>Falta de variedad en la programación</i>	1	1.92%
6	<i>Falta de profesionalismo</i>	2	3.84%
7	<i>Muchos anuncios publicitarios</i>	1	1.92%
8	<i>Falta de profundidad-Información poco objetiva y descontextualizada</i>	1	1.92%
9	<i>Falta de profundidad-Información poco objetiva y descontextualizada-otros</i>	1	1.92%
10	<i>Falta de profundidad-descontextualización</i>	1	1.92%
0	<i>No contestan</i>	6	11.53%
		52	100.00%



Fuente: La autora

La falta de profundidad y la información poco objetiva y desconceptualizada, se mantiene con un porcentaje exactamente igual, lo que quiere decir que la gente desconfía de cierta manera en la información que la radio transmite.

Pregunta			
Código	Valor		
15	¿Qué le agrada de las radios nacionales?		
Opciones			
Código	Valor	Frecuencia	Porcentaje
1	Diversificación de la información	11	21.15%
2	Más tiempo para el desarrollo de las noticias	4	7.69%
3	Está abierta a la opinión ciudadana	27	51.92%
4	Otros:	0	0%
5	Mas tiempo para el desarrollo de las noticias- Está abierta a la opinión ciudadana	1	1.92%
6	Buena música	2	3.84%
7	Todas	3	5.76%
0	No contesta	4	7.69%
		52	100.00%



Fuente: La autora

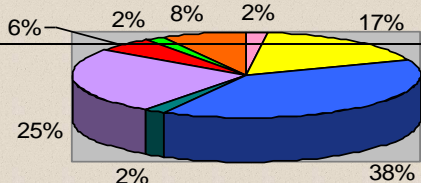
De la muestra tomada la mayoría de la gente opina que la radio les da un espacio para expresarse, seguida de la diversidad de información que la misma presenta. Lo que nos demuestra que la gente se siente identificada con la radio.

Pregunta			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
16	¿Qué páginas o sitios visita con mayor frecuencia?		
<i>Opciones</i>			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>	Frecuencia	Porcentaje
1	Informativos	14	26.92%
2	Comunidades virtuales (hi 5, Yuo tube)	4	7.69%
3	Blogs	0	0%
4	Entretenimiento	3	5.76%
5	Otros	3	5.76%
6	Buscadores (yahoo. Google.etc)	3	5.76%
7	Informativos-comunidades virtuales (hi 5, Yuo tube)	5	9.61%
8	Informativos-entretenimiento-otros	3	5.76%
9	Informativos-entretenimiento	7	13.46%
10	Comunidades virtuales (hi 5, Yuo tube)-entretenimiento	2	3.84%
11	Combinación de todos	4	7.69%
0	No contesta	4	7.69%
		52	100.00%

Fuente: La autora

El Internet es uno de los medios de comunicación que cada vez coge más fuerza entre la ciudadanía de todas las edades. Al momento de la encuesta los informativos son los que lideran las preferencias, pues el Internet ofrece un mundo de oportunidades no solo para expresarse, sino también para la diversión y la investigación.

Pregunta			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
17	¿Qué le agrada de la Internet?		
<i>Opciones</i>			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>	Frecuencia	Porcentaje
1	Convergencia de medios	1	1.92%
2	Diversidad de información	9	17.30%
3	Rapidez de acceso a información	20	38.46%
4	Otros	1	1.92%
5	Diversidad de información-Rapidez de acceso a información	13	25%
6	Convergencia de medios-Diversidad de información-Rapidez de acceso a información.	3	5.76%
7	Convergencia de medios-Diversidad de información. ¿Qué le agrada de la Internet ?	1	1.92%
0	No responde	4	7.69%
		52	100.00%



- 1 Convergencia de medios
- 2 Diversidad de información
- 3 Rapidez de acceso a información
- 4 Otros
- 5 Diversidad de información-Rapidez de acceso a información
- 6 Convergencia de medios-Diversidad de información-Rapidez de acceso a información.
- 7 Convergencia de medios-Diversidad de información.
- 0 No responde

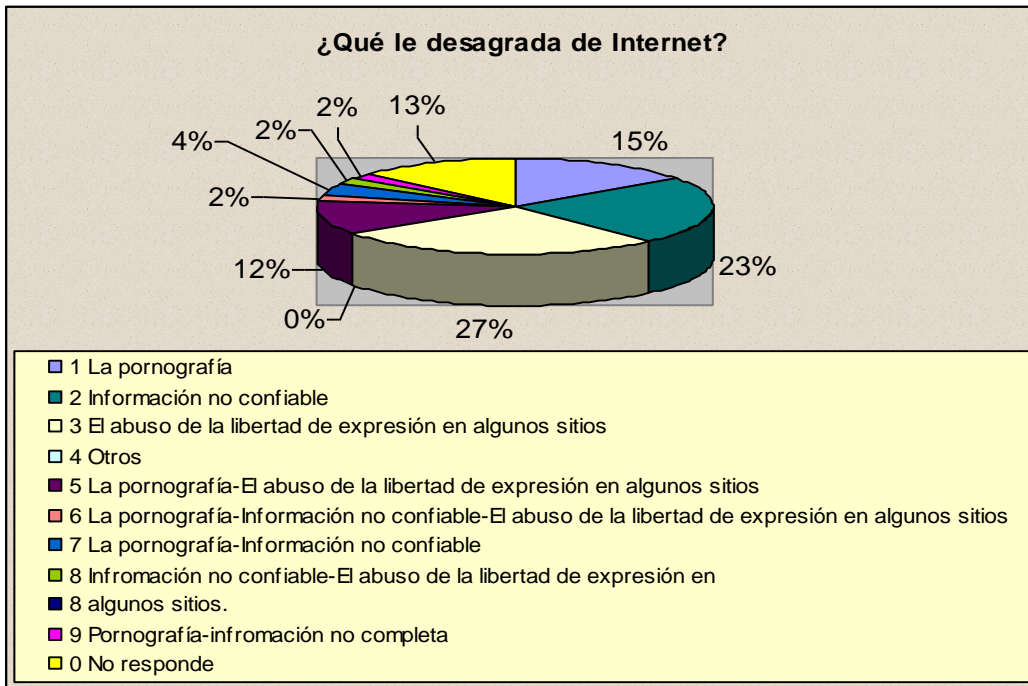
Fuente: La autora

La “rapidez” con la cual se puede acceder a la información, lidera las preferencias, seguida por la diversidad de información con la que el usuario cuenta al momento de buscar información.

Pregunta			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
18	¿Qué le desagrada de Internet?		
<i>Opciones</i>			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>	Frecuencia	Porcentaje
1	La pornografía	8	15.38%
2	Información no confiable	12	23.07%
3	El abuso de la libertad de expresión en algunos sitios	14	26.92%
4	Otros	0	0%
5	La pornografía-el abuso de la libertad de expresión en algunos sitios	6	11.53%
6	La pornografía-Información no confiable-el abuso de la libertad de expresión en algunos sitios	1	1.92%
7	La pornografía-información no confiable	2	3.84%
8	Información no confiable-el abuso de la libertad de expresión en algunos sitios.	1	1.92%
9	Pornografía-información no completa	1	1.92%
0	No responde	7	13.46%

		52	100.00%
--	--	-----------	----------------

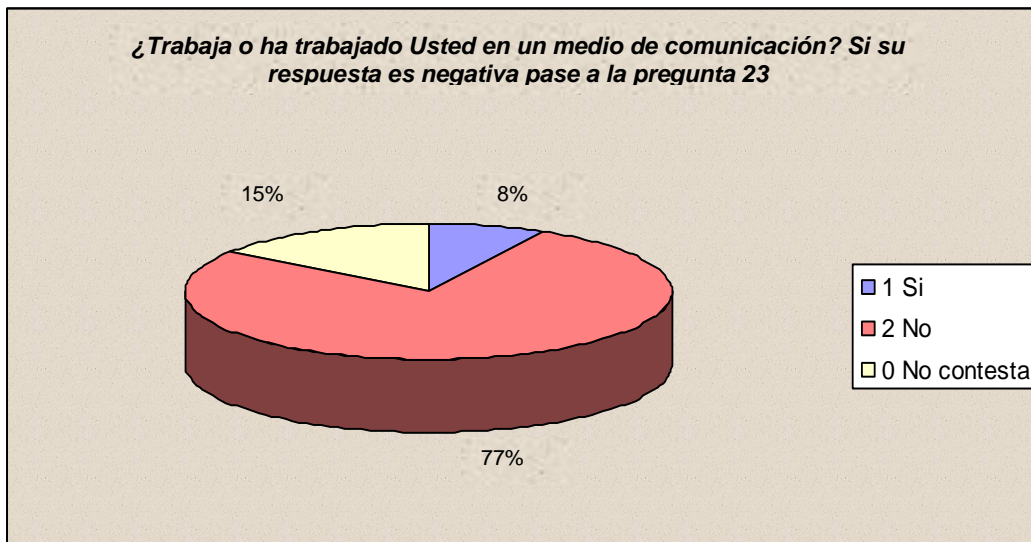
.



Fuente: La autora

Una de las grandes desventajas de Internet, es el abuso de la libertad de expresión de algunos sitios, pues no hay restricciones para poner anuncios o servicios considerados delicados tales como: la pornografía la cual se exhibe en este medio sin ningún problema. Al tener todas estas características mucha de la información que se presentan se podría considerar no confiable.

Pregunta			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
19	¿Trabaja o ha trabajado Usted en un medio de comunicación? Si su respuesta es negativa pase a la pregunta 23		
<i>Opciones</i>			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	4	7.69%
2	No	40	76.92%
0	No contesta	8	15.38%
		52	100.00%

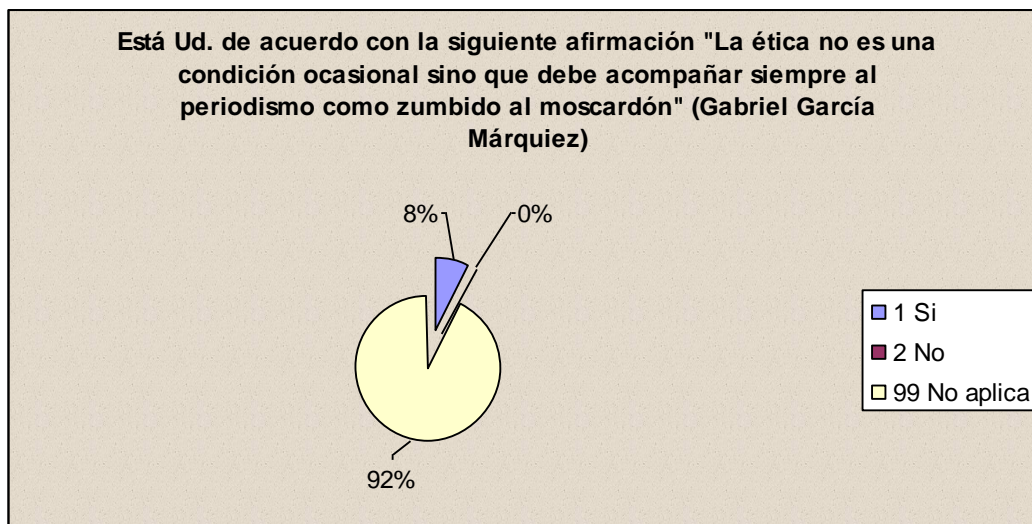


Fuente: La autora

De los 52 encuestados solo cuatro han trabajado en un medio de comunicación

Nota: Las siguientes preguntas 20a, 20b, 21 y 22 fueron diseñadas para personas que trabajan o han trabajado en un medio de comunicación

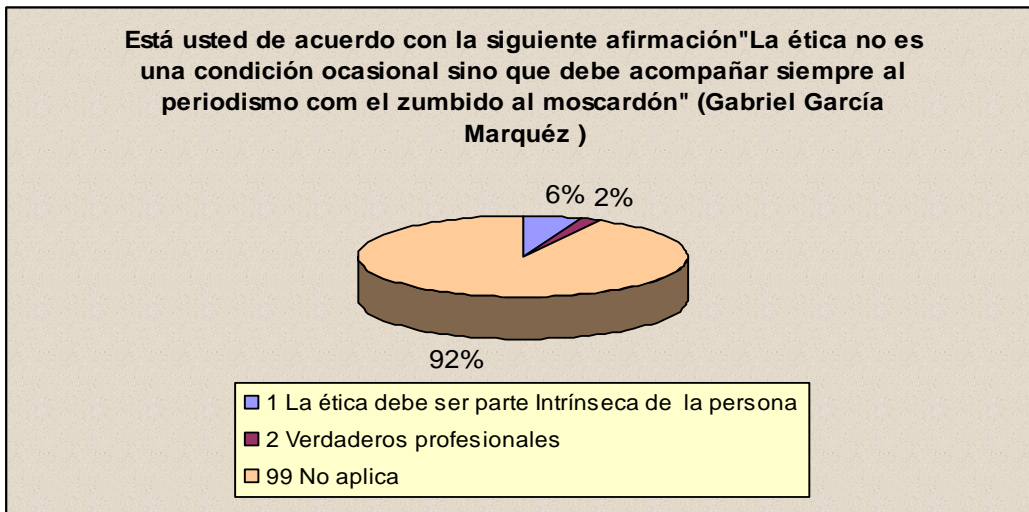
Pregunta			
Código	Valor		
20 a.	<i>Está Usted de acuerdo con la siguiente afirmación: “La ética no es una condición ocasional sino que debe acompañar siempre al periodismo como el zumbido al moscardón.” (Gabriel García Márquez)</i>		
Opciones			
Código	Valor	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	4	7.69%
2	No	0	0%
99	No aplica	48	92.30%
		52	100.00%



Fuente: La autora

Los cuatro comunicadores encuestados manifiestan estar de acuerdo con la frase de Gabriel García Márquez.

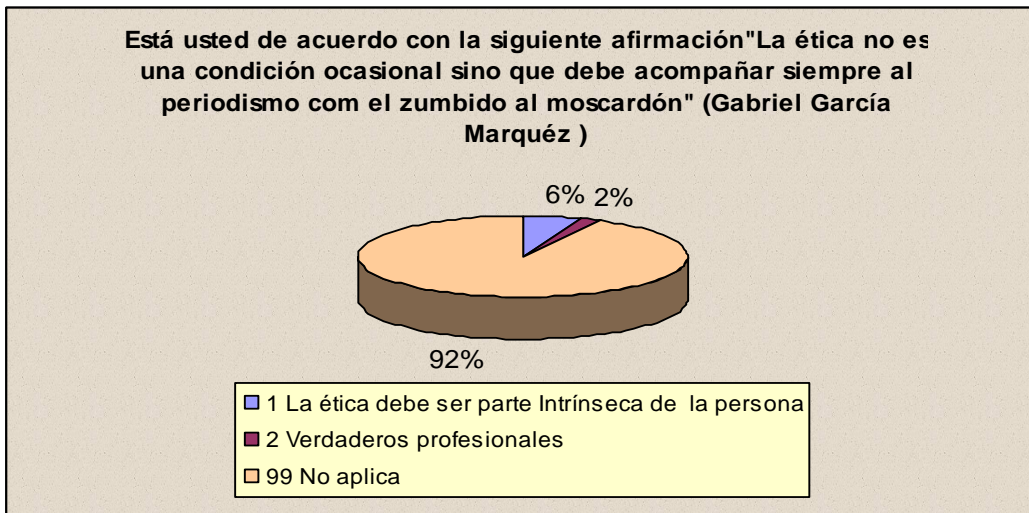
Pregunta			
Código	Valor		
20 b.	Está Usted de acuerdo con la siguiente afirmación: "La ética no es una condición ocasional sino que debe acompañar siempre al periodismo como el zumbido al moscardón." (Gabriel García Márquez)		
Opciones			
Código	Valor	Frecuencia	Porcentaje
1	La ética debe ser parte intrínseca de la persona	3	5.76%
2	Verdaderos profesionales	1	1.92%
99	No aplica	48	92.30%
		52	100.00%



Fuente: La autora

De los cuatro comunicadores encuestados 3 de ellos opinan que la ética tiene que ser algo íntimo propio que tiene que acompañar a la persona por sobre todas las cosas y más aún a un profesional del periodismo.

Pregunta			
Código	Valor		
21	¿Cuáles son los principales dilemas o problemas éticos que ha enfrentado en el ejercicio profesional en un medio de comunicación? (enumere cinco)		
Opciones			
Código	Valor	Frecuencia	Porcentaje
1	Falta de profesionalismo y organización del medio	3	5.76%
2	Compromisos e intereses personales del medio con determinados sectores o personas	1	1.92%
99	No aplica	48	92.30%
		52	100.00%

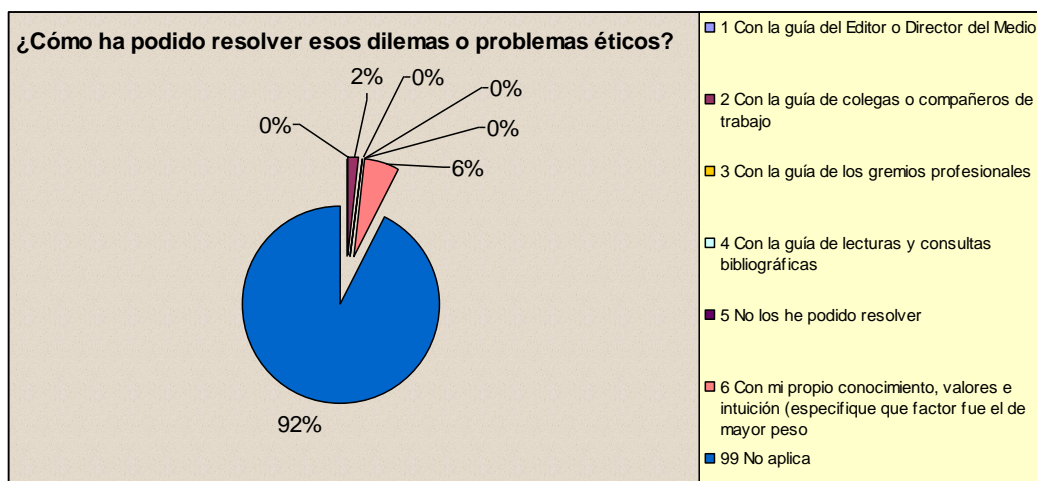


Fuente: La autora

De los cuatro comunicadores encuestados 3 de ellos coinciden que a los medios de comunicación en general les hace falta profesionalismo y tener una mejor organización.

Lo que significa que los medios deberían analizar más a fondo como están organizados como empresa y cuales son los deberes, derechos y obligaciones de quienes dirigen y trabajan dentro de los mismos.

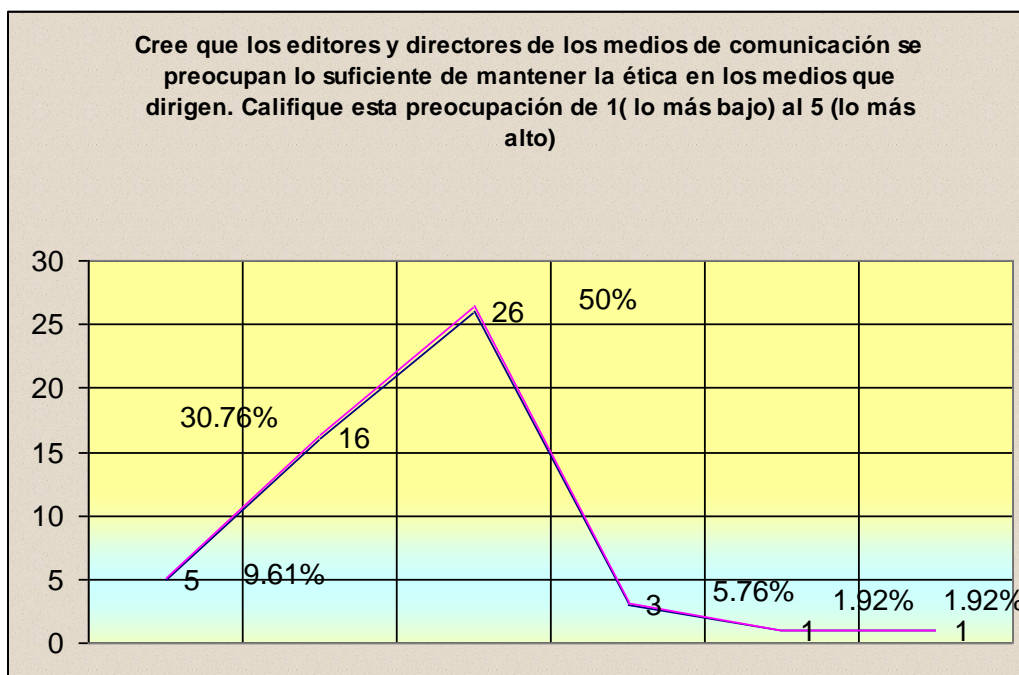
Pregunta			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
22	¿Cómo ha podido resolver esos dilemas o problemas éticos?		
<i>Opciones</i>			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>	Frecuencia	Porcentaje
1	Con la guía del Editor o Director del Medio	0	0%
2	Con la guía de colegas o compañeros de trabajo	1	1.92%
3	Con la guía de los gremios profesionales	0	0%
4	Con la guía de lecturas y consultas bibliográficas	0	0%
5	No los he podido resolver	0	0%
6	Con mi propio conocimiento, valores e intuición (especifique que factor fue el de mayor peso)	3	5.76%
99	No aplica	48	92.30%
		52	100%



Fuente: La autora

Los cuatro comunicadores encuestados alegan que han podido resolver esos dilemas con su propio conocimiento, valores e intuición, aunque también dicen que han recibido ayuda (a la hora de resolver algún dilema ético).de sus compañeros.

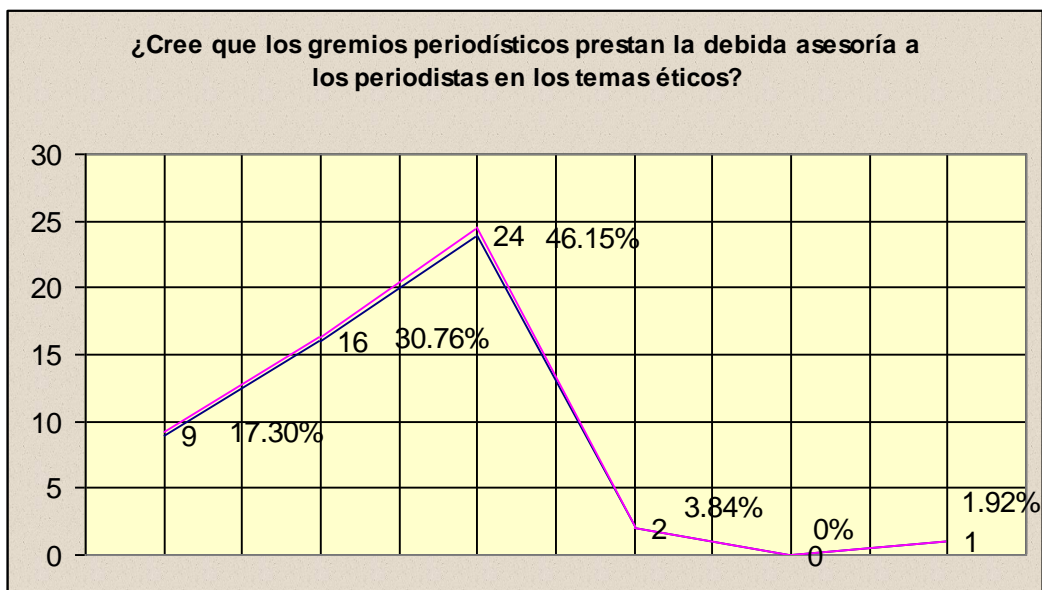
Pregunta			
Código	Valor		
23	15. Cree que los editores y directores de los medios de comunicación se preocupan lo suficiente de mantener la ética en los medios de comunicación que dirigen. Califique esta preocupación del 1 (lo más bajo) al 5 (lo más alto)		
Opciones			
Código	Valor	Frecuencia	Porcentaje
1	1	5	9.61%
2	2	16	30.76%
3	3	26	50%
4	4	3	5.76%
5	5	1	1.92%
0	No contesta	1	1.92%
		52	100.00%



Fuente: La autora

Para la ciudadanía los editores y directores de los medios se preocupan medianamente de mantener la ética en los diferentes medios. De los encuestados solo uno les da total confianza.

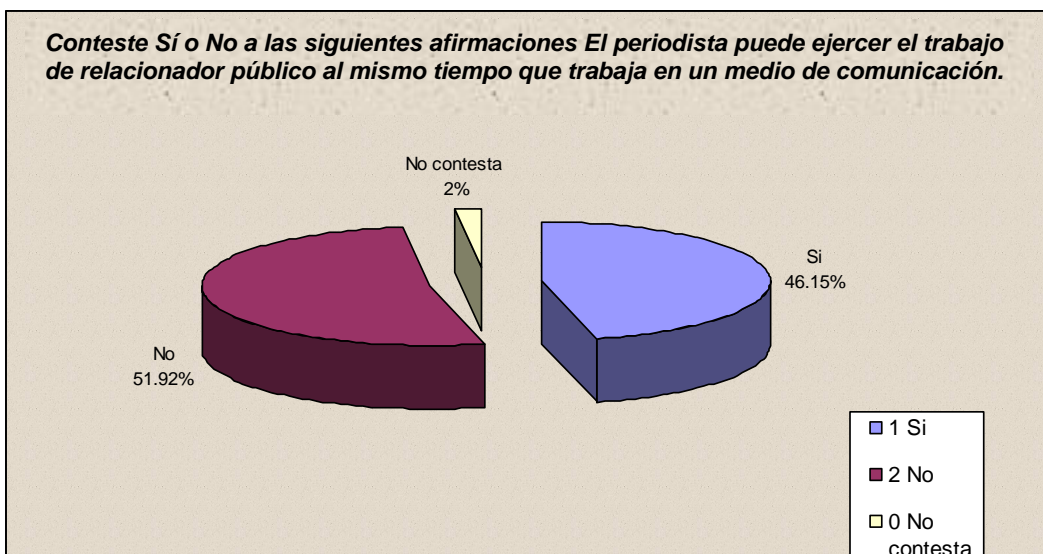
Pregunta			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
24	¿Cree que los gremios periodísticos prestan la debida asesoría a los periodistas en los temas éticos? Califique esta preocupación del 1 (lo más bajo) al 5 (lo más alto)		
<i>Opciones</i>			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>	Frecuencia	Porcentaje
1	1	9	17.30%
2	2	16	30.76%
3	3	24	46.15%
4	4	2	3.84%
5	5	0	0%
0	No contesta	1	1.92%
		52	100.00%



Fuente: La autora

Para la ciudadanía quiteña los gremios de periodistas, dan poca asesoría a los profesionales de la comunicación, incluyendo a 3 de los 4 comunicadores encuestados (hay que acotar que dentro de la muestra solo 4 de los 52 encuestados han trabajado dentro de un medio el resto no.)

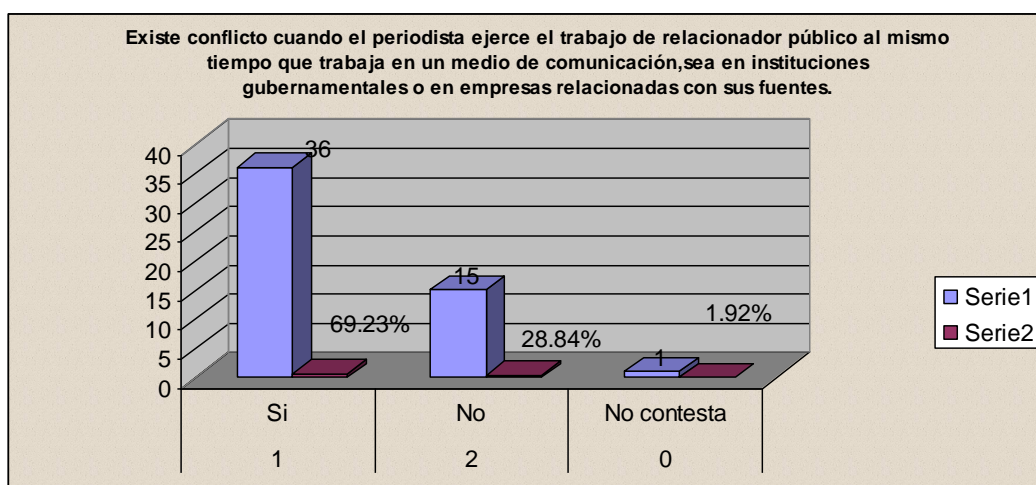
Pregunta			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
25.a	Conteste Sí o No a las siguientes afirmaciones El periodista puede ejercer el trabajo de relacionador público al mismo tiempo que trabaja en un medio de comunicación.		
<i>Opciones</i>			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	24	46.15%
2	No	27	51.92%
0	No contesta	1	1.92%
		52	100.00%



Fuente: La autora

El 51.92% responden que **No**, lo que significa que a la gente le parece muy comprometedor o poco ético que un comunicador o periodista realice labores de Relacionador Público, por lo que implica la profesión, el **Si** con un 46.15% (muy cerca del No) denota lo acostumbrada que está nuestra gente a ver como los profesionales del periodismo mezclan su profesión con otros oficios.

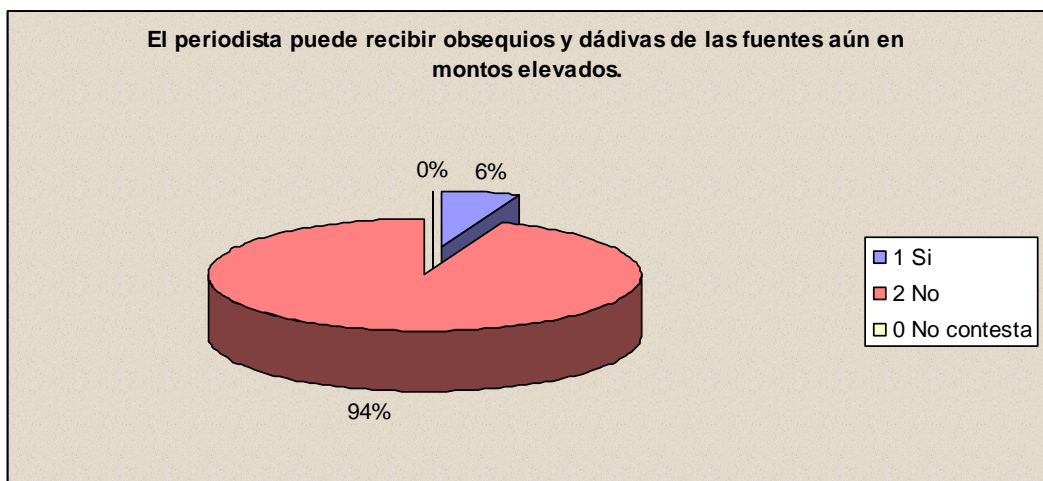
Pregunta			
Código	Valor		
25.b	a) Existe conflicto cuando el periodista ejerce el trabajo de relacionador público al mismo tiempo que trabaja en un medio de comunicación, sea en instituciones gubernamentales o en empresas relacionadas con sus fuentes		
Opciones			
Código	Valor	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	36	69.23%
2	No	15	28.84%
0	No contesta	1	1.92%
		52	100.00%



Fuente: La autora

El **Si** cuenta con una mayoría rotunda, pues el comunicador estaría comprometido con ambas partes y no se sabría cuando su trabajo es ciento por ciento veraz. Por lo cual el periodista que está en el ejercicio de su profesión, debería considerar el no realizar otro tipo de trabajos que no fuera el periodístico para que de esa manera no se vea afectada su integridad periodística.

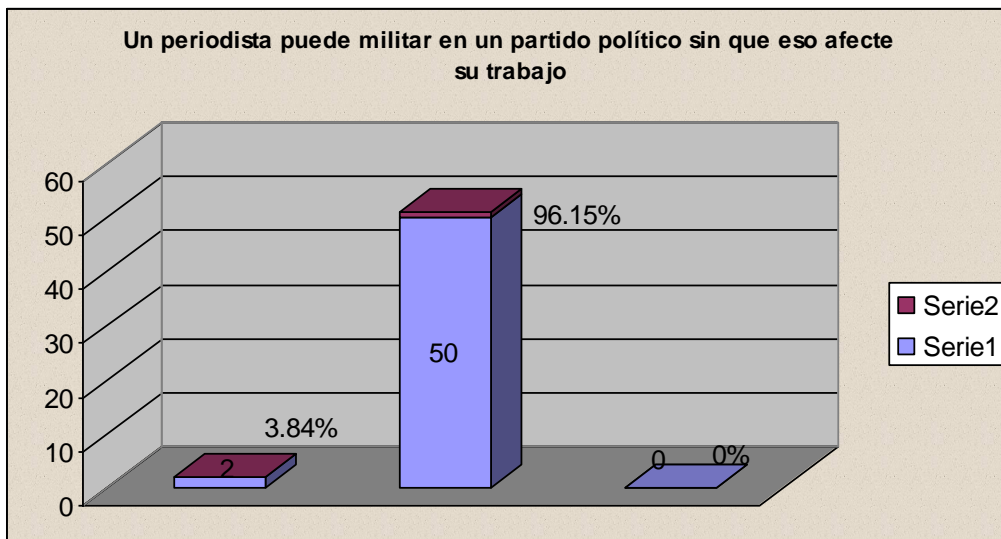
Pregunta			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
25.c	El periodista puede recibir obsequios y dádivas de las fuentes aun en montos elevados		
<i>Opciones</i>		Frecuencia	Porcentaje
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
1	Si	3	5.76%
2	No	49	94.23%
0	No contesta	0	0%
		52	100.00%



Fuente: La autora

El 94.23% de los encuestados creen que los periodistas no deberían de aceptar ningún tipo de obsequios peor aún de sus fuentes ya que eso se prestaría a malas interpretaciones, pero lo curioso es que 5.76% de los encuestados lo ven como algo que se puede permitir.

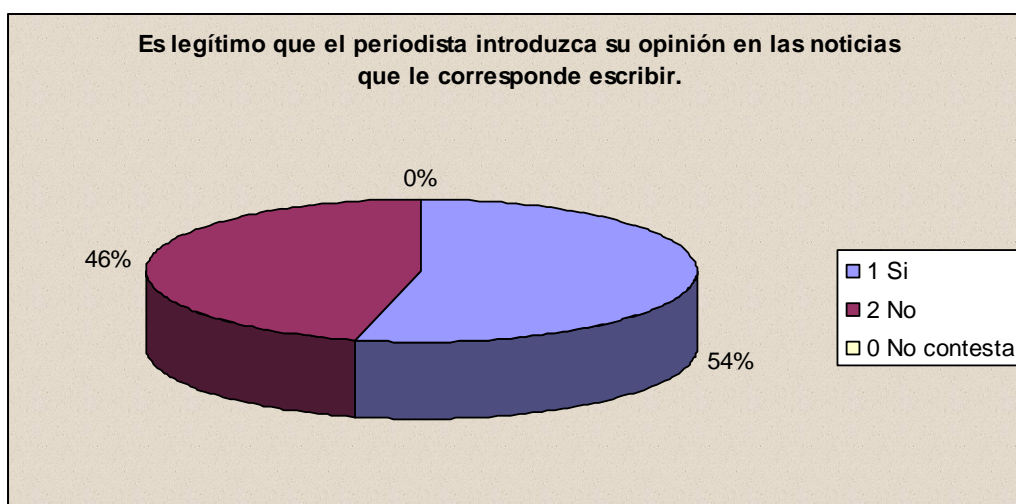
Pregunta			
Código	Valor		
25.d	Un periodista puede militar en un partido político sin que eso afecte su trabajo.		
<i>Opciones</i>			
Código	Valor	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	2	3.84%
2	No	50	96.15%
0	No contesta	0	0%
		52	100.00%



Fuente: La autora

La gente tiene claro que los periodistas o comunicadores sociales no pueden hacer las dos cosas a la vez, pues al militar en un partido político estarían dejando de lado uno de los principios fundamentales de todo periodista la veracidad.

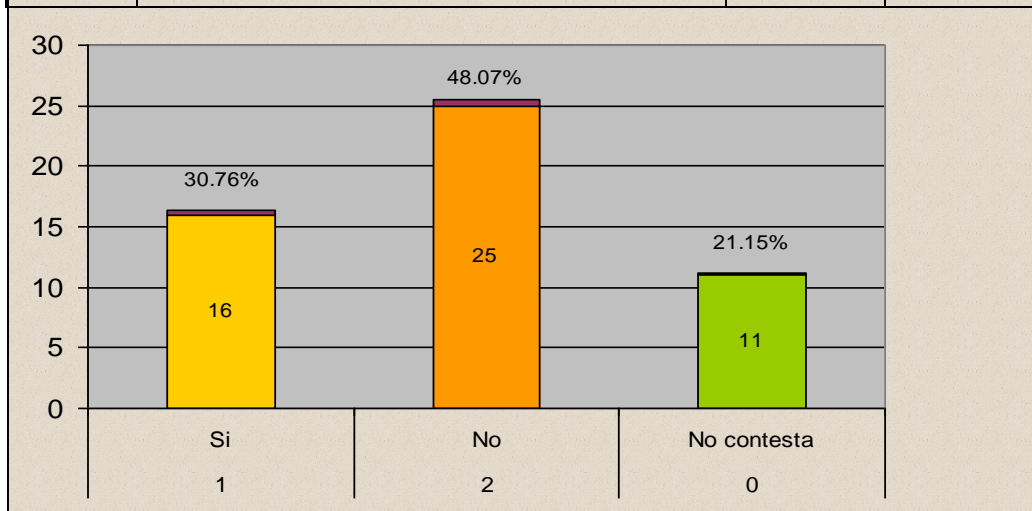
Pregunta			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
25.e	Es legítimo que el periodista introduzca su opinión en las noticias que le corresponde escribir		
<i>Opciones</i>		Frecuencia	Porcentaje
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
1	Si	28	53.84%
2	No	24	46.15%
0	No contesta	0	0%
		52	100.00%



Fuente: La autora

El 54% de las personas creen que el periodista debería introducir su opinión, otra parte muy cercana correspondiente al 46% que piensan que no. Las opiniones son casi iguales, pero demuestran que un porcentaje alto de personas o bien desconocen que esta práctica es prohibida o bien quieren o creen que los periodistas al ser quienes palpan los hechos, pueden dar su punto de vista de los hechos más allá de presentarlos tal y como ocurrieron.

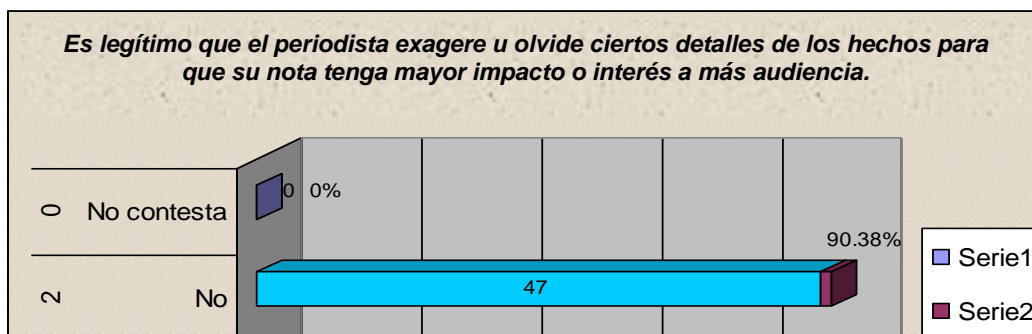
Pregunta			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
25.f	Los medios de comunicación donde trabajo o conozco tienen códigos de ética que se conocen y aplican correctamente		
<i>Opciones</i>			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	16	30.76%
2	No	25	48.07%
0	No contesta	11	21.15%
		52	100.00%



Fuente: La autora

Un 48.07% consideran que los medios que conocen no cuentan con códigos ético y peor aun que los mismos los aplique, aunque una cantidad considerable de personas creen que los medios que ellos ven tienen y aplican códigos en su trabajo.

Pregunta			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>		
25.g	<i>Es legítimo que el periodista exagere u olvide ciertos detalles de los hechos para que su nota tenga mayor impacto o interés a más audiencia.</i>		
<i>Opciones</i>			
<i>Código</i>	<i>Valor</i>	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	5	9.61%
2	No	47	90.38%
0	No contesta	0	0%
		52	99.99%

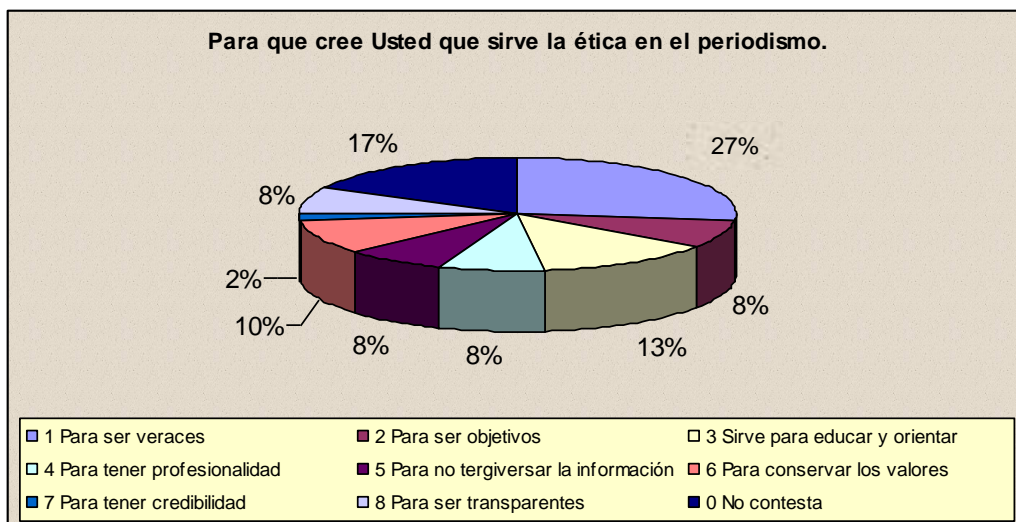


Fuente: La autora

90.38% de la ciudadanía quiteña no está de acuerdo que los periodistas utilicen este tipo de estrategias a la hora de realizar el trabajo periodístico.

Nota: Hay que tomar en cuenta que de los 52 encuestados la mayoría de ellos no han trabajado dentro de un medio de comunicación excepto 4 personas que forman parte de la muestra.

Pregunta			
Código	Valor		
26	Finalmente, en tres líneas cuéntenos para que cree Usted sirve la ética en el periodismo		
Opciones			
Código	Valor	Frecuencia	Porcentaje
1	Para ser veraces	14	26.92%
2	Para ser objetivos	4	7.69%
3	Sirve para educar y orientar	7	13.46%
4	Para tener profesionalidad	4	7.69%
5	Para no tergiversar la información	4	7.69%
6	Para conservar los valores	5	9.61%
7	Para tener credibilidad	1	1.92%
8	Para ser transparentes	4	7.69%
0	No contesta	9	17.30%
		52	100.00%



Fuente: La autora

Para la mayoría de los encuestados (que no son profesionales del periodismo, excepto 4 de ellos) la ética sirve para ser veraces, pues es una de las condiciones indispensable en esta profesión pues educa, orienta, conserva los valores, y ayuda a ser verdaderos profesionales. Al parecer lo que significa la palabra ética es conocido por la mayoría de personas y la misma (la ética) rige a todas las profesiones, la única diferencia son ciertos aspectos que cambian de acuerdo a la profesión, aunque la esencia es la misma.

2.2. Análisis de datos de las entrevistas

2.2.1. GAMAVISION

Entrevistados:

- Wilson Moposita Garcés
Director de Noticias
- Lolo Echeverría
Vice-Presidente de Noticias
- Francisco Mazón
Productor General de los Noticieros.
- Fabián Loza
Reportero
- José Luís Andrade
Periodista de Noticias

Análisis: El número de cada párrafo corresponde a cada una de las respuestas dadas por los periodistas y directivos del canal.

1. En cuanto a la primera pregunta, todos coinciden en decir que el medio no cuenta con un código ético que rija al canal pero, que el canal cuenta con lineamientos muy claros y establecidos que van en favor y el bien de la comunidad y que la buena fe y la rectitud al presentar una noticia se privilegia por sobre todas las cosas. ***Excepto el Vice- presidente de noticias quien nos comenta que ellos se rigen por los códigos de ética de la Sociedad Ecuatoriana de Canales que son obligatorios para todos los canales asociados y los no asociados.***
2. Los periodistas y un directivo dicen que el medio no cuenta con un código ético específico por escrito, pero es un medio que privilegia la veracidad y la información por sobre todas las cosas. ***A diferencia de la respuesta que nos dio el***

Vicepresidente de noticias el cual aseguraba que este código era de conocimiento de los periodistas que laboran allí y que en dicho código se habían aprobado algunas reformas.

3. Los periodistas y un directivo insisten en que no cuentan con un código impreso, solo existen lineamientos que rigen y guía el trabajo periodístico. **Mientras el Vicepresidente de noticias insiste en decir que si tienen un código y que el mismo fue establecido por los directivos del canal**
4. En este punto coinciden todos tanto directivos como periodista al decir que cuando hay algún dilema ético si no lo puede resolver el propio periodista lo resuelve el vicepresidente de noticias o el consejo editorial conformado por los jefes de información directores entre otros.
5. La pregunta numero cinco tiene respuestas muy diversas pues mientras para unos es el vicepresidente de noticias quien le ayuda en este tipo de problemas, para otros es el consejo editorial **a diferencia del Director de noticias para quien este tipo de problemas no se presentan en la programación que tiene a su cargo pues ellos, dice no practican un periodismo de opinión, y si se presenta es muy rara vez y es precisamente en este tipo de programas de opinión).**
6. Todos opinan que para resolver los dilemas éticos las políticas que se aplican es privilegiar el derecho que tiene el publico o la ciudadanía de estar informado de manera correcta por sobre los intereses de los demás, y el derecho que tienen de expresarse las dos parte cuando existen conflictos. O en su defecto lo resuelve el consejo editorial. **Mientras que el director de noticias nos dice que no existen tales políticas pero coincide en decir o manifestar que son en beneficio de la comunidad.**
7. Los casos son muy diverso, pero sobre todo recalcan el que tienen la libertad para realizar sus notas sin direccionamiento de ningún tipo, pero dependiendo de cada caso se analiza si la noticia o el reportaje puede salir o no. El director de noticias no recuerda uno en particular. **A diferencial del productor general de noticias quien dice que cuando un periodista ingresa a este medios tiene que saber para quien va a trabajar pues son medios que pertenecen a un grupo de banqueros o ex banqueros (los Isaías) y que los dilemas se presenta cuando no se conoce con quienes se va a trabajar.**

8. A decir de ellos la ética no siempre se la utiliza pero que ese es el caso de muy pocos medios y programaciones pero que en la mayoría (de medios) se la utiliza, ***el Vice –presidente de noticias manifiesta que la ética es algo que rige el trabajo y más que una herramienta es una condición necesaria y permanente, es la base desde la que se analiza, se valora y se difunden las noticias***
9. Todos coincide en que halla capacitación profesional y esa se adquiere desde los hogares e instituciones educativas. ***Para el Vicepresidente de noticias no se puede tener un código ético para cada caso, pero que la ética es una forma de trabajar con recta intención quien no entiende eso siempre va a incurrir en lo mismo.***
10. Reciben una capacitación en todas las áreas no solo en temas éticos. Pero que en la mayoría de cursos, foros etc., siempre se está hablando de ética. ***El Vicepresidente dice que han hecho actualizaciones sobre los último problemas de la sociedad, y que estos temas son analizados todos los días en las reuniones de evaluación del noticiero, se analizan no solo los problemas locales sino también los de otros canales, para poder aplicar la ética en cada caso.***
11. No existen códigos establecidos por el canal pero todos quienes trabajan, sobre todo en el área de noticia saben muy bien que hay normas que no se pueden transgredir cualquier duda sobre alguna noticia primero tiene que resolverse antes de ser presentada. ***Para el Vicepresidente de noticias estos (los códigos) están establecidos por los mecanismos de evaluación, pero para le Director de noticias eso depende de la personalidad de cada individuo.***
12. Las respuestas son diversa, pues mientras que para los periodistas los medios si se guían bajo lineamientos éticos ***el Vicepresidente de noticias, dice que algunos programas sobre todo los de farándula no son sujetos de sanciones, y no toman muy en cuenta los códigos éticos, pues la gente es la que pide este tipo de programa y como medios ellos tienen que poner lo que al público le gusta. Al Productor General de Noticias le parece que no, debido a la falta de capacitación de algunos profesionales del periodismo.***
13. Para unos la ética está en riesgo para otros no, tanto periodistas como directivos tiene opiniones diversas los periodistas lo enfocan unos desde el ámbito de los deberes y derechos que tienen las personas , otros hacia los prejuicios que

pueden tener los estudiantes con respecto a la ética: el Vicepresidente de noticias y el Director de noticias lo enfocan desde el ámbito educacional, pues para el primero hace falta que regresen materias tales como , ética, moral, cívica entre otras ; y para el segundo la ética o la moral se la debe adquirir dentro del hogar y mediante los medios de comunicación , el Director de noticias lo ha enmarcado dentro del ámbito de los valores.

Todos tanto directivos como periodistas tienen claras las normas o lineamientos que guían a la empresa, aunque existan o no, códigos establecidos para la empresa como asegura su Vice-presidente de noticias. Su trabajo a decir de sus periodistas y directivos no lo realizan bajo presión de ninguna índole, para ellos lo primero es informar de manera veraz, objetiva y siempre en beneficio de la colectividad a la cual se deben sin responder a ningún tipo de intereses; tienen claro que lo primero es informar.

Reciben capacitación por parte del medio, creen que eso es muy importante para la el buen desempeño del trabajo, privilegian los valores que tienen que guiar a la sociedad por sobre todas las cosas el respeto, la ética, pero critican a un régimen que los descalifica como profesionales. Creen que la ética está en riesgo en el país, pero para mejorar eso la gente es la que tiene que saber reconocer sus deberes y sus derechos y que tanto los medios como los centros educativos tiene que preocuparse por formar de mejor manera a la sociedad, los primeros produciendo programas educativos y los otros integrando nuevamente en su pensum de estudios materias como ética, cívica etc.

Sus respuestas fueron del todo claras, los periodistas y sus directivos (Director de noticias, Vicepresidente de Noticias etc.) son muy amables colaboradores, pero el medio en si es muy receloso al hablar de temas éticos, eso se pudo evidenciar en los obstáculos que al principio pusieron los encargados del medios, al negarse a colaborar con la investigación.

2.2.2. JC RADIO LA BRUJA.

Entrevistados

- Fabián Novillo
Locutor y conductor “Zona mágica”
- Cynthia Whyht

Periodista y Conductora "Furia deportiva"

- Roberto Barreno

Locutor y conductor "Abrakadabra"

1. La veracidad y la objetividad el respeto al otro son los principales instrumentos éticos por los cuales se manejan.
2. La responsabilidad y la lealtad son los principios primordiales.
3. No tienen un código, simplemente se maneja por medio de lineamientos los cuales son dados por el director del medios.
4. El director del medio es el encargado de resolverlos, juntos con el periodista o locutor.
5. El director si les ha ayudado a resolver los dilemas que ellos (los periodistas o locutores) puedan tener.
6. Entre las políticas para resolver los dilemas éticos están darle la oportunidad a las dos partes implicadas para que se expresen la primera falta se conversa en una segunda vez ya no eres parte de la empresa, se mantiene una reunión cada mes.
7. No recuerdan haber tenido ningún problema o dilema ético, a diferencia del Sr. Novillo el cual tuvo uno un poco comprometedor por una noticia incompleta.
8. Para ellos la ética no se utiliza con frecuencia por el problema de que los medios responde a intereses personales, lo que perjudica no solo a los periodistas sino también a la información; por otro lado las universidades no le han dado mucha importancia a la ética.
9. Para enfrentar dilemas éticos hace falta tener un código, estar comprometido con el público, que en las universidades se le de más importancia a la ética.
10. No existe un programa de capacitación, lo único que tienen son reuniones permanentes donde se tratan estos temas y otros.
11. Esta pregunta obtuvo varias respuestas, para uno de ellos no hay un programa o una propuesta de capacitación permanente, para el otro definitivamente al ser esta una radio netamente musical no hay trabajo periodístico, y que eso depende mucho (en el caso de otros medios) de las políticas de la empresa.

12. Para ellos eso de que los códigos establecidos guían el trabajo periodístico depende de los medios, pues hay unos que si otros que no, pero que en la actualidad existe manipulación en las noticias antes de que lleguen al público.
13. Ellos piensan que para que la ética deje de estar en riesgo, se debería educar desde los medios, en las universidades aunque se propone también la creación de un organismo que regule y castigue a los periodistas, comunicadores o medios de comunicación que atenten contra la ética.

De todos los medios de comunicación este es uno de los medios que a pesar de tanta insistencia, sus directivos no cedieron, los periodistas entrevistados tenía toda la predisposición aunque faltos de tiempo para ayudarnos, a otros se les hizo imposible por diversos motivos.

En lo referente a las respuestas, puedo decir que son concretas, todos saben muy bien cuales son los lineamientos de la empresa. Como ellos manifestaban es una radio que no tiene o presenta noticia alguna a no ser de farándula, pero eso no significa que no hagan periodismo. Para ellos la ética está en riesgo y al igual que los entrevistados en el Diario El Universo coinciden en que la televisión es donde más se incurre en la ética, pero que la misma se tiene que enseñar desde los centros de educación y con la ayuda conjunta de los medios en donde se deben de difundir programas que hablen de la ética.

2.2.3. DIARIO EL UNIVERSO

Entrevistados:

- Nila Velázquez
Directora Fundación Diario El Universo
- Wilson Benavides
Periodista político
- Consuelo Aguirre
Redactora económica

- Jorge J.
Periodista
- Wilson Camacho
Colaborador periodístico

Análisis:

1. Con respecto a la primera pregunta, ellos se basan siempre en el manual de estilo (incluyendo a la directora) con el que cuenta el diario, dentro del cual esta contemplado el respeto o estar de la mano con la verdad, la independencia, y la libertad para realizar el trabajo sin condicionamientos.
2. Las repuestas son básicamente las mismas solo el manual de estilo con que cuenta el medios contemplándose dentro del mismo la veracidad y la independencia.
3. Todos coinciden en el manual de estilo, **menos el colaborador periodístico quien asegura que no se le entrego ningún manual, pues solo recibió información, el trabajó en Diario Super que es del mismo grupo del Universo, pero dice que nunca recibió el manual de estilo del medio.” Lo paradójico es que la directora de la Fundación el Universo manifiesta con toda seguridad que a todo quien entrega a trabajar a este medio se les entrega dicho manual.”**
4. Todos tienen muy claro que en casos de dilemas éticos de no poderlos resolver ellos mismo, lo resuelve el jefe inmediato, y si es complicado o complejo el tema o dilema se lo discute en el “grupo mesa editores” donde se encuentran los jefes y algunos directores”.
5. El director les ha ayudado a resolver dilemas a algunos ,a otros no, en su lugar lo hace la jefa inmediata, **pero para el periodista político eso lo resuelve más el grupo mesa editores, acota que el problema se lo expone a este grupo pero el periodista no interviene, ellos son quienes deciden el contenido de la noticia** .la directora manifiesta que los periodistas siempre están planteando este

tipo de problemas y muchas veces ellos se los plantean a los periodistas para afinar sus conciencia ética.

6. Existen opiniones diversas, no exciten políticas específicas, solo tienen el direccionamiento del manual de estilo del medio, y las comunicaciones entre periodistas y sus jefes, reuniones donde se les habla del funcionamiento del medios (cada lunes para los periodistas de Quito). *Para el periodista político del diario ellos no tienen establecido listas de fuentes a las que puedan o no consultar, solo que tienen que ser claros al presentar una noticia y no dejar espacio para la duda.*
7. Los casos son diversos, pero algunos no se pueden comentar por que se consideran de estricta confidencialidad, ***pero su periodista político expuso un dilema que le ocurrió justo con una noticia que él obtuvo sobre un grupo perteneciente a la guerrilla de las FARC, esa pudo haber sido una gran nota pero no la presento, puesto que él no sabía a ciencia cierta si lo que le informó uno de los jefes de ese grupo era verdad o mentira. La directora de la Fundación el Universo manifiesta que han tenido muchos dilemas sobre todo los que llevan a decidir entre el derecho privado de alguna persona y el derecho de la ciudadanía y o interés público, pero será que esto se habrá cumplido en el caso que cuenta uno de sus periodistas, que aunque no trabaja para el Diario El Universo directamente, si para el grupo El Universo el cual es dueño del Diario Super al verse obligado a publicar una nota de un asesinato aún en contra de los familiares del occiso***
8. Para la mayoría, la ética es una herramienta que se la utiliza frecuentemente puesto que es la base del periodismo, otros opinan que no se la utiliza mucho sobre todo en la televisión aunque la radio no se quedan atrás, otro punto de vista es que el verdadero profesional de periodismo el que paso por la aulas, debería o tiene bien en claro la ética que rige la profesión, sin desmerecer a ningún periodista empírico desde luego. ***La directora del medio opina que no se puede englobar a todos los medios en la respuesta.***
9. Unos piensan que para enfrentar dilemas éticos de mejor manera hace falta la formación de cada profesional y la preparación constante del medio, otra opinión es la independencia de los medios, el saber manejar bien la información en cada caso pues todos son diferentes, ***que no difiere de la opinión de su directora***

pues la misma piensa que se debe de tener una gran formación ética por sobre todas las cosas.

10. El diario realiza talleres anuales con periodistas internacionales también para hablar entre otras cosas de temas éticos. La directora nos habla de talleres de ética, pero el colaborador de El Universo que trabajó en Diario Súper parece desconocer todos esto y solo acota que es un colaborador
11. Para todos, los códigos del medios guían el ejercicio periodístico, ***pero el colaborador del medio (que trabajó en Diario Super) insiste que eso debería de ser así pero que hay periodistas como el que los desconocen.***
12. Para la mayoría la televisión es la que más se sale de los lineamientos éticos, y la que menos incurre es la prensa, su directora insiste en no dar una respuesta.
13. Todos coinciden que la ética efectivamente está en riesgo, y que el gobierno de turno está de alguna manera atentando contra la misma, pero ***su periodista político lo enfoca desde el punto de vista que muchas veces esa ética se pierde por el motivo de que algunos medios no remuneran bien a los comunicadores y los mismo tienen que hacer otros tipos de trabajos para poder mantener a sus familias y muchas veces (esos trabajos extras) contraviene la ética que los debe de regir como periodistas.***

Quienes trabajan dentro del medio tiene el privilegio de contar con un manual de estilo el cual indica no solo las políticas de dicho medio sino también la forma como deberían ser presentadas o estructuradas las entrevistas la noticias etc., en general los géneros periodísticos, dado un cierto tiempo el mismo (el manual de estilo) se renueva, para dar paso a las nuevas actualizaciones en cuanto a estilo periodísticos , normas y reglas de la misma empresa, las siglas de las nuevas instituciones o estamentos que van apareciendo etc.

Este medio a diferencia de los otros tuvieron muy buena predisposición ,la amabilidad los caracteriza a quienes trabajan en este medios (en la ciudad de Quito) la persona encargada en Quito consideró que la entrevista dirigida a uno de los directores debía de ser dirigida hacia la Directora de la Fundación del Diario El Universo La Sra. Nila Velázquez, quien muy gustosa y de forma rápida me lleno la encuesta y la envió vía mail para ayudarnos a realizar el trabajo, Las repuestas fueron muy concretas sin cabida para la indagación, aunque algunos tuvieron la oportunidad y el tiempo de poder extenderse

con la entrevista, para ellos la ética se encuentra en riesgo mucho más ahora con los constantes ataques del presidente de la república no solo hacia ellos , sino también hacia la prensa en general. Consideran que la independencia es uno de los puntales para que exista la ética en el trabajo periodístico, pues un medio que se considere veraz y objetivo, no tiene que responder a intereses de ninguna índole. Coinciden que donde más se puede ver este tipo de cosas es en la televisión, aun cuando existen ciertas excepciones.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE LOS SUPUESTOS

3.1. Antecedentes: Explique qué es lo que conocía usted de la aplicabilidad de la ética en los medios, antes de iniciar su investigación. Argumente.

Lo que conocía sobre la aplicabilidad de la ética en los medios, lo aprendí con el estudio de la materia “**Ética periodística**”, y sobre todo en el libro guía de Teresa Herrán y Javier Darío Restrepo “**Ética para periodistas**” donde fuimos viendo durante el semestre de estudio los distintos códigos que rigen a la profesión, sobre todo mediante el estudio de los casos en los que se han dejado de lado esos códigos y de una u otra manera se ha faltado a la profesión casos como: El Informe desequilibrado donde una periodista emitió una noticia de la manera mas apresurada sobre la muerte de un recién nacido, dejando por el piso la reputación del cuerpo médico y del profesional que había atendido el caso en particular haciéndolo ver como una negligencia médica, el caso trajo consigo un sin numero de problemas para le hospital y para el profesional en cuestión (el médico

tratante), el cual fue encontrado muerto cuatro días después en una calle del centro de la ciudad donde funcionaba el hospital. La periodista reconoció que hubo falta de responsabilidad profesional en la elaboración del informe y anota que implicó omisión de los principios éticos de equilibrio informativo y que ella había permitido que una de las partes lanzara acusaciones no suficientes comprobadas por la periodista. El comité consideró que la periodista reaccionó a la primera negligencia y que hay que reconocerle sus esfuerzos por conseguir al doctor en primer término y luego solicitarle encarecidamente que rectificara, en este sentido el comité considera que este al igual que otros casos, es importante no solo la intención sino el efectivo cumplimiento de los principios de ética profesional.

3.2. Supuesto uno: Los medios de comunicación colaboraron de forma positiva a la investigación.

Hay que partir diciendo que no todos los medios de comunicación se prestan para ser criticados o censurados de alguna manera, en lo que a mi investigación se respecta, de los tres medios solo uno no puso trabas y ese fue la prensa o sea Diario El Universo, los demás estuvieron muy desconfiados.

Televisión

GAMAVISION

En este medio encontré muchas trabas para la realización de la investigación, pero sobre todo trabas desde los altos funcionarios presidente y directivas principales del canal; en cuanto a los periodistas los mismos estuvieron muy dispuestos a colaborarnos con todo, pero no contaba en principio con la autorización de los dueños del canal. A tanta insistencia logramos realizar el trabajo el cual fue satisfactorio. *“Supuesto televisión cumplido”*

Radio

JC. RADIO LA BRUJA

En este medio también existieron muchas trabas al igual que la televisión salvo ciertas excepciones. Tres locutores estuvieron prestos a brindarnos su apoyo el Director no nos

pudo atender por las múltiples obligaciones de trabajo que tenía pendiente, pues él no se encontraba en el país para esas fechas y a su regreso estaba con muchas cosas por hacer y la persona encargada alegaba lo mismo. *“Supuesto cumplido a medias”*.

Prensa

DIARIO EL UNIVERSO

La atención prestada para conmigo y la investigación en particular fue buena, todos estuvieron prestos a colaborar. *“Supuesto prensa cumplido”*

3.3. Supuesto dos: Los principios de ética y deontología periodística son conocidos por los comunicadores ecuatorianos y muestran una alta predisposición a aplicarlos a futuro.

Televisión

GAMAVISION

Los comunicadores entrevistados en el mismo, tienen un conocimiento de los códigos que rigen de manera general a la profesión, pero no cuentan como canal con un código propio; a no ser el de servir siempre a la comunidad llevando a sus hogares información veraz y objetiva, en cuanto a si estos muestran una alta predisposición para aplicar estos códigos a futuro, los comunicadores entrevistados tiene bien claro lo que deben y lo que no deben de hacer, ellos saben que su misión es la de informar al pueblo o al público de manera recta sin engaños y sin exageraciones, en general tienen toda la predisposición, pero habrá que ver si la situación se mantendrá de la misma manera como hasta ahora.

“Supuesto cumplido”

Radio

JC RADIO LA BRUJA

En este medio de comunicación radial todos conocen de manera general los códigos que rigen a la profesión aun cuando algunos no son comunicadores de profesión. No cuentan con un código propio que los rige como empresa, pero son personas que con su trabajo alegran a mucha gente lo hacen de un manera entretenida y sin faltar a la ética tienen

una fuerte predisposición para trabajar sin faltar a los códigos y de seguir haciéndolo de la misma manera a futuro.

“Supuesto cumplido de manera general”

Prensa

DIARIO EL UNIVERSO

En este medio escrito cuenta con un manual de estilo que rige al medio y el cual tiene que ser seguido por quienes trabajan dentro del mismo, las personas que trabajan en este medio saben que su función es la de informar siempre a la comunidad de manera veraz y objetiva sin servir a intereses particulares de ninguna índole saben y conocen los códigos que rigen a la profesión , en cuanto a la predisposición con la que cuentan para aplicar estos códigos a futuro, se les ve que tienen la predisposición para hacerlo , pero hay que recalcar que los mismo se pueden mantener siempre y cuanto el trabajo que se les encomiende hacer como comunicadores no salga de esos parámetros.

“Supuesto cumplido”

3.4. Supuesto tres: Un porcentaje significativos de medios de comunicación trabajan de alguna manera en base a los lineamientos de la ética.

Televisión

GAMAVISION

Este medio de comunicación si trabajan de alguna manera bajo los lineamientos de la ética, tiene una programación que en su mayoría no falta a la ética en si, salvo algunas excepciones:

“Supuesto cumplido”

Radio

JC. RADIO LA BRUJA

Este es un medio que brinda una información sin malicia alguna siempre bajo los lineamientos de la ética y pensando por sobre todas las cosas en la juventud.

“Supuesto cumplido”

Prensa

DIARIO EL UNIVERSO

Al igual que el anterior medio cuenta con información muy buena y beneficiosa para la comunidad, se guían por los lineamientos éticos, dan poca acogida a informaciones que no aportan en nada a la comunidad.

“Supuesto cumplido”

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE CONCEPTOS Y CÓDIGOS ÉTICOS DEL PERIODISTA ECUATORIANO

4.1 Defina los resultados de la investigación (encuestas, entrevistas)

ENCUESTAS: Las encuestas han arrojados resultados positivos para la investigación ya que en el mismo podemos ver no solo el grado de entereza por el cual la gente los sintoniza o los compra sino también, nos muestra la decadencia de unos y el auge de otros (de los medios de comunicación), además de ello podemos ver que en la actualidad

la gente ha aprendido a reconocer y a valorar lo bueno y lo malo que le ofrece cada uno de ellos.

ENTREVISTAS: Las entrevistas al igual que las encuestas arrojaron resultados muy interesantes, pues pudimos observar que cada medio dentro de sus propias políticas tienen presente los temas éticos a la hora de presentar la programación (claro que con algunas excepciones) o información, y esta última con mucha más razón ya que para ellos la ciudadanía merece estar informada por sobre todas las cosas de manera correcta y sin engaños, además se pudo ver cuan comprometidos y conectados con su medio se encuentran, ya que para muchos de ellos fue muy fácil hablar del medio donde laboran, para otros era un poco complicado por no decir comprometedor.

4.2. Relacione los resultados con los puntos más relevantes del código ético del periodista.

El periodista como relacionador público

Para muchas de las personas el ser periodista y relacionador público a la vez es algo normal, pues la sociedad esta acostumbrada a ver como muchos de los comunicadores mezclan su profesión con muchas otras; pero dicha condición falta totalmente con la ética que debe de regir a los comunicadores sociales o periodistas en el ejercicio de su profesión, tal como lo indica el código de ética del periodista de Bogotá en su artículo séptimo “(Favores y privilegios)” punto 3 , que dice: Son contrarias a la ética , las actividades de publicidad y de relaciones públicas ejercidas simultáneamente.

El Código de ética de Venezuela lo contempla también claramente en su Artículo III El periodista con la fuente, apartado 19 que dice: El periodista no podrá recibir remuneración alguna de entidad pública o privada que debe frecuentar por razones informativas. Es incompatible el ejercicio simultáneo del periodismo con el de relaciones públicas o asesorías de prensa cuando el periodista tiene asignada como fuente la institución o persona para la cual ejercería la segunda actividad.

Si los profesionales del periodismo ejercen otro tipo de trabajos simultáneamente a la de periodista , es debido en una gran parte a la falta de una buena remuneración por parte de las empresas de comunicación, este tipo de situaciones están contempladas en los códigos de ética de la FENAPE en su capítulo V artículo 36 del Periodista y la empresa,

que dice: El periodista está obligado a velar porque se cumplan las disposiciones de la legislación laboral, los periodistas tienen que hacer valorar su trabajo por sobre todas las cosas, es verdad que vivimos en una sociedad donde la mayoría de los trabajos son mal remunerados, pero los comunicadores no solo deben luchar por un sueldo sino también, porque su trabajo no se vea empañado y cuestionado.

La ética en el periodismo

La ética en el periodismo por sobre todas las cosas sirve para ser veraces, para ser imparciales, para defender el derecho que tiene el pueblo a estar informados, ya que la televisión es un medio que de una u otra manera educa y orienta a la gente, tal como lo manifiesta el código de ética de la FENAPE, en su capítulo I El periodista y la Comunidad en sus artículos 1, 3 y 4 que dice:

1. El periodista tiene la obligación de proporcionar a la comunidad una información objetiva, veraz y oportuna.
3. El periodista está obligado a promover el desarrollo integral del país, la educación, la ciencia, la cultura y la lucha por la liberación del hombre y los pueblos.
4. La comunidad tiene derecho a ser correctamente informada y el periodista está obligado a evitar la deformación y tergiversación de las informaciones.

La ética en el periodismo sirve para que en la profesión (el periodismo) existan límites para la realización del trabajo periodístico y para la presentación del mismo, el periodista está comprometido con el pueblo y por ende con la verdad, la ética que rige a la profesión le da la garantía al pueblo de que la información que recibe de cada uno de los medios de comunicación (radio, prensa, televisión e Internet) se regula de una u otra manera mediante la misma (la ética).

El periodista puede recibir obsequios de sus fuentes.

A el periodista o comunicador le esta prohibido recibir obsequios de ninguna clase de sus fuentes, ya que el periodista debe de realizar su trabajo lo más honestamente posible,

pues al recibir algún tipo de obsequios o regalos , de una u otra manera está traicionando su profesión y al pueblo entero, pues su labor no tiene porque ser remunerada por persona alguna que no sea la empresa para la cual labora , claro esta por el desempeño de su trabajo diario, ello se manifiesta en el código de ética de la FENAPE en su capítulo VI artículo 26 que dice: Le está prohibido al periodista recibir bienes o valores destinados a interferir o tergiversar su labor informativa y de opinión y en el código de ética de Bogotá en su artículo séptimo (Favores y privilegios) apartado 2 que dice: “Son prácticas contrarias a la ética el recibir de la fuente que se cumple pagos o favores de cualquier índole.”

El periodista en todo momento se va a encontrar tentado por situaciones como estas, pero ello depende solo de él mismo y del respeto y amor que tenga hacia el trabajo que realiza diariamente. El comunicador tiene que tener presente en todo momento que su misión es la de ser honesto con la comunidad, con su empresa y con el mismo, pues nadie regala nada a nadie a cambio de nada, sobre todo en esta profesión donde este tipo de situaciones se pueden presentar con frecuencia. Ante todo el comunicador tiene que ser veraz y objetivo en todo momento pues el solo hecho de recibir una dádiva sería suficiente para su descrédito.

4.3. Tomando como ejemplo fotografías, recortes de periódicos, programas televisivos o radiales, que vayan contra los lineamientos de la ética periodística; escoja uno de ellos y luego analice, explique y argumente lo que el código dice y que no se cumple en el mismo.

PROGRAMA: “Rojo rosa”

GAMAVISIÓN

ANÁLISIS:

Rojo rosa es un programa de farándula nacional, los segmentos de los mismos solo se dedican a averiguar la vida íntima de los talentos de televisión en general del país. El código ético de la FENAPE (Ecuador) y el código ético del periodista de Bogotá son muy claros al tratar temas como estos.

La FENAPE lo contempla en su capítulo I El Periodista y la comunidad en su artículo 5 que dice: El periodista no debe utilizar su profesión para denigrar o humillar a la dignidad humana , el código del periodista de Bogotá lo dice en su artículo octavo que habla del Sensacionalismo apartados 1 y 2 que dice: El periodismo debe respetar la vida privada, la dignidad y la intimidad de las personas y solo referirse a aquellos sucesos o circunstancias de carácter privado que adquieren claro interés público (1). El periodismo debe abstenerse de explotar la morbosidad del público y la curiosidad mal sana (2).

En este programa en especial se presentaron casos como el que mantienen una modelo (Adriana Torres) y el cantante AUDI por la paternidad de un niño que se dice era de el cantante mismo que no quería reconocer y que la modelo perdió, se dice que la modelo le inició un juicio, pero la abogada del acusado sostiene que a ellos no se les había notificado nada. Luego en el mismo programa se presentan imágenes de la modelo (Adriana Torres) bañada en chocolate con el cuerpo totalmente desnudo (el chocolate no permite que se divise bien todo el cuerpo), pero en una imagen se presenta a la modelo con los pechos totalmente visibles posando para una revista, los presentadores de manera irónica se preguntaban entre ellos si la modelo hizo esas fotos cuando aún esta embarazada o no.

El código de ética de Bogotá nos presenta un tercer punto muy importante referente al mismo caso (el de la modelo y el cantante) en el apartado 3 del artículo octavo que dice: Especial cuidado ha de observar (el periodista) en las informaciones sobre procesos judiciales en curso , ya que incluso sin incurrir en ilegales violaciones de la reserva del sumario, es posible influir en la condena o absolución de los inculcados; este punto que indica el código ético se puede aplicar de cierta forma en este caso, ya que el programa

presenta las declaraciones de un médico que atendió a la modelo y que dijo que Adriana (la modelo) llegó a su consultorio para hacerse un legrado, el la examinó y se pudo dar cuenta que tenía antecedentes de haber sangrado, que cuando ella fue a su consulta llevaba un examen de una Institución de prestigio que decía que ella estaba embarazada, el doctor le mando a que se haga una ecografía en la cual no se veía ningún resto del feto. Estas declaraciones de una u otra manera contribuye al sumario que se dice se está llevando en contra del cantante, pues estas declaraciones ponen en duda de una u otra manera las declaraciones de la modelo y benefician a el cantante el cual duda de todo lo que la modelo Adriana Torres manifiesta.

Los códigos éticos antes mencionados nos hacen ver que este tipo de programas atentan por sobre manera a la ética desde todo punto de vista, pues lo que se trata de cierta forma es infundir al morbo y al chisme a la gente sin pensar que con este tipo de programas se puede perjudicar de cierta manera a mucha gente. No podemos pretender tener rating a costillas de la vida privada de la gente, que si es verdad muchos de ellos (de los cantantes, actores, etc.) están de acuerdo con este tipo de acciones para ganar popularidad, a muchos otros les desagradan. Los medios alegan o se defienden diciendo que es el público el que quiere ver este tipo de programas y que ellos, como medios de comunicación tienen que presentar lo que más le gusta a la gente.

Por otro lado al inicio del programa en la parte superior derecha el canal muestra la franja familiar la cual dice que el programa es apto para todo público o sea la calificación A, pero sin embargo muestran a la modelo Adriana Torres en unas fotos comprometedoras mostrando el busto y bañada en chocolate con el cuerpo desnudo. Cabe preguntarse si las horas de la tarde son adecuadas para presentar este tipo de programas y sobre todo este tipo de imágenes.

NOTA. El programa analizado Rojo rosa salió del aire justo después de tomada la nota para la investigación.

CAPÍTULO V

5.1. Conclusiones

Las conclusiones y recomendaciones sugeridas a continuación son basadas de acuerdo con la observación e investigación que se realizó no solo en cada uno de los medios objetos del presente análisis, sino también de los resultados que arrojaron las encuestas y entrevistas realizadas. Estas conclusiones y recomendaciones son lo que a mi juicio considero las que más deben destacarse dentro de la presente investigación.

- 1 Los medios de comunicación trabajan en lo posible bajo los lineamientos éticos.
- 2 Muchos medios ponen obstáculos a la hora de colaborar con investigaciones sobre todo las que llevan a investigar su labor como medio en beneficio o no de la ética.
- 3 De acuerdo a los resultados de la investigación la gente cree que a los medios de comunicación les hace falta veracidad.
- 4 Al parecer algunas de las programaciones emitidas por los medios estarían basadas en las preferencias del público (talk shows, programas de farándulas, de chismes etc.).
- 5 Los medios de comunicación estudiados confían en el profesionalismo de sus comunicadores y de quienes trabajan dentro de sus empresas.
- 6 Los periodistas entrevistados sienten mucho amor hacia su profesión y hacia el trabajo que realizan.
- 7 La televisión es uno de los medios de comunicación que más ejerce influencia sobre el televidente, pues al igual que los otros medios ayudan o contribuyen con la educación y la opinión pública,
- 8 El trabajo que realizan los periodistas o comunicadores debe de ser reconocido por los distintos medios, accediendo a un sueldo justo que les permita centrarse en su trabajo y no en otros que puedan afectar su profesión y reputación.

- 9 En la presente investigación se pudo observar de cierta manera la preocupación tanto de dueños como de quienes trabajan para cada uno de los mismos por no irrumpir los lineamientos éticos por los cuales deben de encaminar su trabajo diario.

- 10 Muchos de los entrevistados (en los diferentes medios donde se realizaron las entrevistas) dicen conocer los códigos éticos, pero de las encuestas aplicadas a 52 personas en la ciudad de Quito un 48% creen que no conocen (los códigos) y peor aún que se apliquen; dentro de este mismo porcentaje (el 48%) se enmarcan las respuestas de 2 de los 4 comunicadores. Hay que acotar que la mayoría de personas a las que se le aplicó las encuestas tienen un nivel de educación superior o están en proceso de formación.

5.2. Recomendaciones

- 1 Es por ello que se debería analizar la posibilidad de crear un ente que regule y sancione a los medios que atenten con mayor frecuencia las normas éticas de la profesión.

- 2 Las universidades podrían establecer convenios de cooperación con los medios de comunicación para que se pueda acceder a realizar trabajos investigativos y/o prácticos dentro de los mismos, dejando muy en claro su afán de colaborar con la sociedad y con ellos mismos como medios de comunicación al mostrar a los demás su trabajo y preocupación por una información bien llevada.

- 3 Los medios deben presentar una información bien detallada no dejando espacio a la duda. Por sobre todas las cosas los medios de comunicación deben o tienen el deber de ser muy amigos de la imparcialidad pues la misma va de la mano con la veracidad.

- 4 Por lo que es recomendable que los medios de comunicación analicen detalladamente si dichos programas atentan o no a la ética y en que

porcentaje para modificarlos, de tal manera que atente lo menos posible contra la ética periodística.

- 5 Seguir apoyando el trabajo periodístico de los comunicadores y demás implicados, y que se complemente dicho apoyo, con talleres frecuentes donde la ética sea uno de los puntos fuertes.
- 6 Cuando se trabaja por amor a la profesión el trabajo es una diversión, pero el amor a la profesión tiene que ir de la mano con la ética y las buenas intenciones hacia el otro.
- 7 Por lo tanto la televisión (al igual que los otros medios) deben tener mucho cuidado no solo con lo que presentan sino también con lo que dicen, pues la televisión es lo que para un niño las acciones de sus padres.
- 8 El comunicador debe de hacer respetar sus derechos y valorar su trabajo diario; al igual que los medios deben de considerar que un trabajador bien remunerado es un trabajador más eficiente y comprometido. La Federación de Periodistas del Ecuador junto con los profesionales del periodismo deberían unir sus fuerzas y hacer valer sus derechos, y que los mismos (los códigos) no solo queden en el libro que los contiene.
- 9 Luchar como verdaderos profesionales y defensores de la verdad, para dejar sentado un precedente a las nuevas generaciones de comunicadores y a la sociedad misma.
- 10 Lo recomendable sería que cada uno de los medios se preocuparan de revisar la programación que emiten. Aunque también hay que recordar que la mayoría de las personas encuestadas talvez desconozcan los códigos que rigen a la profesión de periodista y responden lo que a su juicio está mal y que no deberían hacer los medios de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

Básica:

- VICTORIA Pilar. Producción radiofónica, técnicas básicas. Editorial Trillas; México 2001
- FORERO, Luís y GONZÁLEZ Luís José: Ética, comunicación y códigos del periodismo, Editorial el Búho, Bogotá 1990.
- HERRÁN María Teresa y RESTREPO Javier Darío. Ética para periodistas. Editorial Tercer Mundo, Bogotá 1995.
- RIVERA Diana. Programa de investigación para egresados; Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja Junio 2007

Página web

- http://www.canalsocial.net/GER/ficha_GER.asp?id=9873&cat=medioinformacion/
- <http://www.estructuraecuador.wordpress.com/tag/principales-canales-de-television/>
- <http://www.aporrealos.org/ddhh/a20286.html/>
- <http://www.20minutos.es/noticia/259530/0/ecuador/censura/videos/>
- <http://simon-bolivar-org.blogspot.com/2007/06/codigo-de-etica-del-periodista.html/>

- <http://www.ijnet.org> /“Ética de Medios y Auto-Regulación” IFJ Declaración de Tirana
- <http://www.aporrealos.org/ddhh/a20286.html> /PISANO Antonio Bartolomeo/



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

TEMÁTICAS DE LAS ENTREVISTAS

1. ¿Cuáles son los códigos o instrumentos éticos que se aplican en este medio de comunicación? (DIRECTOR Y PERIODISTA)
2. Sus periodistas conocen el código ético del medio (DIRECTOR)
3. Conoce usted el código ético del medio (PERIODISTA)
4. ¿Cuándo los periodistas ingresan a su medio se les entrega un código de ética? (DIRECTOR)
5. ¿Cuándo usted ingresó a este medio le entregaron algún código ético? (PERIODISTA)
6. Qué sucede en el caso de que haya dilemas éticos en su medio ¿cómo y quién lo resuelve? (DIRECTOR Y PERIODISTA)
7. Los periodistas le plantean como director del medio dilemas éticos. (DIRECTOR)
8. ¿El director del medio le ha ayudado a resolver algún dilema ético? (PERIODISTA)

DIRECTOR Y PERIODISTA

9. ¿Qué políticas hay en el medio para resolver los dilemas éticos?
10. ¿Qué casos recuerda usted que le ha implicado en un dilema ético en su ejercicio periodístico.
11. 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

NO

¿Por qué?.....

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

13. ¿Hay un programa o una propuesta de capacitación permanente en su medio acerca de la ética?
14. Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico.

15. Su opinión sobre el trabajo que realizan los medios de comunicación. ¿Lo hacen bajo los lineamientos de la ética?
16. ¿La ética está en riesgo en el país?
¿Si la respuesta es SI, qué se debería hacer?



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

Escuela de Comunicación Social

OBJETIVO: La presente encuesta sobre la aplicabilidad y práctica de la ética en los medios de comunicación en el país, pretende analizar y organizar los resultados, con la finalidad de evaluar el nivel ético de responsabilidad. Esto se hará factible gracias a su noble aporte.

A. INFORMACIÓN GENERAL:

Edad:

Ciudad:

Título:

Ocupación:

1. ¿Qué medios de comunicación sintoniza o escucha usted?

- A) Radio
- B) Prensa
- C) Televisión
- D) Internet

PRENSA

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

Nacionales

Locales

- A) Universo
- B) Comercio
- C) Hoy
- D) Expreso
- E) El Extra

- A) La Hora
- B) Últimas Noticias

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

- A) 1 vez por semana
- B) 2 veces por semana
- C) 3 veces por semana
- D) todos los días

4. ¿Qué partes del periódico consulta?

- A) Noticias
- B) Página editorial y de opinión
- C) Entretenimiento y farándula
- D) Educación y cultura
- E) Deportes
- F) Salud
- G) Comunidad
- H) Infantil

5. ¿Qué le desagradaba de los medios escritos?

- A) Falta de periodismo comprometido
 - B) Información poco objetiva y desconceptualizada
 - C) Poco contenido
 - D) Otros.....
- ...

6. ¿Qué le agrada de los medios escritos?

- A) Diversificación de información
 - B) Imparcialidad
 - C) Periodismo comprometido con la verdad
 - D) Otros.....
- ...

TELEVISIÓN

7. ¿Qué medios sintoniza con mayor frecuencia?

Nacionales

Locales

- | | | |
|---|----------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> A) Ecuavisa | A) Canal Uno | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> B) Gamavisión | B) Andiavisión | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> C) Teleamazonas | C) RTU | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> D) Telesistema | | |
| <input type="checkbox"/> E) TC Televisión | | |

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

- A) 1 – 3 horas
- B) 4 – 6 horas
- C) 7 – 9 horas
- D) 10 en adelante

9. ¿Qué programas observa con mayor frecuencia?

- A) Noticias
- B) Entretenimiento y farándula
- C) Educación y cultura
- D) Deportes
- E) Salud
- F) Programas Investigativos
- G) Comunidad
- H) Infantil
- I) Segmentos de cocina

10. ¿Qué le desagrada de la TV nacional?

- A) Sensacionalismo
 - B) Información poco objetiva y desconceptualizada
 - C) Poco contenido
 - D) Otros.....
- ...

11. ¿Qué le agrada de la TV?

- A) Diversificación de información
 - B) Imparcialidad
 - C) Periodismo comprometido con la verdad
 - D) Otros.....
- ...

RADIO

12. ¿Qué radios sintoniza con mayor frecuencia?

Nacionales

Locales

- | | | |
|--------------------------------------|-------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> A) La Luna | A) Radio Quito | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> B) Sucre | B) América Stério | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> C) Sonorama | C) HCJB | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> D) La Bruja | D) Gitana | <input type="checkbox"/> |

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

- A) 1 – 3 horas
- B) 4 – 6 horas
- C) 7 – 9 horas
- D) 10 en adelante

14. ¿Qué le desagrada de las radios nacionales?

- A) Falta de profundidad
 - B) Información poco objetiva y desconceptualizada
 - C) Descontextualización
 - D) Otros.....
- ...

15. ¿Qué le agrada de las radios?

- A) Diversificación de información
 - B) Más tiempo para el desarrollo de las noticias
 - C) Está abierta a la opinión ciudadana
 - D) Otros.....
- ...

INTERNET

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

- A) Informativos

- B) Comunidades virtuales (hi 5, You Tube)
 - C) Blogs
 - D) Entretenimiento
 - E)
- Otros.....
...

17. ¿Qué le agrada de la Internet?

- A) Convergencia de medios
 - B) Diversidad de información
 - C) Rapidez de acceso a información
 - D)
- Otros.....
...

18. ¿Qué le desagrada de Internet?

- A) La pornografía
 - B) Información no confiable
 - C) El abuso de la libertad de expresión en algunos sitios
 - D)
- Otros.....
...

ÉTICA PROFESIONAL DEL PERIODISTA

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

- SI
- NO

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)

- SI
- NO

Cuál es su interpretación de la frase

.....
.....
.....
.....

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

a)

.....

b)

.....

c)

.....

d)

.....

e)

.....

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

a) Con la guía del Editor o Director del Medio

b) Con la guía de colegas o compañeros de trabajo

c) Con la guía de los gremios profesionales

d) Con la guía de lecturas y consultas bibliográficas

e) No los he podido resolver

f) Con mi propio conocimiento, valores e intuición (especifique que factor fue el de mayor peso)

.....
.....
.....

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)

1

4

2

5

3

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)

1

4

2

5

3

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.

SI

NO

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

SI

NO

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

SI

NO

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

SI

NO

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

SI

NO

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

SI

NO

g) Es legítimo que el periodista exagere u olvide ciertos detalles de los hechos para que su nota tenga mayor impacto o interese a más audiencia.

SI

NO

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

.....
.....
.....
.....

¡Gracias por su colaboración!

NOTA: *Se adjuntan 3 CD'S , los cuales contienen las entrevistas a los medios de comunicación: Gamavision , JC Radio La Bruja y Diario El Universo, al igual que un video que corresponde al punto 4.3 (programa "Rojo rosa") del capítulo IV, se adjuntan también en el presente anexo las entrevistas hechas por escrito a: Cynthia Whight y Roberto Barreno de JC Radio La Bruja; Nila Velázquez (esta entrevista fue enviada por mail), Wilson Camacho y Jorge J. de Diario El Universo.*

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

TEMÁTICAS DE LAS ENTREVISTAS

NOMBRE: Nila Velázquez
CARGO: Directora de la Fundación El Universo
MEDIO: El Universo
FECHA: 9 agosto 2007
CIUDAD: Guayaquil

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

El diario tiene un Manual de Ética y Estilo

13. Sus periodistas conocen el código ético del medio.

Por supuesto, no solo los periodistas, todas las personas que trabajan en la empresa, cualquiera que sea el departamento en que lo hacen, puesto que deben conocer que el periódico que se produce tiene principios éticos que no puede vulnerar.

14. ¿Cuándo los periodistas ingresan a su medio se les entrega un código de ética?

Sí, además pasan por un proceso de inducción en que se les explica cada uno de sus puntos.

15. Qué sucede en el caso de que haya dilemas éticos en su medio ¿cómo y quién lo resuelve?

En periodismo hay dilemas éticos siempre. Generalmente, se resuelven en la reunión o mesa de editores y cuando es necesario llegan hasta la dirección.

16. Los periodistas le plantean como directora del medio dilemas éticos.

Yo no soy directora del medio, pero los periodistas de El Universo sí plantean dilemas éticos. A veces es necesario también plantearseles a ellos para que reflexionen y afinen su conciencia ética.

DIRECTOR Y PERIODISTA

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

Siempre el referente es el Manual y cuando es necesario está la reflexión colectiva.

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

Muchos, sobre todo, los que llevan a decidir entre el derecho privado de alguien y el derecho de la ciudadanía o interés público.

19. 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

NO

Creo que esta pregunta no se puede responder con un sí o un no. Es un tema muy complejo. Tampoco se puede englobar a todos los medios en la respuesta.

¿Por
qué?.....

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

Una gran formación ética.

18. ¿Hay un programa o una propuesta de capacitación permanente en su medio acerca de la ética?

Sí, los Talleres de Ética periodística. Se usa mucho el estudio de casos.

19. Los códigos establecidos guían el trabajo periodístico.

Se trata de que así sea.

20. Su opinión sobre el trabajo que realizan los medios de comunicación. ¿Lo hacen bajo los lineamientos de la ética?

No se puede dar una respuesta general.

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

¿Si la respuesta es SI, qué se debería hacer?

Sí. Hay que cambiar la educación para formar ciudadanos y ciudadanas con capacidad crítica, reflexiva y ética. Hay que exigir a los líderes que asuman su liderazgo desde la ética.